

SEXUALIZACIÓN PERCIBIDA EN LOS ESTILISMOS DE MODA DE NIÑAS: UN ANÁLISIS TRANSCULTURAL EN ESPAÑA-CHINA

Dra. Mónica Díaz-Bustamante-Ventisca, Dra. Carmen Llovet-Rodríguez
y Dra. María-José Narros-González
<https://doi.org/10.3916/C65-2020-07>

INTRODUCCIÓN



Infancia,
atender a elementos sexualizantes los mismos que sexualizan a los adultos y que se reproducen en los productos de moda infantil.



Sexualización,
creciente preocupación por el aumento de la sexualización temprana de la infancia, impulsando el estudio de medidas para combatir la hipersexualización de la infancia.



Alfabetización mediática,
es importante educar a los menores en la producción responsable de mensajes mediáticos.

METODOLOGÍA

Encuesta

750 estudiantes universitarios

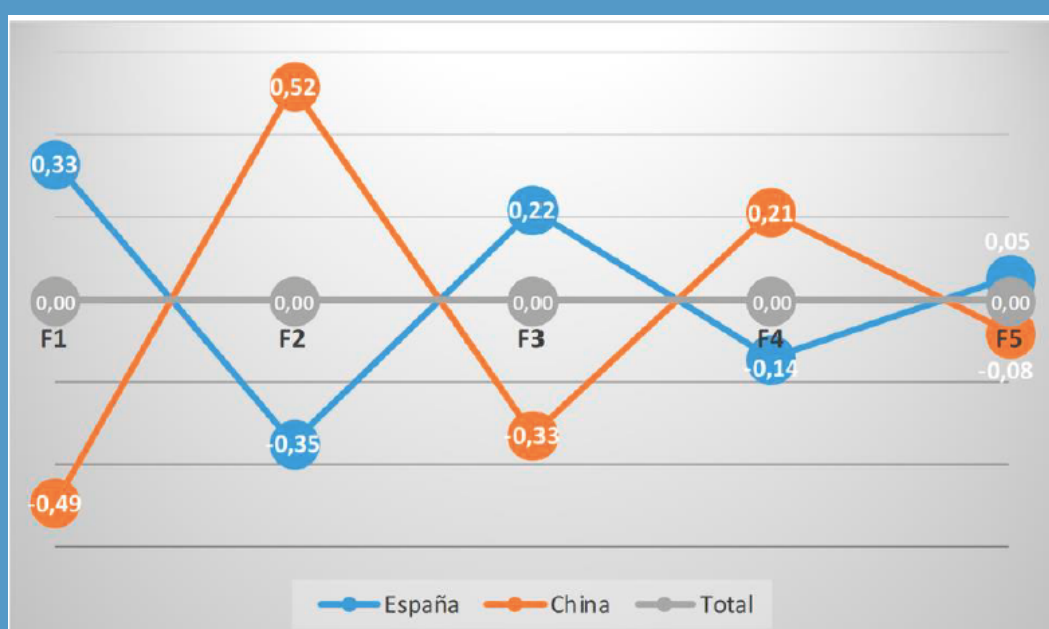
España (N=449) y en China (N=301)

4 imágenes de estilismos de niñas - Revistas de moda

«Cadeaux»
de «Vogue Paris» nº 913

«Telva Niños» nº 17

«Hola Especial Niños» nº
3.658



CONCLUSIONES



La sexualización en niñas está determinada por los gestos y posturas que adoptan, por el escenario que las rodea y por las palabras o ilustraciones que exhiben en las prendas o complementos que llevan.



Las diferencias culturales, asociadas al país de origen de la audiencia de un medio que difunde estilismos de moda infantil, condicionan significativamente la percepción o no de sexualización de las niñas que se muestran en ese medio.



Hay que sensibilizar sobre el fenómeno y sobre los efectos perjudiciales que tiene para los menores, especialmente a través de la formación en deontología para los futuros profesionales de la comunicación.

Comunicar

www.revistacomunicar.com