

# Imágenes que provocan estragos

Laura E. Asturias • leasturias@gmail.com  
La Opinión (Guatemala), Año I, No. 257, 26-II-2007

La Asociación de Psicología de los Estados Unidos (APA) adoptó en 1994 una política sobre la violencia en los medios de comunicación. Diez años después publicó un informe que examinaba asuntos relacionados con la niñez y la publicidad. En el 2005, una nueva política referida a la violencia en los videojuegos y los medios interactivos documentó el impacto negativo que la exposición a las violentas imágenes de éstos tiene en niños, niñas y jóvenes.

Sin embargo, tales resoluciones e informes no enfocaron la sexualización. Por ello fue creado el Grupo de Trabajo de la APA sobre la Sexualización de las Niñas, cuyo fin era examinar la teoría psicológica, investigación y experiencia clínica que abordan las formas en que se sexualiza a las niñas a través de los medios de comunicación y otros mensajes culturales.

El informe del Grupo de Trabajo, publicado el pasado 19 de febrero, define la sexualización como “lo que ocurre cuando el valor de una persona proviene sólo de su atractivo o conducta sexual y se excluyen otras características”. A esa persona se le impone la sexualidad en forma inapropiada y se le convierte en una ‘cosa’ para ser usada sexualmente por alguien más, en vez de ser vista como una persona con capacidad de actuar y tomar decisiones de manera independiente.

La imposición inapropiada de la sexualidad es especialmente relevante a niñas y niños, señala el informe. Aunque todas las personas (jóvenes y adultas, mujeres y hombres) pueden ser sexualizadas, cuando a niñas y niños se les expone a la sexualidad adulta, esto no es algo que escojan por decisión propia, sino les es impuesto. Por otro lado, el Grupo de Trabajo aclara que, en su definición, la exploración sexual auto-motivada no constituye sexualización, como tampoco lo es exponer a niñas y niños a una información sobre la sexualidad que sea adecuada a su edad.

El Grupo revisó diversos estudios cuyos hallazgos indican que las mujeres, más a menudo que los hombres, son mostradas en una forma sexual (con ropa reveladora, en posiciones o con expresiones faciales que implican disposición sexual) y cosificadas (se las utiliza como objetos decorativos o partes corporales, no como personas completas). Además, esas imágenes enfatizan marcadamente un estándar estrecho e irrealista de belleza física. Todos éstos son los modelos de feminidad que se presentan para que las niñas y jóvenes los observen e imiten.

Una “traviesa” Christina Aguilera anuncia zapatos Skechers con un diminuto uniforme colegial, una mirada muy sensual, la blusa desabotonada y lamiendo un chupete. Se ofrecen tangas a niñas de siete a diez años. En un programa televisivo de modas, modelos adultas en prendas sensuales son presentadas como adolescentes. Abundan los ejemplos de la sexualización de las niñas en la publicidad comercial.

La Dra. Eileen L. Zurbriggen, presidenta del Grupo de Trabajo de la APA y profesora asociada de Psicología de la Universidad de California en Santa Cruz, advierte que hoy día “las consecuencias de la sexualización de las niñas en los medios son muy reales y tienden a influir negativamente en el sano desarrollo de las jóvenes”. Existen pruebas que permiten concluir que la sexualización tiene efectos dañinos en una variedad de ámbitos, incluyendo el funcionamiento cognitivo, la salud física y mental, un desarrollo sexual saludable, la sexualidad, las actitudes y creencias.

La sexualización y cosificación socavan la confianza que las niñas y las mujeres jóvenes sienten respecto a su cuerpo, ocasionándoles problemas emocionales y de autoimagen, como vergüenza y ansiedad. Se vinculan a problemas de salud mental diagnosticados en niñas y mujeres, entre ellos

trastornos alimenticios, baja autoestima y depresión. Además les impiden desarrollar una autoimagen sexual saludable.

Según el informe, una constante exposición a imágenes mediáticas que sexualizan a niñas y mujeres afecta la manera en que ellas conceptualizan la feminidad y la sexualidad. Aquéllas que con mayor frecuencia miran los contenidos de los medios masivos suelen apoyar más fuertemente los estereotipos que muestran a las mujeres como objetos sexuales. También consideran que el principal valor femenino está en la apariencia y el atractivo de su físico.

La sexualización de las niñas puede tener impactos negativos también en otros grupos. La exposición a estrechos ideales de atractivo sexual femenino podrían dificultarles a algunos hombres encontrar una compañera “aceptable” o disfrutar plenamente la intimidad con ella, mientras que las mujeres adultas pueden sufrir al tratar de encajar en el ideal de la belleza femenina. Otros efectos son un mayor sexismo; menos mujeres jóvenes que estudian ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas; tasas más elevadas de acoso y violencia sexuales, como también una mayor demanda de pornografía infantil.

Dado que los medios son grandes fuentes de este tipo de imágenes, el informe de la APA insta a madres, padres, autoridades escolares y todos los profesionales de la salud a mantenerse vigilantes en cuanto al impacto que la sexualización podría tener en niñas y mujeres jóvenes, como también a analizar los medios con niñas y niños para influir en la forma en que los mensajes de éstos son interpretados. Además recomienda que las escuelas brinden a las y los estudiantes herramientas que les hagan posible examinar los contenidos mediáticos e incluyan en los programas de educación sexual información sobre los efectos negativos de la sexualización de las niñas.

Por supuesto, lo urgente es transformar todo aquello que es fuente de opresión femenina, porque la sexualización de las mujeres y las niñas no es otra cosa que producto de un sistema que ve sus cuerpos como mercancía, no sólo para el placer de los hombres, sino también para el lucro de las grandes corporaciones, especialmente en un mundo globalizado en el que se desdibujan todas las fronteras, incluso las de la ética.