

MUJERES EN MINIATURA: SEXUALIZACIÓN DE LAS NIÑAS EN PUBLICIDAD Y CONCURSOS INFANTILES DE BELLEZA

Katherine Massiel Quezada Tavárez¹

Fecha de publicación: 01/10/2014

Sumario: **I.** Introducción. **II.** Sexualización precoz de las niñas en la publicidad. **III.** El exorbitante mundo de los concursos infantiles de belleza. **IV.** ¿Por qué hablar de sexualización y por qué esto es importante? **V.** Los países toman cartas en el asunto. **VI.** Conclusiones.

Resumen: el mundo actual está rodeado de sensualidad y erotismo, tanto así que llevamos esa propensión hasta a los más pequeños. Este documento pretende examinar cómo las formas dominantes de la cultura se apropian de la inocencia de las niñas a través de la publicidad y los concursos de belleza infantil. Luego, se analizan las consecuencias de estas formas culturales para sus vidas y bienestar.

Palabras clave: Sexualización de niñas. Infancia. Publicidad. Concursos infantiles de belleza. Inocencia infantil.

Abstract: *Today's world is surrounded by sensuality and eroticism, so much so that we deliver this propensity to the smallest. This paper aims to examine how dominant forms of culture appropriate girls' innocence through advertising and child beauty pageants. Then, the consequences of these cultural forms their welfare and lives are analyzed.*

Key-words: *Sexualization of girls. Childhood. Publicity. Child beauty pageants. Child innocence.*

¹ Abogada. España.

I. Introducción:

Vivimos saturados por más imágenes que en cualquier otra época, en las que descansa un mensaje sobre las expectativas, ideales y valores de la sociedad. La inclinación social es que a las mujeres se nos venere y recompense por los atributos físicos², y que tanto hombres como mujeres tengamos que reproducir los estereotipos de género.

Hace poco, en pleno brote de feminismo, Joaquín Sabina cantaba “las niñas ya no quieren ser princesas”. Hoy, después de grandes avances en la igualdad, ocurre lo opuesto: regresan las princesas, pero siendo de cuentos para mayores porque han dejado la inocencia de las historias infantiles.

Cada vez más, los niños (en especial, del género femenino) están siendo retratados de manera “adultificada”, desconociendo los tiempos propios de su desarrollo. Por contra, a los adultos se les intenta dar un toque “infantilizado”. Esto conduce a un empañamiento de los límites entre la madurez sexual y la inmadurez, a la vez que legitima la noción de que los niños puedan estar relacionados con objetos sexuales. Así, se habla de una sexualización de la niñez, la cual queda evidenciada en la publicidad y los concursos infantiles de belleza.

¿A qué nos referimos con sexualización? A la propensión de adelantar los comportamientos y actitudes sexuales a edades tempranas. Los niños, futuro de la sociedad, viven en un entorno erotizado, donde los padres alientan a sus hijas a imitar actrices y modelos que derrochan erotismo, permitiendo que sigan patrones que ni siquiera son reales. No sólo se les expone a imágenes hipersexualizadas, sino se les vende la idea de que tienen que verse sexy.

Expertos aseguran que este fenómeno afecta mayormente a las niñas, porque cerca de 1.5% de los anuncios contienen menores en una manera sexualizada, de los que 85% son niñas³. Además, la aceptación social de las mujeres precoces anima a las niñas a comportarse y exteriorizar imágenes que no corresponden a su edad.

² AALAI, A. (2014). *The Beauty Myth in the 21st. Century*. Publicado en el Blog Psychology Today el 14 de mayo de 2014. Disponible en: <http://www.psychologytoday.com/blog/the-first-impression/201405/the-beauty-myth-in-the-21st-century>. [Fecha de consulta: 15/5/2014]

³ Informe del Grupo de Trabajo de la Asociación Americana de Psicología (APA) sobre la Sexualización de las Niñas (2007). Disponible en: <http://www.apa.org/pi/women/programs/girls/report.aspx?item=1>. [Fecha de consulta: 30/3/2014].

II. Sexualización precoz de las niñas en la publicidad:

Se han lanzado al mercado muchos productos destinados al público infantil: ropas, cosméticos, y hasta dietas para estar más guapas y lograr el look de las modelos más glamourosas. Un tema dominante parece ser la necesidad de las chicas de presentarse como sexualmente atractivas para llamar la atención; lo preocupante del asunto es que esta tendencia también aplica en las niñas, quienes son vestidas y posan de manera tal que llaman la atención sobre características sexuales que aún no poseen. Ejemplo de esto son las que debutan precozmente como modelos.

Cuando se habla de una modelo Versace, pensamos en una mujer esbelta vestida con ropa sexy. Pero no siempre es así: hace dos años, la marca fichó el rostro de la hija de Cindy Crawford, Kaia Gerber, una niña de 10 años. Otra menor que se ha inaugurado como maniquí es Anais Gallagher, hija del guitarrista y cerebro de la banda Oasis; con apenas 11 años, firmó un contrato con una agencia londinense que representa a varias modelos famosas. Lottie Moss también entra en esta lista: siguiendo los pasos de su hermana Kate Moss, pasó al mundo del modelaje a sus 14 años.

El sector de la moda atrae un público más cada vez precoz: el número de niñas modelo es abundante. Sin embargo, que estas crías se vayan a la pasarela no parece ser un problema, de no ser porque en muchas de las fotos aparecen con una actitud que comunica todo menos inocencia infantil.

Algunas integrantes del clan de modelos colegialas han provocado furor: es el caso de las protagonistas de una portada de *Vogue París Cadeaux*. La edición de diciembre/enero 2011 de la “Biblia de la Moda” en su versión francesa, desconcertó a sus lectores con las imágenes de Thylane, Lea y Prune (todas menores de 10 años al hacer las fotos), con auténtico look de adultas. Lo chocante de las fotos son los entornos glamourosos, las poses provocativas y las miradas adultas en cuerpos infantiles. Las menores aparecen adornadas con ropas, zapatos y joyas de Versace, Bulgari, Yves Saint Laurent, entre otras, más toneladas de maquillaje.

Estas controversiales imágenes traspasaron fronteras enseguida, recibiendo fuertes críticas como la de Alessandro Palombo, reconocido ilustrador italiano, quien sentenció que son “*el regalo ideal para los pedófilos*”⁴. Además, la situación generó duros debates en occidente en

⁴ PALOMBO, A. (2010). *Humor Chic Exclusive -Carine Roitfeld special Vogue Paris child abuse, The Perfect Gift for Pedophiles*. Disponible en: <http://humorchic.blogspot.com.es/2010/12/humor-chic-exclusive-carine-roitfeld.html>. [Fecha de consulta: 13/3/ 2014].

torno al límite ético del periodismo, la transformación de los niños en objetos sexuales, la moda y el mundo de la publicidad⁵.

Muchas niñas poseen una belleza indiscutible, pero es triste y peligroso interrumpirles su inocencia inculcándoles el culto a la belleza y sexualizándolas a través de los medios publicitarios. La adolescencia es una frontera muy temprana para convertir a una niña en un objeto del deseo sexual.

III. El exorbitante mundo de los concursos infantiles de belleza:

Se trata de competiciones de belleza, cuyas participantes tienen edades entre los 2 y 18 años, que comprenden varias categorías para valorar el talento y la belleza de las niñas. Son muy populares en Estados Unidos (donde son todo un fenómeno), Tailandia, China, India y Latinoamérica.

Buceando en este tema, verificamos que las niñas (más bien, sus madres) hacen todo por ganar el concurso. Encontramos imágenes de niñas cosméticamente transformadas: atiborradas de maquillaje, pestañas y uñas postizas, bustos y dentaduras falsas, pelucas y bronceado artificial... Al parecer, la inocencia no forma parte de las normas de estos certámenes.

El programa *Toddlers and Tiaras*, de la cadena de TLC, es uno de los espacios televisivos dedicados a mostrar las peripecias de las participantes y sus familiares. Algunas historias que han presentado son las de Paisley (que a sus 3 años fue vestida de prostituta interpretando el papel de Julia Roberts en *Pretty Woman*), Maddy (a quien su madre le colocó relleno en los pechos y el trasero a sus 5 años para escenificar a la cantante de música country Dolly Parton), Destiny (niña de 4 años que se presentó fumando un cigarrillo en el escenario para representar una escena de *Grease*) y Mía (la minúscula concursante con apenas 2 años que bailó con un sujetador cónico).

Todos estos casos, así como el resto de los relatados en el referido programa, atañen a la población estadounidense. Pero también en otras zonas geográficas más cercanas a la península ibérica convierten a los angelitos en princesas travestidas, como sucedió con las británicas Sasha Bennington (cuya madre gastaba 400 dólares mensuales en tratamientos de belleza) y Britney Campbell (niña de 8 años a la que su madre le inyectaba botox en la cara).

⁵ Medina Heredia, A. M. & Méndiz Noguero, A. (2012). *La representación de la infancia en la publicidad: panorama por el marco deontológico español*. Pensar la publicidad: revista internacional de investigaciones publicitarias, Vol. 6, N°. 1, p. 231.

Entre las ampollas más grandes que ha levantado este peliagudo asunto están los casos en que han denunciado a las madres por las barbaridades a las que someten a sus hijas para convertirlas en mini-mujeres. Ahora bien, destellos en la cultura han apuntado al peligro en que se encuentran las niñas. El más visible ha sido el caso de la violación y asesinato de la mini reina de belleza JonBenet Ramsey, niña de 6 años que desapareció de su casa en 1996, y más tarde fue encontrado su cadáver. Un misterio aún sin respuesta.

Los medios de comunicación se llenaron de fotos y vídeos de la menor vestida como una chica sexy de 25 años, con ropas apretadas, pintalabios color carmín y moviéndose de manera sugestiva en el escenario, escenas que ilustran la sexualización de la que la mini-miss fue víctima. Su caso no sólo abrió los ojos en torno a la facilidad con la que los adultos proyectan sus fantasías sobre sus hijas, sino en cómo la comercialización y sexualización contribuyen en un mundo habitado por monstruos y psicópatas.

Paradójicamente, después del caso de la muñeca rota, la popularidad de estos certámenes para menores va en aumento: en Estados Unidos, más de 5.000 se llevan a cabo cada año⁶. Y, por supuesto, las madres siguen usando las tradicionales armas para resaltar a sus objetos de belleza. Parece que el fantasma de JonBenet ya no está entre nosotros; resulta difícil desmontar un negocio tan lucrativo que, detrás de las caras bonitas, mueve cerca de cinco mil millones de dólares al año⁷.

Gracias a esta extraña forma social principalmente norteamericana⁸, muchas niñas con poca edad empiezan a medirse por las apariencias. Incluso, algunas de las competidoras llegan a ser sometidas a explotación por las horas de entrenamiento y prácticas punitivas a las que se ven supeditadas.

Los defensores de estas actividades suelen utilizar el cliché de que promueven la autoestima y fomentan el espíritu competitivo, justificaciones que resultan paradójicas y hasta eufemísticas por varias razones: En primer lugar, no toman en cuenta que las normas de belleza facilitadas por los

⁶ GIROUX, H.A. (2009). *Child Beauty Pageants: A Scene From the "Other America"*. Truthout (11/5/2009).

⁷ *Ibíd.*

⁸ RICH, F. (1997). *Let Me Entertain You*. The New York Times (18/1/1997).

concursos de belleza sólo las cumple una de cada 40,000 mujeres jóvenes⁹. Esto provoca un mayor estrés en la competencia y se corre el peligro de minar la confianza de la niña en sí misma.

En segundo lugar, son muchas las consecuencias que puede tener el sustraer la inocencia de una niña al mostrarla como una *femme fatale* y que aprenda a medirse con los demás por las apariencias. Así, las niñas se auto-objetifican, y aprenden a considerarse objetos a ser observados y evaluados por su físico, situación en aumento como han documentado varios estudios¹⁰. Por último, se les ofrece a las pequeñas nociones regresivas del deseo, la sexualidad, la feminidad, la autoestima y la belleza, al recompensarlas por su apariencia, atractivo sexual y sumisión.

Una publicación de la Revista de Psiquiatría Infantil y Adolescente, habla del impacto de estos concursos sobre las niñas, así como contempla una afección psicológica de la que padecen algunos de los padres de las pequeñas: el “*logro conseguido por distorsión*”. Consiste en que los padres no son capaces de diferenciar sus necesidades de las de sus hijas, por lo que, ante la necesidad de sentirse exitosos y la obsesión por entrar en los medios, empujan a sus hijas a tener cierta apariencia y comportamiento¹¹.

IV. ¿Por qué hablar de sexualización y por qué esto es importante?

La sexualización prematura acarrea muchos contratiempos en el desarrollo psico-afectivo de las menores. El impacto de este fenómeno se evidencia, fundamentalmente, en tres esferas: la fortaleza psicológica, el desarrollo de la sexualidad y el abuso sexual infantil.

Respecto al primer punto, la Asociación Americana de Psicología emitió un informe indicando la relación entre el énfasis prematuro que las jóvenes tienen que soportar en su aspecto físico y el sexo, y tres de los problemas de salud mental más comunes en mujeres y niñas: trastornos de alimentación, baja autoestima y depresión¹².

⁹ GIROUX, H. A. (2003). *La inocencia robada. Juventud, multinacionales y política cultural*. Ediciones Morata, S.L. (Madrid), p. 59.

¹⁰ MCCONNELL, C. (2001). *An object to herself: The relationship between girls and their bodies*. Dissertation Abstracts International, 61(8B), p. 4416. Slater, A., & Tiggemann, M. (2002): *A test of objectification theory in adolescent girls*. *Sex Roles*, 46, 343-349.

¹¹ CARTWRIGHT, M. M. (2012) *Princess by Proxy: What Child Beauty Pageants Teach Girls About Self-Worth and What We Can Do About It*. *Journal of the American Academy of Child & Adolescent Psychiatry*. Volumen 51, Número 11 , pp. 1105-1107.

¹² APA, supra [2].

El fenómeno de la sexualización les está robando una etapa necesaria (la niñez), afectando su salud mental y crecimiento saludable. Cada día, los problemas de alimentación están afectando a personas más jóvenes. De igual forma, los complejos estéticos surgen a edades tan tempranas como la tierna infancia¹³. La noción idealizada de belleza que muy pocos pueden alcanzar, reforzada por los medios de comunicación, puede llevar hasta la dismorfia corporal¹⁴.

Segundo aspecto: el desarrollo sexual. Al tratarles como adultos en miniatura a seres que carecen de la habilidad cognitiva y madurez para diferenciar lo bueno de lo malo, los menores internalizan los mensajes a los que son expuestos.

Las niñas reciben una estimulación permanente respecto a que lo que importa es cuan provocativas lucen, bombardeadas con este poderoso mensaje por vídeos musicales, canciones, películas, videojuegos, tiendas de ropa, etc. Con la proliferación viene la normalización, siendo así como los infantes imitan modelos sexys cuando ni siquiera han alcanzado el desarrollo psicobiológico para estos fines. ¿Resultado? Moldeamos la mente de modo que la primera experiencia sexual se tiene a edades más tempranas, ya que sus únicos requisitos son el consentimiento y la oportunidad, y la inocencia infantil se va perdiendo a marchas forzadas.

Al afirmar esto te pueden tildar de conservador y opuesto a la modernidad sexual, críticas que no toman en cuenta la preocupación por el bienestar social. Pensemos un poco: si el sexo no se limita al contexto del matrimonio y la reproducción, ¿a qué contexto pertenece? Sexo sin responsabilidad en nombre de las libertades sexuales.

Por último, está la contribución del objeto de análisis en la amenaza más grave: el abuso sexual de menores, que se encuentra al extremo de las consecuencias de la sexualización. Algunos argumentan que este mal no sólo debe evaluarse por el horrible comportamiento de los depredadores sexuales, sino que debe situarse en un conjunto más amplio de las formaciones culturales¹⁵: buscar la atención sexual puede ser precursor de conductas de alto riesgo.

¹³ JORDAN, P. (2011). *The Curious Childhood of an 11-Year Old Beauty Queen*. Disponible en: <http://www.bronxbanterblog.com/2011/09/15/the-curious-childhood-of-an-11-year-old-beauty-queen/>. [Fecha de consulta: 6/4/2014].

¹⁴ FERRANDIS, T. (2011). *La maldición de las niñas Barbie*. La Razón (23/5/2011).

¹⁵ GIROUX H. A. (1998). *Nymphet Fantasies: Child Beauty Pageants and the Politics of Innocence*. Duke University Press. Social Text, No. 57, pp. 31-53.

No se trata de decir que los secuestradores y pedófilos no son amenazas, sino que estas figuras resultan la excusa perfecta para eludir la responsabilidad que tienen ciertos valores y formas sociales como amenaza para el bienestar y la salud de los infantes. Esa vinculación entre las imágenes sexualizadas de personas con edad temprana y la violencia es el objeto de un análisis impulsado por la corona británica¹⁶.

V. Los países toman cartas en el asunto:

Muchos gobiernos se percatan de la situación y toman medidas para frustrar su avance. En 2001, la representante de la Santa Sede en Japón intervino contra la explotación de los niños, indicando que “los niños tienen derecho a una infancia inocente”, pero “se los priva cada vez más de [ella]”¹⁷.

Reino Unido ha llegado a debatir el tema en el parlamento¹⁸; tienen el uso comercial de los niños bajo la lupa. En Australia, un Comité del Senado realizó una consulta pública, concluyendo que la sexualización inapropiada de los niños es una preocupación creciente y un desafío cultural significativo¹⁹.

Hay zonas geográficas donde se han tomado medidas más contundentes, como en Francia y San Petesburgo. El Senado francés aprobó en septiembre de 2013 un proyecto de ley para prohibir la participación de menores de 13 años en concursos de belleza²⁰, enmienda diseñada para proteger a las niñas de ser obligadas a adoptar roles de seducción de manera prematura; falta la aprobación de la Asamblea Nacional para que la medida sea efectiva. San Petesburgo, la segunda ciudad rusa, aprobó en marzo de este año la prohibición de los concursos

¹⁶ PAPADOPOULOS, L. (2010). *Sexualisation of young people review*. Estudio patrocinado por la corona británica. Disponible en: <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20100418065544/homeoffice.gov.uk/documents/sexualisation-young-people.html>. [Fecha de consulta: 13 de abril de 2014].

¹⁷ Intervención de la Representante De La Santa Sede en el Congreso contra la Explotación Sexual De Los Niños, Yokohama (Japón), 21/12/2001. Disponible en: http://www.vatican.va/roman_curia/secretariat_state/documents/rc_seg-st_doc_20011221_children_sp.html. [Fecha de consulta: 3 de abril de 2014].

¹⁸ OPPENHEIMER, W. & NOGUEIRA, C. (2011). *No tan pronto, por favor*. El País (12/6/2011).

¹⁹ Australian Senate Committee. (2008). *Sexualisation of Children in the Contemporary Media*. Parliament House: Canberra.

²⁰ Ministère des Droits des Femmes (2014). *Projet de loi pour l'égalité entre les femmes et les hommes*. Dossier de Presse. Gouvernement français.

infantiles de belleza por considerarlos nocivos para el bienestar psicológico de las niñas.

Quedan por mencionar los países que quieren seguir los pasos de Francia y la ciudad rusa: Colombia y Bolivia, donde se proyectan la prohibición de dichos certámenes.

VI. Conclusiones:

Hoy, la sexualización de las niñas es prevalente. Es una tendencia cultural que se distribuye de manera eficaz por todo el sistema a través de la publicidad y los concursos infantiles de belleza, donde se reproducen los patrones de los cánones de belleza actuales.

Se trata de un problema que provoca daños más graves que el usar mucho maquillaje con poca edad para una foto o un certamen de belleza: tiene que ver con la construcción de la identidad femenina. Como aprenden a valorarse en base al atractivo y deseo que despierten, es normal que un número ascendente de niñas y jóvenes a las que se les está despojando de su inocencia aprendan a valorar más lo “sexy” que lo “dulce”.

Apreciar a las niñas por su aspecto físico y hacerlas crecer pensando que la apariencia es lo más importante, es un error. Así, están aumentando los padecimientos de trastornos alimenticios y depresión en personas cada vez menores. Igual, el incremento de la pedofilia y pederastia debe analizarse con profundidad para identificar el aporte de la sexualización en este aspecto.

Si la sexualización de las niñas es una extensión lógica de nuestra cultura sexual, entonces el clamor en defensa de la inocencia infantil en el fondo es un verdadero movimiento para moldear la cultura circundante. Para disminuir el impacto emocional que provoca en las niñas ser mujeres en miniatura, hay que forjar una sociedad donde esas actitudes no tengan éxito para que disfruten de su infancia y desarrollen un proceso erótico a su ritmo.

Pensemos en el mensaje que la sociedad les envía a los pequeños, así como en las repercusiones de eso en su salud mental. Desarrollemos estrategias para determinar qué individuo es demasiado joven para ser protagonista de campañas y actividades que apelan a la sexualidad y los convierten, inevitablemente, en objetos del deseo. Alejemos nuestras niñas de los factores de riesgo haciendo todo para evitar su cosificación.