

Tacones, maquillaje y poses sensuales: la hipersexualización de las niñas en los medios digitales y los certámenes de belleza infantiles

Malagueña

Por motivos culturales, la exposición pública de los menores en los medios audiovisuales y digitales ha sido siempre un recurso habitual para transmitir sensaciones únicas, como ternura, placer y, principalmente, felicidad. Sin embargo, en los últimos años, esta imagen infantil ha cambiado negativamente. El factor de la inocencia que suele caracterizar a los menores ha quedado relegado, pues ahora son exhibidos con atuendos provocativos que denotan una artificial sensualidad que no es propia de su edad. De forma general, esta representación que se enfoca, únicamente, en resaltar los atributos sexuales de las personas ha sido denominada como “hipersexualización”. El informe APA señala que dicho fenómeno ocurre cuando “una persona es [...] convertida en una cosa para el uso sexual de los demás, en lugar de ser vista como una persona con capacidad de acción y toma de decisiones independientes” (APA, 2007: 6). A partir de esta definición, es posible comprender, que los niños son hipersexualizados cuando son utilizados, tratados y convertidos en objetos sexuales para satisfacer los deseos de los demás. En este sentido, la conducta hipersexualizada de los niños se ha denominado como “hipersexualización infantil” (Bailey, 2011; Quezada, 2014; Llovet, Díaz y Karan, 2017; Unicef, 2011). Según este mismo informe, la hipersexualización infantil afecta mayormente a las niñas, pues se encontró que el 85% de anuncios de dicho contenido corresponde a niñas sexualizadas (APA, 2007: 17). Así, al desconocer los tiempos propios de su desarrollo, las infantas no advierten que su etapa infantil está siendo quebrada poco a poco.

Uno de los medios en los que se ha desarrollado la hipersexualización infantil son los medios digitales. En la última década, muchos padres han adquirido el hábito de publicar contenido sobre la vida de sus hijas en sus cuentas públicas. Sin embargo, esta exposición que va acompañada de poses sensuales, maquillaje y vestimenta inapropiada para su edad constituye un acto de hipersexualización infantil (Llovet, Díaz y Karan, 2017: 10). En este sentido, Starr y Ferguson indican que quienes favorecen la sexualización, en esta área, son las madres que tienen una visión más cosificada de sí mismas. La razón se basaría en la incitación constante a sus hijas de seguir ciertos patrones de belleza (2012: 4). Otro espacio en el que se ha desarrollado este fenómeno se asocia con la industria de la moda: los certámenes de belleza infantiles. Estos se han convertido en una industria cada vez más preocupante para los padres, psicólogos y las organizaciones de defensa de las niñas, puesto que estos concursos promueven comportamientos hipersexualizados en las niñas: las animan a “coquetear” en el escenario con sus extensiones de cabello, las inducen al uso del maquillaje e, incluso, a colocarse pestañas

postizas. En este sentido, las niñas son expuestas para exhibir públicamente sus atributos sexuales, lo que puede perjudicarlas a corto y largo plazo.

En el área de los concursos de belleza infantiles, se puede destacar el cruel caso de Jon Benet Ramsey, ocurrido en el año 2013. Ella era una niña de 6 años que fue catalogada como reina de belleza en muchos concursos de su país; sin embargo, un día su padre la encontró sin vida en el sótano de su casa con indicios de violación (Gallardo, 2015: 28). El asesinato de esta niña en dichas condiciones contextuales generó que el caso se convirtiera en una noticia internacional, de modo que sensibilizó a todo el mundo. A partir de este caso, se ha generado una controversia en cuanto a la hipersexualización de las niñas, no solo en los certámenes de belleza, sino también en los medios digitales.

En este marco de debate, surgen posturas contrapuestas. Por una parte, algunos sostienen que estos espacios suscitan el empoderamiento psicológico y económico de las niñas. Los defensores de esta postura argumentan que tanto los medios digitales y los certámenes de belleza infantiles son capaces de desarrollar consecuencias positivas en el bienestar de las niñas a largo plazo (citado en Gallardo, 2015; Lieberman, 2010; citado en Smith, 2015). Otros, en cambio, sostenemos que, en realidad, los medios digitales y los certámenes incitan su hipersexualización, de modo que detienen el desarrollo de su etapa infantil.

Para sostener dicha postura, el siguiente texto se dividirá en dos partes. La primera parte se centrará en el área de los medios digitales. En esta, mi postura señala que estos medios digitales suscitan la hipersexualización de las niñas a través la presentación de sus imágenes (ropa sugerente, maquillaje, gestos, poses sexuales y peinado adulto). Esta postura se fundamentará sobre la base de que dichos medios digitales pueden originar severas consecuencias negativas en el bienestar psicológico de las niñas (APA, 2007; Llovet, Díaz y Karan, 2017; Calderón, Ochoa y Albán, 2015). Principalmente, se expondrán tres consecuencias: el ciberacoso, la autoobjetivación y el desarrollo de comportamientos sexuales patológicos como la pedofilia. La segunda parte se centrará en el área de los certámenes de belleza infantiles. Al igual que la anterior postura, esta señala que dicho espacio femenino suscita la hipersexualización de las niñas. En cuanto a esta postura, los defensores argumentamos que estos pueden desarrollar consecuencias negativas que afectarían no solo el bienestar psicológico, sino también el emocional (Aquino y Cruz, 2017; Sánchez, 2021; Price, 2013). Este último argumento se respalda en tres ideas. La primera plantea que las participantes están constantemente expuestas al maltrato psicológico. La segunda propone que el carácter competitivo de los certámenes provoca tanta presión parental en las niñas que estas pueden presentar conductas agresivas.

Finalmente, se explica cómo las recompensas monetarias, brindadas por los certámenes, funcionan como una forma de explotación sexual comercial contra ellas.

El primer sector a analizar se identifica como una de las áreas más sobresalientes de nuestra era globalizada: los medios digitales. El primer argumento por el cual considero que dichos medios suscitan la hipersexualización de las niñas se basa en la identificación de consecuencias negativas que estos son capaces de generar en su bienestar personal. Durante la era previa a la digital, este fenómeno estaba posicionado sobre las “niñas prodigio”, las cuales padecieron una situación de riesgo (Maella, 2020: 15). Sin embargo, la escala de exposición no era tan grande debido al poco avance tecnológico en los medios de comunicación, en comparación con la era actual. En esta, las niñas son exhibidas a través de los medios digitales a millones de personas, tanto por las empresas publicitarias, concursos de moda o por los mismos padres. Las razones pueden ser distintas, pero lo cierto es que se usa la imagen del menor como un negocio, sin tener en cuenta las consecuencias negativas que este puede generar en su desarrollo a largo plazo (Catena, 2021: 5).

En primer lugar, la exposición pública de las niñas fomenta su autoobjetivación, que se define, según Aumend, como la “interiorización de los puntos de vista sobre sí mismos tal como los perciben los demás” (2007: 7). Este fenómeno es capaz de afectarlas negativamente, pues produce una ansiedad por la apariencia, que se manifiesta en la necesidad de controlar regularmente su físico al “no saber exactamente cuándo o cómo se examinará y evaluará el propio cuerpo [...]” (APA, 2007: 27). En este sentido, algunas acciones de marketing pueden contribuir a la reproducción de la ansiedad por la apariencia. En los últimos años, los mensajes publicitarios han percibido a las niñas como un nuevo “mercado”, acercándolas, por ejemplo, al mundo de las *top models* a través de la reproducción del discurso sobre la aprobación social en base a los atributos sexuales (Silveira, Andrade y Flores, 2010: 30). De este modo, han influido en la forma del trato a sus cuerpos, por lo que se puede determinar que la autoobjetivación, como resultado de la exposición pública de las niñas, surge como un efecto automático, de la misma forma que la ansiedad por la apariencia.

En segundo lugar, la exposición de las niñas en los medios digitales puede afectar negativamente su bienestar personal porque pueden ser víctimas de ciberacoso infantil. Patchin e Hinduja definen este término como el daño intencional a terceros a través del medio del texto electrónico en la búsqueda de beneficios implícitos o explícitos (2006: 14). Dicho medio supone una nueva forma de interacción, pues el ciberacosador, quien suele ocultar su verdadero rostro, hace uso de la tecnología para satisfacer sus necesidades e intereses sin ejercer algún contacto físico con la víctima. Por lo tanto, no podemos invisibilizar sus riesgos como formas de violencia en el marco de la exposición infantil. En ese sentido, Troncoso advierte que “es

especialmente grave la posibilidad que ofrecen los medios digitales para llevar a cabo el cyberbullying [...] que convierte la vida de algunos jóvenes o de profesores en una auténtica pesadilla” (2010: 1714). La razón principal se basa en que los medios digitales transfieren libertad a cualquier sujeto para visualizar el material y, en consecuencia, para descargarlo, posibilitando la adulteración de la misma. Por lo tanto, es posible afirmar que el ciberacoso puede ocurrir en un indeterminado periodo, de acuerdo al grado de exposición de las niñas. Para ilustrar esta afirmación, se destaca la investigación de Llovet, Díaz-Bustamante y Karan (2017), en la cual se realizó un análisis de los comentarios de personas sobre algunas fotos de Instagram de Kristina Pimenova, una actriz y modelo rusa de 10 años, descrita como la niña más hermosa del mundo. Este estudio tuvo como objetivo estudiar los posibles riesgos de su exposición en la red social; para ello, se seleccionó un total de 24 imágenes con 840 comentarios relacionados a sus poses seductoras. Por un lado, los resultados determinaron que el porcentaje más alto (67%) se posicionó sobre los comentarios que hacían referencia al atractivo físico o comportamiento sexual. Algunos de estos fueron: “eres muy sexy”, “si fuera mayor, me enamoraría de ella”, “chica perfecta... :)”, “eres muy caliente” y “nunca he visto una chica tan guapa”. Por otro lado, el 8% fueron comentarios que pretendían denigrarla, por lo que pueden llegar a clasificarse como ciberacoso. Algunos de estos fueron: “te ves fea”, “caminemos al infierno”, “espeluznante”, “repugnante”, “Odio tanto a esta chica como a esa perra tonta de Maddie Ziegler”, “odio a esta chica”. A pesar de que hubo un menor porcentaje de comentarios hirientes, se puede identificar una pequeña presencia de ciberacoso, como efecto de la exposición pública de Kristina Pimenova.

En tercer lugar, la exposición de las niñas en los medios de comunicación se convierte en una vitrina que puede permitir, fácilmente, la presencia de pedófilos. Como señala Berlinerblau, la pedofilia es la “desviación sexual en la que un individuo experimenta deseos anormalmente sexuales hacia los niños” (2005: 2). Desde redes sociales hasta portales, estos perversos también se han visto favorecidos por la revolución de Internet; pues al hacer uso de dichos medios digitales obtienen la capacidad para suplantar su identidad, de manera que logran interactuar virtualmente con las niñas. Esta idea es apoyada por Calderón, Ochoa y Albán al señalar que el uso de la tecnología y el Internet, en especial la red social Facebook, es esencial para la captura de material de las víctimas por los pedófilos que luego la utilizarán para venderla en el mercado negro (2015: 5). En relación a ello, el comportamiento de los padres, al mostrar información personal de las niñas en este entorno digital, es un caso a considerar. Es evidente que, la mayoría de veces, los padres son los sujetos responsables de dicho compartimiento, el cual puede manifestar una buena intención; sin embargo, también puede generar consecuencias negativas en las pequeñas. Como afirman Calderón, Ochoa y Albán, “existe [...] la posibilidad de que estas imágenes sean compartidas en sitios que promuevan la pedofilia” (2015: 1). Por lo

tanto, se puede concluir que la imagen infantil de las niñas puede ser afectado negativamente, no solo debido a la hipersexualización por sus padres, sino a la posibilidad de que se desarrollen comportamientos sexuales patológicos como la pedofilia. En consecuencia, los sujetos pedófilos podrían captar su material hipersexualizado y promulgarlo en sitios indebidos.

El segundo sector a analizar se identifica como una de las áreas de estudio más investigadas en cuanto a la problemática de la hipersexualización de las niñas: los certámenes de belleza infantiles. En relación a ello, el presente ensayo defiende la concepción de este espacio físico como promotor de la hipersexualización femenina infantil. No obstante, es importante destacar la existencia de una posición reacia a esta, la cual defiende la concepción del mismo espacio físico, esta vez, como promotor del empoderamiento femenino infantil. Para abogar por dicha postura, sus acérrimos defensores se basan en el argumento de que los certámenes pueden desarrollar consecuencias positivas, a largo plazo, pues permitirían promover el empoderamiento psicológico y económico de las niñas. La mayoría de sus partidarios suelen posicionarse dentro del círculo de la industria de la moda. Efectivamente, Mauricio Ferrás, un maquillador destacado de Colombia, defiende la idea de la promoción de beneficios psicológicos a las niñas como el alza de autoestima, pues argumenta que ellas dejan de sentirse rechazadas socialmente cuando ingresar a este tipo de certámenes (citado en Gallardo, 2014: 40). En la misma línea, otros argumentan que estos las convierten en personas competitivas. Una investigación examinó las justificaciones de madres sobre la participación de sus hijas en dichos certámenes, en la que resaltó el argumento basado en un parangón. Así, una de ellas afirmó que “es como cualquier otro deporte o actividad que hacen los niños. Mi hija se volvió competitiva como si hubiera estado haciendo un deporte” (citado en Smith 2014: 36). Además, esta postura defiende la idea de que las niñas son empoderadas económicamente al recibir las grandes recompensas monetarias, de modo que ello les aseguraría un adecuado nivel de vida en el futuro (Lieberman, 2010: 21).

Sin embargo, la postura expuesta no es correcta, pues ha omitido las voces propias de las participantes. Por lo tanto, no ofrece una visión verdadera acerca de la situación que transcurre detrás de la presentación de las modelos infantiles. En este sentido, la razón que manifiestan es refutable, pues sostengo que los certámenes pueden desarrollar severas consecuencias negativas que afectarían el bienestar psicológico de las niñas. Inicialmente, aquellas niñas que son expuestas en estos tipos de certámenes tienen mayor probabilidad de experimentar un maltrato psicológico y emocional; en efecto, existe evidencia de ello (APA, 2007: 39). El programa *Toodlers & Tiaras*, de la cadena de TLC, se presenta como un espacio televisivo oportuno para indagar este fenómeno, pues exhibe la cotidianeidad de sus concursantes detrás de los escenarios. Así, algunos episodios demuestran que tanto la rabieta de una niña durante su presentación y la reprimenda pública de una madre a su hija pueden ser concebidos como

comportamientos de maltrato psicológico. En un caso más específico, la organizadora de un concurso de belleza infantil en El Salvador, Paulina Hernández, manifestó el abuso de poder que los maestros ejercían contra las candidatas en formas de gritos, humillaciones e insultos. “Les gritaba, era muy irresponsable, incluso una de las niñas vino aquí llorando que ya no iba a seguir porque le gritó” (citado en Aquino y Cruz, 2017: 22). Las presentaciones de dichos casos pueden servir de soporte para argumentar que existe un sufrimiento detrás de los escenarios que debe ser visibilizado conscientemente para erradicar estas prácticas hacia las menores. Por lo tanto, se cuestiona el respaldo acerca del alza de autoestima en las niñas como un beneficio promovido por los certámenes. Por el contrario, estos promueven el maltrato psicológico y emocional.

En segundo lugar, se refuta la idea de que el carácter competitivo de los certámenes desarrolla un beneficio en las niñas al convertirlas en sujetos competitivos. Por el contrario, fomenta una alta sensación de presión parental que puede influir negativamente en su conducta. El motivo de esta tensión se apoya en que la pérdida de un título general puede conllevar a que los padres “borren” su logro percibido a lo largo de la etapa preparatoria, lo que genera una sensación de presión en las niñas (Funk y otros, 2003: 250). De este modo, la siguiente oportunidad de presentación sería desarrollado desde un enfoque centrado, únicamente, en conseguir la victoria. Dentro de un análisis de posibilidades, este sistema de alta presión repercute aún más si no se obtiene el éxito, pues las menores pueden presentar conductas inapropiadas que reflejarían su malestar emocional. Por ejemplo, una investigación que examinó de cerca la presión parental sobre las concursantes en el programa *Toodlers & Tiaras* expone estas conductas: “una concursante afirmó que, si no ganaba, destrozaría la habitación del hotel, y otra dijo que, si ella perdía, ella abofetearía al ganador y tomaría del dinero” (citado en Price, 2013: 45). Estas reacciones de enojo, producto del fracaso, son un claro ejemplo de que la conducta emocional de las niñas puede ser afectado negativamente, incluso a corto plazo. Por ende, se puede refutar la idea acerca de la competitividad de las niñas como una variable benéfica que las empoderaría psicológicamente. Por el contrario, se ha demostrado que se provoca una presión parental muy fuerte en las niñas que, al convertirse en sujetos competitivos, generan una inestabilidad emocional si se ven expuestas a la posibilidad del fracaso.

Finalmente, los defensores de la aprobación de los certámenes de belleza infantiles plantean que sus exorbitantes recompensas monetarias benefician a las niñas al empoderarlas económicamente. Sin embargo, no es patente que dicho beneficio se produce a costa de la explotación sexual comercial de las niñas. Según Unicef, la explotación sexual comercial es la “utilización de los niños y niñas para la satisfacción sexual por adultos, con contacto físico o no, a cambio de una remuneración en dinero [...] al niño/a” (2011: 22). En este sentido, la industria de los concursos de belleza infantiles se ha estructurado como un negocio lucrativo de 5 mil

millones de dólares con más de 5,000 concursos realizados cada año en Estados Unidos (Price, 2011: 60). Así, estos adquieren la capacidad de entregar exorbitantes premios a cambio de la exposición de los cuerpos infantiles. Lamentablemente, el constante aumento de la comercialización de estos genera, a su vez, el aumento de graves riesgos para las niñas. Estas se enfrentan a la explotación sexual comercial por parte de sus padres, entrenadores y empleadores del concurso, quienes basan sus acciones en el deseo de la fama y la fortuna (Lieberman, 2010: 29). Un artículo publicado por Arantxa Palacios en el diario “El Confidencial” revela el sorprendente caso de Eden Wood, una niña que se jubiló a los seis años después de ganar más de 300 concursos de belleza para escribir sus memorias. Su madre comentó: “Mi hija está preparada para seguir los pasos de grandes celebridades como Oprah Winfrey. Es el sueño americano y ese es su destino. ¿Por qué no puede conseguir un contrato en Hollywood o ser la protagonista de una película de Disney?”. Ante este caso, se evidencia que la niña representa, en términos metafóricos, una marioneta operada por los deseos de la madre, los cuales no parecen tener límites. De esta manera, Eden Wood sería una víctima más de la explotación sexual comercial:



Fuente: Pinterest

Al igual que Eden, existen muchas más niñas que son vistas como oportunidades económicas. Si examináramos el problema con más detalle, nos daríamos cuenta que, de manera particular, el cuerpo infantil femenino se ha vuelto una mercancía. De esta manera, su valor de mercado se ve representado por las exorbitantes recompensas monetarias de los certámenes. Por lo tanto, estas solo constituyen un simple mecanismo de intercambio por el cual las industrias invisibilizan las prácticas de explotación sexual comercial que se ejercen contra las niñas.

En conclusión, he demostrado que los medios digitales y los certámenes de belleza infantiles suscitan la hipersexualización de las niñas. En efecto, estos generan consecuencias negativas

que afectan su bienestar psicológico tanto a corto y a largo plazo. En el caso de los medios digitales, las consecuencias negativas se pueden manifestar a corto plazo. En primer lugar, las niñas sienten ansiedad por no saber cuándo o cómo se evaluará su propio cuerpo. Entonces, se autoobjetivan con la finalidad de exhibir una “buena imagen” que sea capaz de generarles seguridad en contextos sociales. En segundo lugar, los medios digitales facilitan el ciberacoso a las menores expuestas, pues el contacto virtual permite intimidar a cualquier niña de forma totalmente anónima. En tercer lugar, los medios digitales facilitan la descarga de material hipersexualizado de las niñas, por lo que posibilitan que este sea captado por pedófilos. En el caso de los certámenes de belleza infantiles, las consecuencias negativas no afectan solo el bienestar psicológico de las niñas, sino también el emocional. Se demuestra que ellas son maltratadas psicológicamente por distintos agentes para poder convertir a las niñas en figuras “perfectamente bellas”. Asimismo, el carácter competitivo del certamen influye en el desarrollo de una alta presión parental hacia las niñas. Dado que por naturaleza son personas sin una madurez desarrollada, enfrentan la presión con conductas agresivas como estallidos emocionales y hasta pueden llegar a violentar físicamente. Por último, se plantea que las niñas son manipuladas a través de las recompensas monetarias y premios que los certámenes brindan. Así, estos no dan cuenta del detenimiento de su infancia, sino que buscan únicamente exponerlas para continuar con el desarrollo de esta industria que está tan deshumanizada. Es importante comprender que los medios digitales y los certámenes de belleza infantiles suscitan la hipersexualización de las niñas, pues las transforman indebidamente en seres adultos sexuales en miniatura. Lamentablemente, pertenecemos a sociedades hipersexualizadas y nuestras hijas están construyendo su identidad sobre los estándares de belleza femeninos que las obligan a relacionarse, expresarse y comportarse con conductas sexuales. En relación a ello, sabemos que no existe una clara consciencia por parte de los padres, directores, productores o maquilladores acerca de la problemática en la que se ven involucrados directamente, pues tienen la equívoca visión de que la exposición pública de las niñas en dichas circunstancias es “divertido”, “entretenido” y “tierno”. Por lo tanto, existe una necesidad urgente por visibilizar la problemática, a nivel global, a través de la información. Es por ello que el presente ensayo presenta su intención en la búsqueda por promover un cambio significativo en la sociedad con el fin de construir un mundo en el que las niñas puedan ser simplemente niñas.

BIBLIOGRAFÍA

AMERICAN PSYCHOLOGICAL ASSOCIATION

2007 *Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls*. Washington D. C. Consulta: 2 de octubre de 2022.

<https://www.apa.org/pi/women/programs/girls/report?item=1>

AQUINO, Rut y Jonathan CRUZ

2017 *Estudio exploratorio sobre la violencia, el abuso y la discriminación en los concursos de belleza realizados en El Salvador 2007 a 2017*. Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación. San Salvador: Universidad Dr. José Matías Delgado, facultad de Ciencias y Artes “Francisco Gavidia”. Consulta: 1 de noviembre de 2022.

<https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20VIRTUAL/TESIS/03/CMN/0002665-ADTESAE.pdf>

AUMEND, Devin

2007 *The Role of Self-Esteem as a Buffer and Independent Predictor among Variables in Objectification Theory*. Tesis de honor senior con distinción en Psicología. s/l: Universidad estatal de Ohio.

<https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.580.7489&rep=rep1&type=pdf>

BAILEY, Reg

2011 *Letting children be children: Report of an independent review of the commercialisation and sexualisation of childhood*. s/l. Consulta: 22 de noviembre de 2022.

https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/175418/Bailey_Review.pdf

BERLINERBLAU, Virginia

2007 “Pornografía infantil, paidofilia e internet”. *Cuadernos de Medicina Forense*. s/l, número 1, pp. 43 - 50. Consulta: 6 de octubre de 2022.

[http://www.csjn.gov.ar/cmfc/files/pdf/Tomo-5\(2007\)/Numero-1/berliner.pdf](http://www.csjn.gov.ar/cmfc/files/pdf/Tomo-5(2007)/Numero-1/berliner.pdf)

CALDERÓN, Juan, Verónica OCHOA y Mayuri ALBÁN

2015 “Facebook una herramienta de uso negativo por parte de pedófilos”. *Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales*. s/l, número 28. Consulta: 6 de octubre de 2022.

<http://www.eumed.net/rev/cccss/2015/02/pedofilos-facebook.html>

CATENA, Lydia

2021 *Sharenting: la vida de los y las menores al descubierto. Una revisión sistemática del fenómeno*. Tesina de grado en Psicología. s/l: Universidad de Jaén, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Consulta: 4 de octubre de 2022.

https://tauja.ujaen.es/bitstream/10953.1/17124/1/TRABAJO_DE_FIN_DE_GRADO_LYDIACATENA.pdf

FUNK, Jeanne, Jennifer ANDERSON, Robert ELLIOTT y Peg HULL

2003 “Parental support and pressure and children's extracurricular activities: Relationships with amount of involvement and affective experience of participation”. *Revista de Psicología del Desarrollo Aplicada*. s/l, volumen XXIV, número 2, pp. 241 - 257. Consulta: 2 de noviembre de 2022.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0193397303000467>

GALLARDO, Manuel

2016 *Tratamiento informativo de los concursos de belleza infantiles en los medios de comunicación. ‘Las niñas Barbie’*. Tesina de grado en Periodismo. s/l: Universidad de Sevilla. Consulta: 2 de noviembre de 2022.

<https://idus.us.es/handle/11441/43439>

GRAFF, Kaitlin y Sarah MURNEN

2013 “Low-Cut Shirts and High-Heeled Shoes: Increased Sexualization Across Time in Magazine Depictions of Girls”. *Sex Roles*. s/l, volumen LXII, pp. 11 - 12.

https://www.researchgate.net/publication/263255775_Low-Cut_Shirts_and_High-Heeled_Shoes_Increased_Sexualization_Across_Time_in_Magazine_Depictions_of_Girls

LIEBERMAN, Lindsay

2010 “Protecting Pageant Princesses: A Call for Statutory Regulation of Child Beauty Pageants”. *Journal of Law and Policy*. s/l, volumen XVIII, número 2, pp. 739 - 774. Consulta: 2 de noviembre de 2022.

<https://brooklynworks.brooklaw.edu/jlp/vol18/iss2/5/>

LLOVET, Carmen, Mónica DÍAZ y Kavita KARAN

2017 “Are Girls Sexualized on Social Networking Sites? An Analysis of Comments on Instagram of Kristina Pimenova”. En LEMISH, Dafna y Maya GÖTZ. *Beyond the stereotypes? Images of boys and girls, and their consequences*. Gotemburgo: Nordicom, pp. 131 - 140.

https://www.researchgate.net/publication/321585783_Are_Girls_Sexualized_on_Social_Networking_Sites_An_Analysis_of_Comments_on_Instagram_of_Kristina_Pimenova

MAELLA, Isabel

2020 *Sobreexposición de menores en Internet: Youtube, Instagram y Tik Tok como plataformas de riesgo*. Tesina de grado en Periodismo. s/l: Universidad Zaragoza, Facultad de Filosofía y Letras.

<https://zagan.unizar.es/record/97735/files/TAZ-TFG-2020-4706.pdf?version=1>

PALACIOS, Arantxa

2011 “La reina de belleza infantil se jubila a los seis años para escribir sus memorias”. *El Confidencial*. s/l, 15 de julio. Consulta: 2 de noviembre de 2022.

https://www.elconfidencial.com/sociedad/2011-07-15/la-reina-de-la-belleza-infantil-se-jubila-a-los-seis-anos-para-escribir-sus-memorias_252566/

PATCHIN, Justin y Sameer HINDUJA

2006 “Bullies Move Beyond the Schoolyard A Preliminary Look at Cyberbullying”. *Youth Violence and Juvenile Justice*. s/l, volumen IV, número 2, pp. 148 - 169. Consulta: 6 de octubre de 2022.

https://www.researchgate.net/publication/258201014_Bullies_Move_Beyond_the_Schoolyard_A_Preliminary_Look_at_Cyberbullying

PRICE, Allison

- 2013 *Playing the Ideal: Parenthood and Presentation of Idealized Fertility in youth on "Toddlers & Tiaras"*. Tesis de maestría de Arts in Sociology. s/l: University of Cincinnati, Graduate School, College of Arts and Sciences. Consulta: 1 de noviembre de 2022.

https://etd.ohiolink.edu/apexprod/rws_olink/r/1501/10?clear=10&p10_accession_num=ucin1367924148

SILVEIRA, Carla, Vinícius ANDRADE y María FLORES

- 2010 “O fim da infância? As ações de *marketing* e a "adultização" do consumidor infantil”. *Revista de Administração Mackenzie*. São Paulo, volumen XI, número 5, pp. 129 - 150. Consulta: 6 de octubre de 2022.

<https://www.scielo.br/j/ram/a/snLZGH3RKdccMhQ7STf9tFq/abstract/?lang=pt>

SMITH, Darla

- 2014 *Pageant Moms: Mother's Accounts of Their Participation in Child Beauty Pageants*. Tesis de maestría en Artes. s/l: University of Memphis Digital Commons. Consulta: 2 de noviembre de 2022.

<https://digitalcommons.memphis.edu/etd/970/>

STARR, Christine y Gail FERGUSON

- 2012 “Sexy Dolls, Sexy Grade-Schoolers? Media & Maternal Influences on Young Girls' Self-Sexualization”. *Sex roles*. s/l, volumen LXVII, número 7, pp. 463 - 476. Consulta: 22 de noviembre de 2022.

https://www.researchgate.net/publication/232686658_Sexy_Dolls_Sexy_Grade-Schoolers_Media_Maternal_Influences_on_Young_Girls%27_Self-Sexualization

TLC

- 2009 *Toddlers & Tiaras*. s/l. Emisión: 27 de enero de 2009. Consulta: 4 de noviembre de 2022.

<https://go.tlc.com/show/toddlers-tiaras-tlc>

TRONCOSO, Antonio

- 2010 *La protección de datos personales: en busca del equilibrio*. Valencia: Tirant lo Blanch. Consulta: 24 de noviembre de 2022.

<https://issuu.com/tirantloblanch/docs/3c346784c3b8be57aa6f4fb5957885bc>

Unicef

2011 *Manual para la prevención de la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes desde el sector turismo*. Santo Domingo. Consulta: 1 de noviembre de 2022.

<https://observatorioviolencia.pe/wp-content/uploads/2019/06/Manual-para-la-prevencion-de-la-explotacion-sexual-comercial-de-ninos-ninas-y-adolescentes-desde-el-sector-turismo.pdf>