

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

NADA HUMANO ME ES AJENO

COLEGIO DE HUMANIDADES y CIENCIAS SOCIALES
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

**Plan de comunicación para disminuir
la hipersexualización infantil en entornos de redes
sociales y medios de comunicación desde un enfoque
de comunicación y cultura**

TRABAJO RECEPCIONAL

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADAS EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

P R E S E N T A N

**PAOLA GUADALUPE AGUIRRE URBINA
ANA ITZEL DEL MORAL DÍAZ**

DIRECTORA **MTRA. MAYBEL FELIPA PIÑÓN LORA**
CODIRECTORA **MTRA. LETICIA GALLEGOS DUARTE**

Ciudad de México, junio de 2026.

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS[©]

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

Paola
Agradecimientos

A mi madre

A mi madre, por acompañarme y sostenerme a lo largo de este camino, aun cuando muchas veces las circunstancias parecían difíciles.

Gracias por todo el esfuerzo que hiciste por mí, por trabajar y apoyarme económicamente para que pudiera continuar mis estudios, incluso cuando tú no tuviste la oportunidad de aprender más.

Sé que en ocasiones te frustraba no poder ayudarme de manera académica, pero nunca necesitaste hacerlo para demostrarme tu amor y apoyo. Tu esfuerzo, tus sacrificios y tu manera de estar presente fueron más valiosos que cualquier otra cosa. Cada ayuda económica, cada preocupación y cada intento de apoyarme, aunque sintieras que no sabías cómo, significa muchísimo para mí.

Este logro también te pertenece, porque detrás de él está la historia de una mujer fuerte, trabajadora y valiente que, a pesar de las limitaciones y dificultades de la vida, hizo todo lo posible para que yo tuviera oportunidades que ella no pudo tener. Gracias por nunca dejarme sola y por creer en mí a tu manera.

Te amo profundamente y espero que este trabajo sea un reconocimiento a todo lo que has hecho por mí.

A mis hermanas

A mis hermanas, gracias por acompañarme durante este proceso, por su cariño, sus palabras de ánimo y por estar presentes en los momentos difíciles y felices. Su apoyo y compañía hicieron este camino más ligero y significativo para mí. Las amo.

A mi bebé

A mi bebé, que aún no nace, pero que desde su llegada a mi vida se convirtió en una de mis mayores motivaciones para seguir adelante y concluir esta etapa. Gracias por darme una nueva fuerza, ilusión y esperanza incluso antes de conocerte.

A mí

A mí, por no rendirme aun en los momentos más difíciles, por seguir adelante con miedo, cansancio e incertidumbre, y por demostrarme que soy más fuerte de lo que alguna vez creí.

A la UACM

A la UACM, por brindarme las herramientas, conocimientos y experiencias que hicieron posible mi formación académica y personal a lo largo de esta etapa.

A mi amiga y compañera Ana Itzel

A mi compañera, colega y amiga de titulación, por compartir conmigo este proceso, el esfuerzo, las ideas y cada reto que implicó la realización de este plan comunicativo.

Gracias por tu compromiso, apoyo y por hacer de este camino una experiencia más llevadera y significativa. Te quiero mucho.

Itzel

Agradecimientos

Quiero expresar mi más profundo y sincero agradecimiento a todas las personas que, con su apoyo, colaboración y cariño, han sido parte importante en la realización de este trabajo, pues Dios ha puesto en mi camino a personas sabias y llenas de bondad, que me han ayudado y acompañado en todo momento.

De manera especial, agradezco infinitamente a **Dios**: por estar siempre a mi lado, por su amor, por su gracia, por su misericordia, por estar conmigo en todo en todo momento y, sobre todo, por regalarme la sabiduría, el entendimiento y el valor necesario para continuar, aprender y llegar hasta aquí. **Ebenezer**.

A mis padres

Con todo mi cariño y gratitud, les dedico estas líneas. Gracias por ser mi gran pilar y mi mayor apoyo durante mi vida y mi etapa académica, por no dejarme desfallecer y darme siempre ánimos para continuar. Gracias por cuidarme, alentarme y estar presentes en cada momento, siendo ustedes el regalo más hermoso que Dios me dio. Este logro también es suyo, porque sin ustedes nada de esto sería posible. ¡¡¡LOS AMO MUCHO!

A mis hermanos:

Quiero agradecerles de todo corazón por ser siempre un apoyo incondicional para mí. Gracias por ser mis hermanos, por ser una bendición en mi vida, por brindarme su ayuda, su cariño y su respaldo siempre que lo he necesitado. Gracias por acompañarme, por alentarme y por ser parte importante de cada uno de mis logros. Tenerlos como hermanos es una de las bendiciones más grandes que tengo, y sé que todo esto también es posible gracias a ustedes. ¡¡LOS AMO!!

A mi amiga y compañera Paola

Amiga, compañera y colega, no tengo palabras para agradecerte todo lo que hemos vivido juntas. Desde el curso de integración y a lo largo de todos estos semestres, compañeros fueron y vinieron, pero tu has sido mucho más que una compañera, eres una gran amiga que siempre ha estado a mi lado. Gracias por caminar conmigo desde el principio, por estar siempre ahí, trabajando juntas en todo momento, en las risas, cansancio, ánimos, consejos. desvelos y estrés de trabajos.

Gracias por ser mi gran compañera en la realización de este trabajo. Gracias por tu apoyo y motivación constante, por estar siempre presente y por hacer de este camino algo mucho más bonito y ligero. ¡Te quiero mucho amiga!

A mis directoras y lectoras

Quiero expresar mi más sincero y profundo agradecimiento a cada una de ustedes. Gracias por haber aceptado ser parte fundamental de este trabajo, por el tiempo dedicado, por su valiosa disposición y por compartir conmigo sus conocimientos y experiencia. Gracias por sus observaciones, sus orientaciones y por la guía que me brindaron, lo cual fue de gran ayuda para poder concluir y enriquecer este proyecto. Su apoyo profesional hizo posible llegar hasta aquí, y por ello les estaré siempre muy agradecida.

Gracias por todo: **Dra. Olga Rodríguez Cruz, Mtra. Maybel Felipa Piñón Lora, Mtra. Leticia Gallegos Duarte, Mtra. Indira Sybila Acevedo Melo y Dra. Mercedes Arce Rodríguez.**

A mi Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM)

Agradezco profundamente a la UACM, por haberme dado la gran oportunidad de ingresar y cursar mi carrera. Gracias por brindarme la educación, el respaldo y todo lo necesario para prepararme y llegar hasta aquí. Siempre llevaré con orgullo el haber sido parte de esta universidad.

Mi gratitud infinita para todos los profesores y profesoras que estuvieron conmigo, que me enseñaron, me corrigieron y me impulsaron a ser mejor. Gracias por su entrega y por todo el conocimiento que me regalaron, por su cariño, su tiempo y por el apoyo invaluable que siempre me brindaron. Gracias por ser mis grandes maestras y guías **Jalife Montalvo, Arturo Perrusquia, Ana Laura Ramos, María Asunción Jiménez Mier y Terán, Rosa María Torres Bustillos, Alicia Pastrana, Rebeca Domínguez Cortina, Goovinda Penélope Juárez Rodríguez, Juan Carlos López Martínez, Juan Gabriel Delgado, Tania Barberán, Alejandro Díaz Bueno, Rosa María Macías, Blanca Estela Pérez, María Eugenia De la Garza, Arturo Javier Rodríguez y Rodrigo Leyva.**

Gracias, por los compañeros y amigos que me dio la Uacm: **Jessica, Antonio, Jocelyn, Susan, Jaz y Estrella** por ser mi pequeña familia dentro de la universidad. Gracias por su apoyo constante, por estar siempre presentes, por ayudarnos mutuamente y por hacer de estos años una experiencia inolvidable.

Gracias por cada consejo, cada palabra de aliento y por la bonita amistad que nos une.

ÍNDICE

	Introducción	2
	Justificación Social y Comunicativa	5
	Preguntas de investigación y preguntas particulares	7
	Objetivo general de la investigación y objetivos particulares de la investigación	8
	División del Trabajo	9
	Capítulo I. Acercamiento conceptual sobre la hipersexualidad infantil	11
	Planteamiento del problema social	22
	Causas y consecuencias de la hipersexualización infantil	25
	Macro Social	28
	Micro Social	39
	Planteamiento teórico o conceptual del problema comunicativo	50
	Análisis de las estrategias desde la comunicación que se han implementando sobre el tema	54
	Capítulo II. Estrategia metodológica para el desarrollo del diagnóstico del plan comunicativo	57
	Objetivo de la Estrategia Metodológica Seleccionada	61
	Metodología cuantitativa	63
	Instrumento de Investigación Cuantitativo	64
	Categoría de Análisis: cuadro	77

	Análisis e interpretación de resultados del sondeo	96
	Conclusiones del sondeo	129
	Metodología cualitativa	131
	Análisis y codificación del Taller Lúdico	141
	Conclusiones del taller lúdico	151
	Cuadro análisis de la entrevista semiestructurada	153
	Triangulación de resultados de datos.	165
	FODA	170
	Conclusiones	173
	Capítulo III. Propuesta estratégica de intervención	176
	Presentación y justificación de la propuesta estratégica de intervención.	177
	Justificación del Proyecto	178
	Objetivo general y particulares de intervención.	179
	Beneficiarios del plan de comunicación directos e indirectos.	181
	Selección de tácticas en la estrategia	184
	Actividades	186
	Desarrollo de la propuesta y metas a corto, mediano y largo plazo.	188
	Criterios de viabilidad.	201

	Desarrollo de la estrategia a partir de un programa táctico.	216
	Elaboración del presupuesto.	242
	Cronograma	257
	Diseño de bocetos	260
	Propuesta de evaluación del Plan estratégico y táctico	275
	Alcances y límites del Plan de Comunicación que se presenta	283
	Reflexiones éticas y conclusiones generales	285
	Fuentes de Consulta	289
	Anexos	294

Introducción

El presente trabajo tiene como propósito desarrollar un plan de comunicación para atender una problemática tanto social como comunicativa, en un contexto real.

Su objetivo principal es analizar la influencia de los medios de comunicación y redes sociales en el tema de la hipersexualización infantil, con el fin de generar estrategias y tácticas comunicativas que permitan intervenir y ofrecer soluciones efectivas.

Apostamos, como punto de partida, a una noción de la comunicación entendida como una práctica social (por ello, quien la estudie y se diga profesional de la comunicación tendrá que insertarse y desempeñarse profesionalmente en el ámbito social) que permite el encuentro e intercambio de sentidos y significados: conceptos, ideas, una visión de la vida y del mundo, que ocurre permanentemente entre dos o más personas (ante esto el profesional de la comunicación deberá comprender las dimensiones de expresión, difusión, interacción y estructuración de todo fenómeno comunicacional (Macías y Cardona, 2007)

La preocupación sobre el tema de la hipersexualidad de las infancias, es de suma importancia e interés, porque observamos que hay una gran deficiencia en la información y una alta exposición de contenidos inadecuados en los medios de comunicación y redes sociales, así como la insuficiente orientación, del cuidado sexual, hacia los menores.

Puesto que en México, existe aún, un gran tabú, respecto a los temas de sexualidad, que no han sido abordados correctamente entre las familias y las escuelas, lo que impide tener un mejor desarrollo sano e integral.

Y como consecuencia, esto los pone en riesgo al exponerse a contenidos inapropiados para su edad, generando conductas hipersexualizadas.

Es por esto, que surge la necesidad de elaborar este plan de comunicación, que tiene como objetivo analizar esta problemática y crear estrategias que permitan proteger y prevenir hipersexualización y que además los niños y niñas, comprendan que su valor, no se mide por la “popularidad” en medios de comunicación y redes sociales, ni por la opinión de terceros.

Para ello, se decidió trabajar con la población infantil de la primaria pública llamada “*Fray Martín de Valencia*”, que se ubica en la alcaldía Iztapalapa, en la Ciudad de México; con niños y niñas de 11 y 12 años de edad, que cursan 5to y 6to, grado de primaria, los cuales están conformados por los grupos “A” y “B” del turno vespertino. Cabe mencionar que esta zona, presenta índices importantes de violencia y de acoso escolar infantil, lo que hace más necesaria la intervención.

Sobre dicha información, en La Jornada, Datos del Consejo Ciudadano, señalan que esta demarcación concentra gran parte de reportes de agresiones, que incluyen violencia física, verbal, psicológica y cibernética.(Ramírez,2025).

Donde se registran niveles importantes de violencia al interior de los hogares, afectando aproximadamente al 16.2% de las familias, según cifras del INEGI.(ENDIREH, 2021)

Es por esto que para dicha problemática, se realizaron talleres lúdicos con actividades dinámicas, que permitieron una mejor observación e interacción de los niños y las niñas, con el propósito de identificar el impacto y la afectación que esta genera.

Si bien, los medios de comunicación. pueden ser una forma divertida para que los niños se comuniquen, aprendan y se diviertan, pero es importante saber que el uso sin medida y supervisión, conlleva a que se expongan a riesgos. Por esto, es importante que los padres, madres y tutores, estén atentos a como el uso de los medios y redes sociales, puede afectar su comunicación y comprensión de la sexualidad.

Por ello, se debe garantizar un uso seguro de las plataformas, donde los menores estén utilizando los medios de comunicación, de una manera adecuada y responsable. Asimismo, es indispensable tener una educación integral de la sexualidad y que padres, madres y tutores, tengan una mayor comunicación, con los menores, saludable y respetuosa, con el fin de favorecer un desarrollo integral y sano a lo largo de su vida

JUSTIFICACIÓN

SOCIAL:

Consideramos que como justificación social es importante, ya que la hipersexualización en las infancias, se observa en la sociedad actual, la cual es influenciada por los medios de comunicación y redes sociales, en las distintas formas en que se presentan, que van desde la exposición a contenidos inadecuados, uso de lenguaje y expresiones inapropiadas, vestimenta y normalización de conductas que no van acorde a su edad. Puesto que frecuentemente, estas situaciones son pasadas por alto normalizadas o minimizadas por las personas adultas, ya sea por desinformación, respecto al tema o por otras percepciones que impiden actuar a tiempo para proteger a quien está en situación de vulnerabilidad, que en este caso , son los menores.

Por ello, señalamos que es necesaria la protección, prevención y una mejor educación sexual integral, hacia la niñez, para generar conciencia en la población, disminuir esta problemática, en la que se pueda brindar información y herramientas para identificar conductas y riesgos , a los que puedan estar expuestos, con el fin de que se tomen iniciativas para guiar, prevenir, cuidar y proteger su integridad.

JUSTIFICACIÓN COMUNICATIVA:

Como justificación comunicativa es importante abordar este tema, ya que los medios de comunicación y las redes sociales, tienen una gran influencia en la formación de la identidad y conductas en la niñez, puesto que transmiten mensajes, imágenes y modelos a seguir, promoviendo una visión distorsionada de la sexualidad y del valor que se tiene como personas. Dado que la información que reciben los menores no siempre es veraz y adecuada para su edad, que como consecuencia, puede llevarlos a la confusión y tener una percepción errónea, sobre lo que es normal y apropiado para su edad.

Asimismo, la comunicación, es una necesidad, la cual tiene la responsabilidad y el objetivo de intervenir y analizar este fenómeno, creando mensajes y estrategias que sirvan para educar, orientar y contrarrestar riesgos.

Por lo tanto, el presente Plan de Comunicación se justifica porque propone estrategias y herramientas diseñadas, específicamente para informar, concientizar y prevenir, con el propósito de generar un impacto positivo en la sociedad.

Pregunta de investigación

- ¿Cómo influyen las redes sociales y los medios de comunicación en la construcción y normalización de la hipersexualización infantil en entornos digitales?

Preguntas particulares

- ¿Cómo influyen las redes sociales y los medios de comunicación en la construcción y normalización de la hipersexualización infantil?
- ¿Qué papeles normativos existen en la protección de las infancias en entornos digitales?
- ¿Qué relación existe entre los factores macro y micro en la reproducción de la hipersexualidad infantil?
- ¿Qué deficiencias hay en la educación mediática y digital que puedan favorecer la normalización de este fenómeno?
- ¿Cuáles son las afectaciones que conlleva la hipersexualización infantil por el consumo de redes sociales y medios de comunicación?

Objetivo general de investigación

- Analizar la influencia de las redes sociales y medios de comunicación que construyen y normalizan la hipersexualización infantil en entornos digitales.

Objetivos particulares de la investigación

- Analizar el consumo de redes sociales y medios de comunicación que consumen las infancias.
- Investigar el papel de los marcos normativos existentes en la protección de las infancias en entornos digitales.
- Analizar la relación entre factores macro y micro en la reproducción de la hipersexualidad infantil.
- Identificar deficiencias en la educación mediática y digital que puedan favorecer la normalización de este fenómeno.
- Averiguar las afectaciones que conlleva la hipersexualidad infantil por el consumo de redes sociales y medios de comunicación

División del trabajo

El presente trabajo cuenta con tres capítulos.

Capítulo I. Acercamiento conceptual sobre la hipersexualización infantil, en el cual se encuentra el marco referencial, de conceptos vinculados al tema de la hipersexualización, que van acorde a dicha problemática.

Seguidamente se encuentra el planteamiento del problema, en donde se delimita y se define el problema que abordamos, con el fin de identificar y comprender la naturaleza del mismo, sus causas, sus implicaciones y posibles soluciones.

Después se encuentran los apartados de los enfoques macro y micro social donde se analizan y comprenden los marcos normativos y proyectos gubernamentales, académicos, periodísticos, entre otros, a nivel nacional e internacional, con respecto a la problemática de la hipersexualidad infantil, en el que se dan a conocer algunas de las instituciones, programas de apoyo, publicidades, campañas etc., que brindan apoyo en el cuidado infantil, así mismo las medidas y acciones que se han tomado. Esto con el fin de comprender la complejidad del fenómeno social que se pretende disminuir, siendo una herramienta útil para la investigación y con ello entender mejor el problema y el proceso de la hipersexualidad infantil en el que se observa una análisis de los enfoques macro y micro social.

En el capítulo II, Estrategia metodológica para el desarrollo del diagnóstico del plan comunicativo, se encuentran las metodologías de investigación,

(cualitativa y cuantitativa). La aplicación del instrumento de investigación, que se utilizó en el presente trabajo con el análisis e interpretación de resultados de las respuestas obtenidas. Y también se encuentra el cruce de datos y conclusiones de los análisis de las metodologías.

El capítulo cierra con la matriz (FODA), las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, el cual nos permite hacer un mejor análisis para el desarrollo estratégico para construir mejor el plan comunicativo y darle continuidad al capítulo III.

El tercer capítulo, se encuentra la propuesta estratégica de intervención, para disminuir la hipersexualidad infantil, asimismo las metas a corto, mediano y largo plazo y las 15 actividades a desarrollar con sus objetivos y los recursos tanto humanos como materiales. Después se encuentra el presupuesto y el cronograma de las actividades para una mejor organización, así mismo como el estado de viabilidad del plan, la propuesta de evaluación y el diseño de la publicidad.

Finalmente, se encuentra el apartado de conclusiones éticas y reflexiones, las referencias, anexos y la transcripción de las entrevistas, con el cual se cierra el plan comunicativo.



Capítulo 1

**Aproximación conceptual sobre la
hipersexualización infantil**

Capítulo I

Aproximación conceptual sobre la hipersexualización infantil

En este apartado explicaremos diversos conceptos, como orientaciones teóricas que enmarcan la presente investigación, con la finalidad de tener una mejor comprensión y con ello construir este plan comunicativo.

Es importante darle una definición exacta, a lo qué es la **hipersexualización infantil**. Según el Observatorio de la Infancia y Adolescencia de Andalucía, menciona que la hipersexualidad infantil hace que los niños y las niñas adopten, expresiones, actitudes, códigos de vestimenta y posturas, que no van de acuerdo a su edad.(Observatorio de la Infancia y Adolescencia de Andalucía, 2021, p. 15).

Bailey (2011), define como **hipersexualización**, a la **sexualización** de las formas de desarrollo, expresión y convivencia de las personas; esta idea es sustentada a través de los medios de comunicación, los cuales se encargan de bombardearnos con información y prejuicios, que influyen en la formación de estereotipos y afectación en el desarrollo adecuado desde una edad temprana, por lo que el problema de la hipersexualización afecta comúnmente con mayor fuerza a mujeres y niñas; la hipersexualización infantil es la atribución de un desarrollo precoz sexual en los infantes, que no es adecuado a su edad.

“Bailey define hipersexualización, como la sexualización de formas de desarrollo, expresión y convivencia de las personas...” (Bailey, 2011, p. 34).

Para ello es necesario entender el término de **sexualidad**, para darle un mejor contexto al tema en cuestión. El término de la palabra sexualidad, proviene de la palabra sexo, la cual tiene origen del latín **sexu** y va más allá del latín **sectus**, ya que significa corte o sección. El concepto de sexualidad es una característica propia de todos los seres humanos, la cual está relacionada con la capacidad de sentir placer y se manifiesta en las personas desde que nacen hasta que mueren, de distintas formas y en diferentes situaciones como la manifestación física, sentimental, emocional y transpersonal del impulso vital del placer, en las relaciones sexuales, en el que incluye: el sentido de identidad, la preferencia sexual, la intimidad, el intercambio afectivo en la relación de pareja y las relaciones interpersonales. Es la expresión de la experiencia sexual relacionada con pensamientos, fantasías y deseos (UNESCO, 2019, p. 12).

El concepto de sexualidad, de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2023), la define como:

"Un aspecto central del ser humano, presente que se da a lo largo de su vida. Que abarca al sexo, las identidades, los papeles de género, el erotismo, el placer, la intimidad, la

reproducción y la orientación sexual. Se vive y se expresa a través de pensamientos, fantasías, deseos, creencias, actitudes, valores, conductas, prácticas, papeles y relaciones interpersonales. En la sexualidad se puede incluir todas estas dimensiones, no obstante, no todas ellas se expresan siempre. La cual está constituida , por la interacción de factores biológicos, psicológicos,culturales, éticos, legales, históricos, religiosos , espirituales, sociales, económicos, políticos " (OMS, 2006).

Por lo tanto, la sexualidad se va desarrollando, en cada etapa de cada individuo, por elementos biológicos, y el entorno que lo rodea. Por ello es importante conocer, el proceso y descubrimiento del cuerpo, emociones y relaciones interpersonales que se dan en cada persona para el desarrollo y despertar sexual.

Freud y su psicoanálisis, menciona un concepto que atiende y describe, cómo las personas desarrollan su sexualidad; el término es **psicosexual**. Freud menciona que el término psicosexual, es la condición que empieza desde el nacimiento y durante el desarrollo de la infancia, ya que el ser humano busca satisfacción corporal, es decir, busca la gratificación de lo que llaman **libido**

El **libido** es una energía básica que acompaña los placeres de la vida, principalmente, se relaciona con el deseo sexual, los cuales son vitales para el ser humano, y no solo se centra en lo sexual, sino que este abarca, las motivaciones, el conocimiento, la relación social, así como las funciones principales del cuerpo, por ejemplo, la necesidad de comer, puesto que da la función del regulamiento intestinal y los movimientos corporales.

Es por esto que, para un desarrollo de la libido sana desde la **infancia**, tienen que involucrarse la familia del infante, padres o cuidadores; estos actores deben cumplir con las necesidades del niño, que se le brinde un entorno seguro,

afectuoso, respetuoso y responsable ya que esto puede ser un impacto en su desarrollo sexual. (FIDE, 2016, p.26).

Ahora bien, el concepto de **infancia** se ha construido a lo largo de la historia de la humanidad, debido a que, es una de las etapas del desarrollo humano con cambios biológicos, que comprende desde el momento del nacimiento hasta la entrada en la adolescencia. El término infancia viene del latín *infantia*, que significa “incapacidad para hablar”, aludiendo a la fase temprana de esta etapa en la que el niño o niña no tiene la capacidad para articular palabras, pero también al hecho de que antiguamente se consideraba que solo los adultos podían hablar en público (enciclopedia-significados, 2024).

Urbina-Medina (2015), dice que la infancia, es el período de mayor desarrollo en la formación de los niños y niñas, el cual es un periodo, que requiere que los infantes jueguen, sean felices, al completar sus necesidades básicas y crianza con amor, pues es en los primeros 8 años de vida donde se forma el desarrollo cognitivo, emocional y su identidad de género.

Jean Piaget, dio aporte a la teoría del desarrollo cognitivo y énfasis a la importancia de la infancia, que forma la construcción del conocimiento.

Por lo que él que divide, la infancia en cuatro etapas :

- La etapa sensoriomotora: Empieza de los 0 a los 2 años, donde los niños y niñas exploran su entorno a través de los movimientos y sentidos.

- La etapa preoperacional : Esta etapa comienza de los 2 a los 7 años de edad, en el que se desarrolla el lenguaje y la imaginación. Su pensamiento carece de lógica formal y es egocéntrico, al no aceptar fácilmente otros puntos de vista.

- La etapa de operaciones concretas: De los 7 hasta los 11 años de edad, se refuerza la capacidad física y mental, además de comprender, situaciones iniciales a partir de un resultado, como clasificar y seriar objetos.

- La etapa de operaciones formales: Comienza de los 11 años en adelante, en el que con mayor desarrollo el pensamiento lógico formal, el razonamiento y el pensamiento abstracto, como realizar operaciones, resolver problemas y razonar en distintas posibilidades de cualquier situación (Piaget, 1990, p.153).

Sin embargo, en México, el artículo 5º de la Ley General de los Derechos de las niñas, niños y adolescentes, define como infantes a las personas de 0 a 11 años y a los adolescentes a las personas que rondan entre los 12 y 17 años de edad.

Por consiguiente, las diferentes formas que existen para determinar la edad específica, de cuando empieza y termina la infancia, depende del entorno, social y cultural. Por esto Hendrick (2010) dice: “La infancia no es un rasgo natural o universal de los grupos humanos, ya que cambia constantemente. Sí, bien la inmadurez biológica es universal, en diferentes momentos de la historia las sociedades y culturas han interpretado la infancia de diversas maneras. Y sabemos muy poco, sobre la manera en que los niños experimentan la infancia dentro de su propio entorno cultural e histórico, como la participación de la toma

de decisiones de su familia, escuelas y vecindarios, en la manera de cuidado, el tiempo libre, costumbre y en las relaciones con los demás”.

Es por eso que durante el desarrollo y cuidado infantil se construye la identidad del niño o niña y con ello la **identidad de género**, la cual ayuda al bienestar psicológico, previene el acoso y la discriminación para que así el infante tenga un desarrollo pleno de vida y se cree una construcción más justa e inclusiva en la sociedad.

La psicóloga González (2020) explica que, la identidad de género se construye en la infancia temprana, a través del entorno familiar y se refuerza con lo social, es decir las influencias de su desarrollo y cómo el sujeto se siente uno mismo. La forma en que el cerebro interpreta, ¿quién es? y lo divide de lo que es el sexo biológico de la persona.

Los niños y niñas van identificando y aprendiendo conductas sociales del rol de género, "cosas que hacen los niños" o "cosas que hacen las niñas". Sin embargo, las preferencias que hay en el juego, son parte normal de la exploración y el desarrollo del género, independientemente de su futura identidad de género.

Como se ha mencionado anteriormente, cuando los gustos e intereses del infante son “distintos” de lo que es "ser mujer y hombre" como la sociedad espera, estarán expuestos a las crítica, prejuicios, acoso, rechazo e hipersexualización, en el que tendrán problemas en la conformación de su identidad, porque al ser bombardeados por los medios e ideas conservadoras, tienen una carencia de herramientas, lo que les impide tener identidad propia y al crecer se convierten en adultos reprimidos y depresivos por no encajar con los

roles de género impuestos socialmente. Por este motivo, los padres, madres y/o tutores, tienen una importante función, en reforzar la autoestima y seguridad de los niños y niñas en el que se puedan sentir cómodos, aceptados, libres y protegidos, de lo que ellos son como personas (Abric, 2001).

Es por esta razón que es importante **educar sexualmente** al infante, que aprenda a **cuidar su cuerpo** para que pueda tener un desarrollo sano y así crear su identidad de género sin presiones sociales.

La **educación sexual**, es un proceso de aprendizaje, su objetivo es dar información a niños, niñas y adolescentes para tener un sano desarrollo integral; abarca aspectos físicos, psicológicos, emocionales, sociales y culturales, que permite comprender su sexualidad y, con ello, tomar decisiones responsables, para tener una vida plena y saludable (OMS, 2023).

Uno de los propósitos de implementar una educación sexual sana en niños, niñas y adolescentes, es el de erradicar los mitos que existen sobre la sexualidad. Las personas adultas de la familia tienen el papel de cumplir con dicha información, y así asegurar el desarrollo evolutivo y cognitivo de la infancia. La educación sexual es una herramienta que se les brinda, por derecho, a los infantes para que desarrollen conocimientos y habilidades que ayuden a proteger su salud y bienestar.

Otro propósito importante de educar adecuadamente sobre la sexualidad, es el de prevenir enfermedades sexuales, abuso sexual, embarazos no planeados y discriminación por orientación sexual (UNFPA, s/f).

De igual forma, la educación sexual promueve la comprensión de los derechos humanos universales, la igualdad de género y el empoderamiento de los jóvenes. Sin embargo, las investigaciones han arrojado que infantes y jóvenes hacen una transición de la infancia a la edad adulta, con falta de información adecuada o incompleta, tabúes y estigmas, con carencia de capacitación docente y con falta de recursos y acceso (UNFPA, s/f).

El Diálogo Mundial de la Juventud del 30º aniversario de la Conferencia Internacional sobre la Población y el Desarrollo (CIPD30), exhorta a los gobiernos a implementar la provisión de educación sexual integral basadas en los planes de estudio escolares, tanto formales como informales, y que la información que proporcione este proceso educativo sea científicamente precisa, con base en pruebas, que sea culturalmente pertinente, sensible a la edad y al desarrollo, y que se capacite continuamente a los educadores. Se pretende que dicha educación tenga inclusión y contemple a personas con discapacidad y a la comunidad LGBTQIA+ (UNFPA, s/f).

Es por esto que la educación sexual y el cuidado del cuerpo, está interrelacionado, especialmente en la infancia y la adolescencia, porque contribuyen al bienestar integral de cada persona. Como hemos mencionado, la educación sexual, proporciona herramientas, para cuidar el cuerpo y tener una vida saludable, plena y responsable.

Para poder llevar a cabo un cuidado corporal infantil adecuado se tiene que atender la **diversidad corporal**. El cual es un término que tiene una construcción de larga data, la cual se entiende como el conjunto de múltiples diferencias y similitudes de cuerpos, los cuales no pueden estar asociados a un sólo y único

modelo. Dicho término, marca una variedad sin fin de singularidades en cada cuerpo (Consejo Nacional de Población, s/f).

El cuerpo es una construcción social, porque nacemos en una determinada familia, sociedad y contexto histórico, lo cual lo hace singular y único para cada persona. Por eso se debe entender que la diversidad en cada cuerpo es normal (Consejo Nacional de Población, s/f).

“En la actualidad, se está dando mayor visibilidad a modelos de cuerpo diversos y es muy importante tener en cuenta que la forma y el tamaño de cada cuerpo es resultado de múltiples factores como la genética, el entorno en el que creces y te desarrollas, las diferentes etapas vitales, la nutrición, las normas culturales y el estilo de vida. El cuerpo perfecto no existe. Recordemos que el tamaño de nuestro cuerpo y sus características, así como ocurre con nuestra personalidad, nos hace únicos. ¡La diversidad corporal es normal!” (Mondragón, 2007,p.156).

La **deficiencia en la comunicación y la educación sexual** constituye un factor relevante en la reproducción de representaciones limitadas y estereotipadas sobre el cuerpo. En muchos contextos, la educación sexual se reduce a contenidos biológicos o preventivos, dejando de lado dimensiones fundamentales como la construcción de identidad, la percepción corporal y la diversidad (UNESCO, 2018). Esta limitación contribuye a que niñas, niños y adolescentes desarrollen referentes incompletos o distorsionados sobre sus propios cuerpos y los de otros.

Desde la perspectiva de comunicación como construcción social de sentido, autores como Jesús Martín Barbero, señalan que los significados sobre el cuerpo no se adquieren únicamente en espacios formales, sino a través de mediaciones culturales, incluyendo los medios de comunicación y las redes sociales. En este sentido, cuando la educación sexual es insuficiente, los

discursos mediáticos adquieren un papel predominante en la formación de imaginarios corporales.

Para crear un cambio en la educación sexual dentro de la comunicación, debemos ir de menos a más por lo que haremos mención de acciones que se deberían implementar para erradicar la hipersexualización. Para ello retomaremos lo que dice *Martin-Delgado (2022)* y realizar las siguientes propuestas.

- Asistir a terapia psicológica para la evaluación de las menores de edad que hayan sido víctimas de hipersexualización, para descubrir ¿por qué están en busca de aprobación? y ¿Qué les produce?.
- Buscar talleres, artículos, revistas que aborden el tema de la hipersexualización para tenerla presente y poder identificar con mayor facilidad.
- Fortalecer la relación padres e hijos para que la comunicación sea eficaz y pueda ayudar al desarrollo, explicar que el valor de una persona no radica en cómo se ve físicamente, y que si se desea hacer un cambio sea por una idea bien sustentada desde el autoconocimiento.
- Limitar y supervisar el contenido que consumen en internet y cómo impacta en la formación de la identidad de las menores.
- Exigir mayor filtro en el contenido que se encuentra en redes sociales y publicidad donde aparezcan niños, para que no se vean influenciados por lo que hay a través de la pantalla.

Planteamiento del problema social

La hipersexualización infantil puede entenderse como un proceso mediante el cual se atribuyen a niñas y niños características, comportamientos o valores propios de la sexualidad adulta, es decir un adelanto sexual a su edad, principalmente a través de los medios de comunicación, la publicidad y las redes sociales. Este fenómeno reduce la identidad infantil a su apariencia física o atractivo, promoviendo representaciones que no corresponden a su etapa de desarrollo (American Psychological Association, 2007).

En este trabajo, se entiende la hipersexualización infantil como un fenómeno construido socialmente a través de discursos mediáticos y prácticas culturales en entornos digitales.

Para entender aún más la problemática de este fenómeno dentro del entorno digital, lo presentamos desde un enfoque comunicativo que entiende la comunicación como un proceso de construcción social de sentido y como una herramienta estratégica de intervención. Desde esta perspectiva, se retoman los aportes de Jesús Martín Barbero, quien permite comprender cómo las representaciones mediáticas se articulan con mediaciones culturales y prácticas sociales, influyendo en la forma en que se perciben fenómenos como la hipersexualización infantil.

Asimismo, se incorpora la visión de Jesus Galindo Cáceres, para quien la comunicación configura la realidad social a través de sus cuatro dimensiones¹, lo que resulta clave para analizar cómo este fenómeno se construye y normaliza en la vida cotidiana. Pues los medios de comunicación como las redes sociales contienen estas 4 dimensiones que hacen muy digerible para todo público la hipersexualidad.

La hipersexualización infantil es un fenómeno que afecta a niños, niñas y adolescentes y que ha sido invisibilizado, normalizado e incluso se ha legitimado por los medios de comunicación y redes sociales más usadas hoy en día. La infancia y adolescencia, al tener mayor acceso a dispositivos digitales (celulares, tablet, etc.), acceden a contenido apto y no apto, para su edad. Lo cual hace que se expogan a abuso sexual y psicológico, también alenta la pornografía infantil, la pedofilia, el bullying y el acoso en redes sociales (UNICEF, 2020).

Hoy en día, en México, una de cada 10 mujeres entre niñas y adolescentes de 12 a 17 años, reciben violencia y acoso por internet. En México, la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y uso de las Tecnologías de la Información de los Hogares (ENDUTIH, 2021) comunicó que más del 77.9% de la población infantil de 12 años en adelante, usan internet en cualquier dispositivo, esto es una estima de 104.2 millones de personas, de las cuales 22.2% de los niños de 12 a 16 años son víctimas de acoso cibernético; y un 29.2% de las niñas de 12 a 16 años son víctimas de ciberacoso.

¹ Según la comunicología propuesta por Jesús Galindo, las cuatro dimensiones básicas de la comunicación son: expresión, difusión, interacción y estructuración. Estas dimensiones permiten analizar la complejidad de los procesos comunicativos desde diversas perspectivas teóricas y prácticas.

Otro tipo de violencia que se da por la hipersexualización infantil, es la psicológica. Según la psicóloga infantil Úrsula Perona (2005), la hipersexualización desarrolla en los niños y niñas inseguridades, dismorfia corporal y un despertar sexual adelantado a su edad. Menciona, también, que las redes sociales alientan a las niñas a usar maquillaje y ropa provocativa, y a los niños a mostrarse sin camisa queriendo enseñar una musculatura demasiado desarrollada para su edad. Otro de los problemas psicológicos sociales que menciona la doctora Perona, es el problema de creer que el éxito, personal y social, está creado por la imagen y la opinión pública de otras personas, afectando su desarrollo personal, pues el infante al querer encajar en los estereotipos sexualizados, empezará a imitar conductas adultas, su forma de vestir, actuar y expresarse, esto tiene como resultado un alejamiento de su propia personalidad, por el deseo de querer encajar en una etapa que no le corresponde, haciendo que niños de entre 8 a 12 años aceleren su etapa de niñez y entren en la transición de la adolescencia de un modo adelantado (El mundo, 2005).

Cabe mencionar que este fenómeno, puede ser uno de los tantos factores que llevan a consecuencias más graves como el abuso sexual infantil. Tomando como dato lo siguiente: el INEGI (2015) menciona que 1,764 por cada 100 mil niños es abusado sexualmente y 100 mil son tocados indebidamente. Siendo esto un modo de exponer a las niñas, niños y adolescentes a riesgos de violencia y extorsión (INEGI-MOCIBA, 2015) y sólo algunos de estos delitos son mencionados y llevados a juicio y otros quedan en el olvido por la vergüenza y el miedo que su agresor crea en ellos. Un 99% de los delitos quedan impunes, según el Colectivo Mujeres Puerto Vallarta y el Comité de América Latina y el Caribe para la defensa de los derechos de las mujeres (CLADEM, 2020).

Causas y consecuencias de la hipersexualización infantil

La hipersexualización infantil es el resultado de diversos factores, pero uno de los principales causantes y que ha cobrado mayor fuerza, son los medios de comunicación, en donde la gran parte de los contenidos, son de fácil acceso, para muchos menores, que acceden, sin ser conscientes de los riesgos a los que son expuestos. Asimismo, la búsqueda constante de reconocimiento y la influencia de figuras famosas, contribuyen en gran manera, a que la hipersexualidad infantil, se vuelva más evidente en la sociedad.

Ante la difusión masiva actual por internet, (Vizcaíno, 2019), nos dice que las redes sociales, confunden la exhibición de los cuerpos, con el éxito social, generando una percepción, que al actuar de tal modo, serán más modernos o populares; cuando en realidad, esto trae como consecuencia que pongan en riesgo su integridad.

Y en efecto, estas **consecuencias de la hipersexualización infantil**, generan daños a un desarrollo sano y falta de identidad, en el que asumen comportamientos que no corresponden a su edad y que dicha problemática se debe a la normalización en la sociedad, en el que se exponen a grandes riesgos, como ser víctimas de acoso, discriminación y explotación, tanto en redes y la vida real. Como lo señala (Bustamante, 2020) que los medios de comunicación y la publicidad, tratan a los menores como productos, en donde sólo resaltan, el cuerpo y la imagen; haciendo que ellos mismos, se valoren por su apariencia física.

A su vez, como otra de las consecuencias, es el desarrollo prematuro en niñas/os y adolescentes; son bullying, violencia de género, acoso, embarazos a temprana edad, enfermedades de transmisión sexual, etc. La Cámara de Diputados, (2019), realizó un foro de discusión del tema de la hipersexualización infantil en la que se recabó información que dice: *"durante los primeros 10 años, un niño forma su autoestima, identidad y confianza ante el mundo, por lo que si los padres no los ven, esta necesidad la cubrirá la sociedad y será aprendida en televisión, internet o redes sociales"*, si no actuamos e intervenimos para que el desarrollo de los niños sea adecuado y sano, los estamos poniendo en riesgo; la educación sexual, es un factor primordial en el desarrollo de las infancias; conocer su cuerpo, contar con información sobre métodos anticonceptivos, las enfermedades de transmisión sexual, etc.

Este tipo de agresiones violan los derechos del infante, por lo que es importante mencionar que en México, existen leyes como La Ley General de Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes, donde en los artículos 76 y 77 mencionan el derecho a la intimidad personal, familiar y a la protección de sus datos personales (Gobierno de México, 2022,p.33-34)².

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), los derechos de la igualdad y la equidad, la no discriminación, la libertad y la sexualidad, fomentan a

² "Artículo 76. Quienes ejerzan la patria potestad, tutela o guarda y custodia, deberán orientar, supervisar y, en su caso, restringir, las conductas y hábitos de niñas, niños y adolescentes, siempre que atiendan al interés superior de la niñez."

Artículo 77. Se considerará violación a la intimidad de niñas, niños o adolescentes cualquier manejo directo de su imagen, nombre, datos personales o referencias que permitan su identificación en los medios de comunicación que cuenten con concesión para prestar el servicio de radiodifusión y telecomunicaciones." (Gobierno de México. 2022, pág.33-34)

la protección del desarrollo seguro de la integridad y sexualidad de las personas. El desarrollo infantil es un proceso natural que no debe acelerarse, siendo el principal problema de la hipersexualidad infantil, ya que los niños tienen que vivir su etapa de desarrollo en las formas correspondientes, sanas y graduales (OMS, 2020).

De esta manera podemos observar que las causas y efectos de la hipersexualidad infantil son bastantes, aún no hay leyes o información digerible, que combata este fenómeno. No existen estadísticas funcionales que nos puedan ayudar a combatir este tipo de violencia, pues para el núcleo familiar, como para las políticas públicas, se ha normalizado al grado de invisibilizar este comportamiento.

Instituciones Internacionales involucradas en la problemática

Para nuestro plan comunicativo, es importante hacer una investigación y análisis sobre las instituciones involucradas que ayuden a combatir este fenómeno. Se indaga sobre las estrategias y actividades que las instituciones u organismos realizan. Además, se analizan, programas de apoyo gubernamentales, campañas publicitarias, artículos, leyes, etc, que se involucran en el bienestar y el cuidado de las infancias a nivel mundial. Esta información recabada, tiene el fin de prevenir el maltrato infantil y, por ende, disminuir la hipersexualidad infantil.

El análisis de dichas estrategias, se dará desde un ámbito universal de lo nacional local.

Fondo de la Naciones Unidas para la infancia (UNICEF)



(UNICEF,2020)

Desde el ámbito macrosocial, una de las organizaciones mundiales, que podemos encontrar es el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, (UNICEF), la cual ha desempeñado un papel fundamental en la promoción y protección de los derechos de la infancia a nivel global. A través de lineamientos, campañas y programas, UNICEF ha contribuido a posicionar la protección de niñas, niños y adolescentes como un tema prioritario en la agenda pública, incluyendo la regulación de entornos digitales y la prevención de riesgos asociados a la exposición mediática.

Siendo esta organización una autoridad para aquellas personas que se encargan del cuidado de las infancias, con acciones prácticas que salvaguarden su integridad.

Es por esto que el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), en coordinación con el Comité de las Naciones Unidas para los Derechos del Niño (CDN), trabajan para proteger sus derechos y cómo deben ser tratados en redes sociales, estableciendo medidas estrictas que protegen a los niños/as de contenidos engañosos y no apropiados para su edad; como la violencia de género, ataques cibernéticos y/o ciber agresión.

Así mismo promueve la educación primaria de las niñas y niños para asegurar un futuro donde se críen ciudadanos responsables; en el que promueve diversas iniciativas, en el que protege, salvaguarda la integridad y bienestar de los infantes, ante los riesgos y peligros en medios digitales y redes sociales. Estas convicciones de la UNICEF, se guía a partir de los derechos de los niños

estipulado por la Convención de los Derechos del niño, así mismo forma parte del Movimiento Mundial en favor de las infancias, llegando esta protección a más de 190 países y territorios por medio de programas en apoyo a los derechos infantiles (UNICEF, 2022).

Además, estas dos organizaciones, la UNICEF y la CDN, han creado recursos como son vídeos y guías, para enseñar y proteger a los niños/as en el entorno digital. Como son vídeos, que ayudan a abordar temas, sobre los riesgos a los que se pueden enfrentar en redes sociales, los niños/as y adolescentes.

Uno de los vídeos se denomina: "Los seguidores que tú no ves" y "La protección del derecho a la privacidad". El vídeo muestra la vida cotidiana de una niña, que se presenta ante un espejo, sin saber que extraños la observan al otro lado del cristal.

Este vídeo lleva a la reflexión sobre cómo la vida privada de los menores, puede quedar expuesta a los riesgos de las redes sociales, donde usuarios desconocidos pueden acceder, sin ningún tipo de restricción (UNICEF,2020).

Desde una perspectiva crítica, si bien estas acciones han permitido generar marcos de referencia y visibilizar problemáticas emergentes, su alcance enfrenta limitaciones importantes. En primer lugar, sus lineamientos no son de carácter vinculante, lo cual implica que su implementación depende de la voluntad política y las capacidades institucionales de cada país. En segundo lugar existe una brecha entre las recomendaciones internacionales y las prácticas cotidianas en

entornos digitales, donde la velocidad de circulación de contenidos y la lógica de las plataformas digitales dificultan la aplicación efectiva de medidas de protección.

Por otro lado, el mensaje de este material audiovisual, ya que es muy fácil de entender, sobre la importancia de la seguridad que deben tener los menores, siendo una gran herramienta de apoyo digital, para las escuelas., aunque la limitación que podemos encontrar, es que al no ser de difusión masiva , sólo puede acceder, quien realiza una búsqueda específica.

Movimiento Mundial por las Infancias de Latinoamérica y el Caribe El MMI-LAC



Movimiento Mundial por la Infancia de Latinoamérica y El Caribe. (2022)

Otro movimiento que abarca los programas que existen en el mundo para proteger a las infancias es el Movimiento Mundial por las Infancias de Latinoamérica y el Caribe (El MMI-LAC, 2023). El cual su misión es, dar seguimiento a lo que estipula la UNICEF, el cual es que se lleven a cabo el

cumplimiento de los derechos de los niños, niñas y adolescentes a nivel regional e internacional y que exista una efectiva coordinación entre sociedades civiles, Estados, organismos nacionales, internacionales y multilaterales; entre niños, niñas y jóvenes, para que los infantes tomen decisiones dentro de los espacios brindados para la realización de políticas públicas que les compete a favor de sus mismos derechos. El objetivo de este movimiento es el de frenar propuestas y reformas legislativas que deseen atentar contra la protección de los infantes (Movimiento mundial por las infancias de Latinoamérica y el Caribe, 2023).

El MMI-LAC, hace su intervención de la siguiente manera:

- Incidir a nivel regional, nacional e internacional a situaciones de urgencia que comprometan los derechos de las niñas, niños y adolescentes, así como la movilización necesaria para detener propuestas de reformas legislativas, que atentan contra la protección de la población entre otras iniciativas.
- Desempeñar un papel en la movilización social de los niños/as y adolescentes.
- Articular esfuerzos para una incidencia política más efectiva por los derechos de los niños, niñas y adolescentes, en el espacio regional acompañando y/o apoyando iniciativas que surjan de lo nacional y/o internacional.

- Promover el intercambio y la sistematización de experiencias exitosas y buenas prácticas para la realización de los derechos de los niños, niñas y adolescentes.
- Apoyar y promover una coordinación más extensa y efectiva entre la sociedad civil organizada, los niños, niñas y adolescentes, los Estados y las agencias y organismos internacionales y multilaterales (Movimiento mundial por las infancias de Latinoamérica y el Caribe, 2023).

El Movimiento Mundial por las Infancias de Latinoamérica y el Caribe El MMI-LAC, interviene en México como REDIM, el cual defiende y protege a las infancia apegándose a las leyes y normas que establece la UNICEF, desde sus políticas públicas que protege sus derechos, hasta dentro del enfoque mediático.

En el contexto latinoamericano y del Caribe, la protección de las infancias se encuentra respaldado por diversos marcos normativos y agendas impulsadas por organismos internacionales como UNICEF y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, así como por la Convención sobre los Derechos del Niño, que reconoce como sujetos de derecho. Estos esfuerzos han contribuido a la agenda pública regional.

No obstante, desde una perspectiva crítica, se identifican tensiones entre estos marcos normativos y las dinámicas socioculturales contemporáneas, particularmente en entornos digitales. Si bien existen lineamientos orientados a la protección de la infancia, estos no siempre logran responder con la misma rapidez

a los cambios en las prácticas mediáticas y en la circulación de contenidos en redes sociales.

En este sentido, fenómenos como la hipersexualidad infantil evidencian una brecha entre la regulación institucional y las prácticas cotidianas, donde los discursos mediáticos y digitales continúan reproduciendo representaciones que pueden vulnerar el desarrollo integral de las infancias. Esta situación pone de manifiesto la necesidad de complementar los marcos normativos existentes con estrategias de comunicación que inciden en la construcción social de significados y en la sensibilización de los públicos.

Propuesta de acción para disminuir la hipersexualización infantil, de parte de Alternativas Cubanas en psicología

En el plano macrosocial también se identifican iniciativas provenientes del ámbito profesional, como las propuestas de Alternativas Cubanas en Psicología, que plantean la prevención de la hipersexualización infantil mediante estrategias psicoeducativas. Si bien estos aportes contribuyen a visibilizar la problemática, su alcance es limitado al no contar con carácter vinculante ni articularse plenamente con políticas públicas, lo que evidencia la necesidad de estrategias más amplias desde la comunicación.

Su propuesta de acción para disminuir la hipersexualización infantil, de parte de estudiantes de la Universidad Alternativas Cubanas en psicología es “proponer acciones que contribuyan a la prevención sociocultural de la

hipersexualización de las niñas en una escuela primaria de la ciudad de Santa Clara” (Alonso L, Rodríguez B, Fernandez M. 2023).

Para su diagnóstico se ocuparon alumnas de primer y segundo grado de primaria y su objetivo de estudio se centra en crear conciencia a través de un documental sobre la infancia; la creación de un curso sobre la sexualidad y explicación de la sexualidad infantil. Para esta propuesta se utilizaron los métodos cualitativos y cuantitativos, en donde se puede observar un análisis de los criterios de informantes claves, los cuales fueron profesores de primero y segundo grado de primaria y la directora, la cual informó que la hipersexualidad se ve más desarrollada en las estudiantes de 5to y 6to años de primaria,

comentando que es más común escuchar conversaciones entre ellas sobre novios. También se analiza la entrevista a una psicóloga en donde menciona que la sexualidad en los infantes se desarrolla desde temprana edad, en la exploración del cuerpo, así mismo menciona que la identidad de género o sexo a una edad infantil aún no esta del todo identificada, para ello es indispensable el uso de la escuela familiar, es decir donde se desarrolla el infante desde su contexto sociocultural.

Concluyendo así que esta propuesta de prevención a la no hipersexualización infantil a través de acciones socioculturales, debe hacerse a partir del segundo grado de primaria, con el objetivo particular de educar a las maestras sobre el tema y promover el conocimiento sexual a los padres y madres de familia.

Campaña municipal contra la hipersexualización de las niñas “Dejemos que las niñas sigan siendo niñas”



“Dejemos que las niñas sigan siendo niñas” (2021)

En el ámbito macrosocial también se identifican campañas institucionales orientadas a la prevención de la hipersexualización infantil, como la impulsada por el Ayuntamiento de Granada bajo el lema “dejemos que las niñas sigan siendo niñas”. Esta iniciativa se plantea como una estrategia de sensibilización que busca visibilizar los efectos negativos de la exposición temprana a contenidos sexualizados, los cuales pueden impactar en el desarrollo emocional, la autoestima y la construcción de identidad de las niñas (Ayuntamiento de Granada, 2021).

Desde una perspectiva crítica, este tipo de campañas resulta relevante en tanto reconoce la hipersexualización infantil como una problemática social vinculada a la cultura mediática y a la violencia de género. Además, su carácter

institucional le permite tener alcance dentro del territorio donde se implementa, al difundirse en distintos medios (Europa Press, 2021).

No obstante, su impacto presenta limitaciones importantes. En primer lugar, se trata de una iniciativa de alcance local, sin evidencia de expansión significativa hacia otros contextos, como el latinoamericano o mexicano. En segundo lugar, su enfoque se centra principalmente en la sensibilización, lo que puede resultar insuficiente frente a la complejidad del fenómeno en entornos digitales globalizados.

En este sentido, aunque estas campañas contribuyen a visibilizar las problemáticas, evidencian la necesidad de estrategias comunicativas más amplias que permitan incidir de manera más efectiva en la construcción social de significados en torno a la infancia.

Revista científica “Comunicar”

Ahora bien la producción científica dentro de lo macrosocial también desempeña un papel relevante en la construcción del problema de la hipersexualización infantil

En este sentido, se habla de un artículo de la revista Científica de Comunicación y Educación llamada “Comunicar” (s/f), en donde se menciona la sexualización de las infancias que se percibe en los estilismos de moda dadas en China y traídas a España haciendo un análisis transcultural.

En el artículo mencionado manifiesta la lucha por evitar por completo la difusión de contenido que aliente la sexualización infantil adelantada, ya que si los

medios lo difunden estos son de fácil acceso para todo público. Asimismo dicho artículo, mantiene su objetivo principal en analizar la percepción que se tiene sobre la sexualización de las niñas por los estilismos de moda difundidos por los medios.

Para su análisis se usó una encuesta de 750 estudiantes universitarias de Comunicación y Publicidad en España y en China, dando como resultado cinco factores que hacen una sexualidad adelantada en las niñas. La primera es por los estilismos de moda difundidos en los medios, la segunda es el fenómeno multidimensional que se produce por los múltiples atributos sexualizantes de las mujeres, el tercero es por el choque de culturas como lo que muestra China y España, la cuarta es la deficiencia de los profesionales de comunicación que muestran contenido estereotipado y la quinta los códigos estilísticos determinados (Díaz, s/f).

Este tipo de investigaciones resulta significativo al evidenciar que la hipersexualidad infantil no es un fenómeno aislado, sino una problemática global atravesada por dinámicas culturales, mediáticas y económicas. Asimismo, permite identificar patrones comunes en distintos contextos socioculturales, lo que contribuye a su comprensión desde una perspectiva internacional.

No obstante su impacto presenta limitaciones. Si bien estos estudios circulan en el ámbito académico y pueden influir en la formación de especialistas, no necesariamente se traducen en acciones concretas o políticas en contextos específicos como el mexicano. En este sentido, se observa una brecha entre la producción de conocimiento científico y aplicación en estrategias de intervención social y comunicativa.

Por ello, aunque estas investigaciones contribuyen a visibilizar y problematizar la hipersexualización infantil a nivel global resulta necesario articular estos saberes con acciones comunicativas situadas que respondan a las particularidades culturales y sociales de cada contexto.

Instituciones Nacionales involucradas en la problemática

En este apartado se dará a conocer, información sobre las actividades y estrategias que existen en los programas de apoyo, instituciones, legislaciones, organizaciones y campañas, que se han ido desarrollando en la Ciudad de México, con el objetivo de salvaguardar la sexualidad e integridad de los niños y las niñas, así como prevenir la hipersexualización infantil.

Dirección de Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes de la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH)



Dirección de Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes de la Comisión Nacional de los Derechos Humanos
(CNDH)

En el ámbito microsocial, la Dirección de Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes de la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH, 2018) en México, tiene como objetivo promover y divulgar los derechos humanos de niñas, niños y adolescentes, como el derecho a vivir libres de violencia sexual, que estén en condiciones de bienestar y tengan un sano desarrollo integral.

Su programa trata sobre Asuntos de la Niñez y la Familia, en donde proporciona servicios y realiza las siguientes actividades, que brinda orientación jurídica e impartición de pláticas, cursos, talleres y conferencias en materia de derechos humanos; especialización, así como la capacitación y/o actualización a servidoras y servidores públicos en temas de derechos de niñas, niños y adolescentes Dirección de Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes de la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH, 2018).

Tiene como objetivo promover y divulgar entre la población los derechos humanos de niñas, niños y adolescentes. Así como coadyuvar en la actualización de servidores públicos que atienden a este sector de la población y generar conciencia en madres, padres, tutores o quien tenga bajo su cuidado a niñas, niños y adolescentes, acerca de las obligaciones y cuidados que deben tener para con ellos.

Asimismo, la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH) ha creado el programa: La Protección de los Datos Personales de las Niñas, Niños y Adolescentes, con propósito de proteger y garantizar la dignidad e integridad, física, psicológica y moral de niñas, niños y adolescentes, que también está ligado

con la Declaración Universal de los Derechos Humanos, en el que se protege la libertad individual y privacidad ante el poder público. Donde actualmente se intenta, dar respuestas y soluciones de una libre y protegida distribución de la información en las redes, en el que se incluyen los derechos llamados ARCO: acceso, rectificación, cancelación y oposición.

Sin embargo, desde una mirada crítica, aunque en este programa se reconocen los derechos de los menores, ante la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH) , actualmente es un gran desafío, que estas normas se apliquen.

Alumbra: Una Luz contra la violencia infantil



“Alumbra una luz contra la violencia infantil” (2021)

Alumbra, es una de las instituciones, que encontramos en el enfoque microsocial, más relevante, que se encuentra en la Ciudad de México, es la institución: “Alumbra una luz contra la violencia infantil” es una comunidad de conocimiento la cual esta integrada con más de 50 organizaciones civiles, nacionales e internacionales, su objetivo es, prevenir la violencia sexual infantil en México, así como emprender acciones que permitan frenar el incremento de agresiones sexuales que se cometen en línea, contra la población infantil y adolescente.

Su sitio web es: AlumbraMx.org es una iniciativa de Early Institute, think tank mexicano especializado en primera infancia (Alumbra, 2021) ³.

³ *Alumbra es una iniciativa de Early Institute, que reúne a más de 50 aliados en una Comunidad de conocimiento y práctica. Tiene por objetivo prevenir la violencia sexual infantil en México, a través de la generación de conocimiento y el desarrollo de capacidades de actores clave para enfrentar la problemática.*

Sus objetivos son:

- Generar conocimiento.
- Analizar indicadores cualitativos y cuantitativos sobre violencia sexual contra niños y niñas y producir recomendaciones para incrementar el aporte de las fuentes de información.
- Educar y apoyar a cuidadores o tutores que estén a cargo del cuidado de los infantes.
- Promover prácticas de prevención de la violencia sexual e impulsar acciones para el sano desarrollo de los niños, niñas y adolescentes.
- Promover el aprendizaje social y emocional de los niños/as y adolescentes, así con esto tener un buen desarrollo de capacidades y habilidades para la prevención.
- Incidir en políticas públicas.
- Desarrollar mejorar y vigilar el cumplimiento de leyes, programas y estrategias para prevenir y atender la violencia sexual contra niños/as y adolescentes (Alumbra, 2021).

Su primera campaña de prevención tiene el título “Llamados a actuar a tiempo” fue lanzada el 8 marzo de 2021. La directora general de Early Institute, Annayancy Varas (2021) explicó: “Es el momento de que como sociedad civil, seamos parte de la responsabilidad colectiva a la que nos obliga el serio problema de la violencia sexual que se comete a través de medios digitales, en donde delincuentes sexuales están al acecho de nuestras niñas y niños, incluso dentro

de casa, las 24 horas del día, en una carrera tecnológica que muchas veces aventaja a las herramientas de las propias autoridades”.

Como podemos observar, dicha campaña, tiene como objetivo visibilizar, dimensionar la magnitud de la problemática y llamar a emprender acciones, que permitan frenar el incremento de agresiones sexuales que se cometen en línea, contra los menores de edad.

Cinco pasos claves de prevención que se dan en la Campaña son:

1. Conocer y hablar con tus hijas e hijos sobre los riesgos en Internet.
2. Mantenerse e involucrarse en su mundo digital.
3. Conocer con quién se conectan.
4. Usar controles de privacidad y seguridad.
5. Bloquear y reportar a personas que los incomoden.

Su segunda campaña nombrada como “La Cultura de Dormitorio” en el que dice que se consideraron todos los aspectos que arrojan investigaciones certeras, serias y recientes.

Nos enseña el ejemplo de la tendencia que hay a nivel global, de los agresores sexuales, los cuales suelen esconderse en la llamada "red oscura" o mejor conocida como la "dark web". En donde desde ahí buscan a sus víctimas, en este caso a los niños y las niñas, que sean los auto generadores de contenido inapropiado para su posterior comercialización.

Una de las amenazas, para la población infantil, es lo que se ha identificado como "la cultura del dormitorio", la cual consiste en que las niñas, niños y adolescentes pasan cada vez más tiempo conectados a sus dispositivos digitales, como tablets, teléfonos inteligentes, videojuegos y computadoras portátiles, al grado de irse a dormir con ellos, lo que muestra que el agresor puede estar dentro de casa, las 24 horas del día e incluso en sus propios dormitorios.

El propósito de esta campaña, es que lleve a la prevención de hacer un llamado a padres de familia, tutores, profesores y cuidadores, en que tengan y recurran a una mayor información digital, que les permita acercarse a los infantes y protegerlos de los agresores y reportar cualquier situación de violencia sexual en su contra (Alumbra, 2021).

Uno de sus videos se llama "#QueNoCaiganEnSusRedes", trata de una historia, de la vida cotidiana de padres, madres y tutores, que desconocen los peligros, en el que no prestan la debida atención a los menores, con el contenido y con las personas que interactúan en internet. Con la finalidad de llevar a cabo el mensaje de prevención a la interacción con las redes sociales que los menores tienen (Alumbra, 2021).

No obstante, desde una perspectiva crítica, se observa que esta institución, su labor representa un gran desafío, aunque campañas, materiales y/o recursos, sus alcances son limitados, debido a que las tecnologías se siguen actualizando, los agresores cibernéticos también.

Y además el trabajo de esta institución, tiene poca visibilidad y su difusión no es suficiente, quedando fuera del alcance a gran parte del público y también es necesario, que en conjunto con las autoridades y las leyes que rigen las plataformas digitales, tomen medidas contundentes, asumiendo la responsabilidad de proteger y salvaguardar a las infancias y no sólo con información.

Ley General de los Derechos de las niñas, niños y adolescentes

Esta Ley General de los Derechos de las niñas, niños y adolescentes que se ha establecido en el Congreso General de los Estado Unidos Mexicanos, es fundamental porque reconoce sus derechos como personas y tiene como objetivo: garantizar la protección y bienestar de los menores, por lo cual nos enfocaremos en los artículos 68 y 70, que nos hablan del deber ético y legal que los medios de comunicación deben tener con las infancias y adolescencias.

El artículo 68°, establece la obligación a los concesionarios, en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, que eviten, difundir y transmitir

información, de imágenes o audios que impidan, un desarrollo sano e integral de niñas, niños y adolescentes; además de que no fomenten la hipersexualización infantil o intenten dichas acciones ilegales que perjudiquen el bienestar, psicológico y mental.

Asimismo, en el artículo 70, nos dice que Las Procuradurías de Protección están autorizadas a promover acciones colectivas ante la autoridad jurisdiccional, y ordenar a los medios de comunicación que se abstengan de difundir información o contenidos que atenten contra la integridad y la dignidad, de niñas, niños y adolescentes, que violen sus derechos e incite a la sexulidad prematura. Y en caso de que los menores, sean afectados, se pide que se reparen los daños causados a las autoridades correspondientes. (Ley General de los Derechos de las niñas, niños y adolescentes, 2024).

No obstante, una de las principales limitaciones que encontramos, es que aunque se prohíben ciertos tipos de contenidos, la información es aún poco difícil de regular y faltan nuevas de actualizaciones de normas, frente a dichos contenidos, como los retos, tendencias virales y la publicidad engañosa, los cuales no cuentan con medidas de restricción, en los artículos mencionados anteriormente.

Ley Olimpia



Ley Olimpia (2022)

La Ley Olimpia es un conjunto de reformas legislativas que fueron impulsadas por la activista Olimpia Corral Melo, en la que dicha ley reconoce y sanciona delitos de violencia digital, que además se le conoce como ciberviolencia.

Su objetivo principal es proteger la intimidad, la integridad y dignidad de las personas, en el que se considera como delito, el que se comparta contenido de imágenes o vídeos sin consentimiento de las personas, puesto que el ciberacoso, la usurpación a la identidad o cualquier acción que atente contra la integridad e intimidad de libertad sexual de entorno digital (Ley Olimpia, 2022).p

Las recomendaciones que se dan para mantener tus cuentas de medios digitales más seguros son:

1. Bloquear la pantalla de tu celular
2. Revisar permisos y accesos
3. Revisar mensajería instantánea
4. Verificar el sistema en dos pasos
5. Activar el bloqueo de pantalla

Sin embargo, desde una mirada crítica se puede observar, que para que esta ley sea aplicada, falta que se superen barreras, puesto que falta capacitación en las instituciones nacionales e internacionales y además, debe haber más claridad, por la difusión de material falso, los cuales son manipulados digitalmente, dejando a las víctimas sin protección ante las nuevas formas de la violencia digital.

Planteamiento teórico o conceptual del problema comunicativo

Como ya se ha mencionado, en el planteamiento del problema social, la hipersexualidad infantil, es un fenómeno que se ha ido normalizando, debido a la intervención de los medios de comunicación, las industrias culturales y el consumo innecesario que causa gratificaciones⁴. Ya que los infantes al estar expuestos a los medios de comunicación, sin la responsabilidad del uso de filtros con o sin las restricciones adecuadas se exponen a ser blanco de pederasta o tratas de blanca. Con este gran flujo de contenido, pueden acceder a música, películas, lenguaje y contenido de actos sexuales inapropiados, afectando su identidad social y como consecuencia desarrollan hipersexualidad. Este tipo de prácticas, naturalizan este comportamiento infantil afectando el desarrollo humano y dañando el sano crecimiento de los niños/as (Casillas, T. 2019).

La psicóloga Cervantes (2019), menciona que los niños y niñas expuestos a los medios de comunicación, son más susceptibles a obtener mayor información sexual, que no debe de prohibirse, pero menciona que es necesario que los niños maduren a su tiempo, y que el acceso a la tecnología como lo son, redes sociales, televisión, música etc, sea consumido en acompañamiento o supervisión de los padres, madres o tutores. Aunque ya se ha trabajado con filtros que permiten o restringen el acceso a cierto tipo de contenidos, aún hay deficiencias en sus términos y condiciones, lo mismo ocurre con lo que se muestra durante las transmisiones en televisión.

⁴ Satisfacción de necesidades sociales como la afiliación, la socialización, la aprobación social y el reconocimiento mutuo.

Otro de los problemas que encontramos en los medios de comunicación que hacen que los infantes adelanten su etapa de niñez, es el estereotipo de belleza hegemónico que se muestra en plataformas como Tik Tok, Instagram, Facebook, televisión, etc.⁵ Creando, en el núcleo familiar donde se desarrolla el infante, la falsa necesidad de obtención de productos que conlleven a la meta de “belleza”, haciendo que los mismos padres, madres o tutores, cedan y normalicen que sus hijos/as, quieran verse del modo que los medios han incubado en el inconsciente del infante y, por ende, en el de los adultos, creando ciertas ideologías entre la misma familia que desarrolla, no solo un estilo de vida, sino que también, una cultura y esta a su vez relaciones interpersonales sociales que piensen de la misma forma con respecto a la belleza estereotipada y con ello, buscan encajar en un círculo social y ser aceptados, lo que lleva a una bola de nieve entre compañeros/as de su misma edad, que consumen y aceptan los estereotipos impuestos por los medios de comunicación.

Un ejemplo de este tipo de interacciones que se da dentro del núcleo familiar y dentro de las escuelas o estancias educativas en donde se desenvuelven los infantes, es en los festivales del día de la madre, en donde el propósito de este festival es festejar a las mamás como un homenaje y recordatorio de la importancia de la mujer mexicana por su fertilidad, soporte de vida, amor incondicional, etc. (el Claustro, 2022). Haciendo de este festejo una tradición mexicana, en donde se conviva con la familia y se desarrolle una educación con respeto a la mujer.

⁵ Son aquellas que percibimos como esenciales, pero en realidad, son construcciones sociales impulsadas por la necesidad y el marketing.

Actualmente, se puede observar que el festejo del día de las madres se vuelve un entorno de competencia entre las mamás, donde se naturaliza y se difunde la música, los bailes y el mensaje de estos modos de expresión. Tal es el caso del video que se difundió por redes sociales en Tik Tok y Facebook, el 10 de mayo del 2022. Se observa que en el festival del día de las madres en una escuela primaria de Culiacán, los profesores y profesoras, desarrollaron una actividad competitiva entre las madres. Dicha actividad consiste en poner música de reggaetón y la mamá que mejor bailara un famoso paso llamado “el paso de Anita”, sería la ganadora. Se pudo observar la participación entusiasta de un grupo de madres jóvenes quienes con movimientos sexualizados, bailaron al ritmo de la música, en medio del patio de la escuela primaria. Cabe recalcar que la letra de la canción contiene expresiones sexualizadas. Este tipo de comportamientos, hacen parte de la interacción y difusión de los medios de comunicación y que se han vuelto un problema de comunicación para lo que los niños y niñas consumen a diario.

Otro ejemplo problemático de la comunicación se ubica en algunos consumos culturales de las personas, por ejemplo, la letra de las canciones como el caso de la influencer y cantante Yeri Mua⁶, quien en las letras de sus canciones se puede escuchar insinuaciones sexuales. El problema radica en la difusión, dado que los padres y madres aceptan que sus hijos/as menores escuchen este tipo de música. Por ejemplo, los familiares contratan a influencers para celebrar el cumpleaños de los infantes, con el fin de darle gusto a sus hijos e hijas.

⁶ Celebridad del internet, cantante, empresaria mexicana y presentadora de contenido en plataformas como Tik Tok, Youtube, Instagram, Facebook, etc.

Tal es el caso, del vídeo del 2023 que se viralizó en Tik Tok y Facebook, en donde se transmite el cumpleaños de una niña en donde su madre le llevó a la influencer Yeri Mua, por ser temática de las muñecas “Bratz”. Dicha cantante, aparece con atuendo revelador cantando todos sus éxitos, los cuales contienen letras muy explícitas sobre el sexo.

Con esto podemos ver, cómo este tipo de sucesos, va afectando la infancia, ya que las gratificaciones y las falsas necesidades, hacen que el menor desee o anhele verse como la influencer.

Por lo tanto, la comunicación la podemos estudiar a través de perspectivas filosóficas, teorías y de la posibilidad de generar ingenierías simbólicas; es un campo de posibles configuraciones expresivas que permiten distintas visiones y percepciones. Este campo disciplinario nos ayudará a comprender cómo se han ido reproduciendo los discursos socioculturales y costumbres establecidos por la sociedad que a su vez, van siguiendo estereotipos influenciados por los medios de comunicación y, es por esto, que el propósito de este plan comunicativo, atienda el problema de la hipersexualización en las infancias para transformarlo, a partir de la concientización de que la etapa de la niñez es suma importancia para la comunidad.

Análisis de las estrategias desde la comunicación que se han implementando sobre el tema

Para este apartado analizaremos las estrategias investigadas en los enfoques macrosocial y microsocioal, que se han desarrollado para combatir el problema social que se pretende erradicar, la hipersexualidad infantil, que como se ha mencionado, esto es un tipo de maltrato infantil.

Los organismos que protegen a las infancias crean normas, leyes y programas, esto a partir de un ámbito más político, legal y jurídico, y que están al acecho de cualquier violación a estas normas establecidas. Sin embargo, dentro de sus estrategias comunicativas se encuentran ciertas deficiencias, en la difusión y la interacción.

Estos organismos no son claros en la forma en la que describen y difunden cómo es su intervención ante actos de violencia infantil, tampoco explican cómo es que esta población vulnerable se entera de sus programas y proyectos o cómo es que se crea la difusión para erradicar la violencia infantil. Ya que sus sitios webs están repletos de información cero concisa, bombardeando al público de leyes y artículos que no dejan en claro cuál es la participación de estos organismos. Así mismo, el lenguaje que se ocupa a la hora de leer sus objetivos, es un lenguaje cero inclusivo. Mostrando cómo es que las estrategias comunicativas fallan a la hora de atender a la población, que, en algunos casos, no saben que existen programas, leyes o normas que pueden intervenir o auxiliar a los infantes. Y en otros de los casos, en donde las personas, sí tienen

conocimiento de estos organismos, ya sea porque surgió un suceso que orillo a las personas a buscar estas instituciones o por alguna investigación a realizar, no saben con exactitud cuál es su función o aporte.

Se pudo notar que una vez dentro de sus sitios webs, no se entiende que pueden hacer por las víctimas de maltrato infantil, tampoco a dónde acudir para tener interacción con las organizaciones y cuál sería su apoyo o intervención hacia una situación de maltrato infantil.

No hay evidencia en internet de las interacciones que mantienen con las víctimas, o cómo se acercan al público para informarlos o prevenirlos de este problema. También en sus publicidades, se nota que van dirigidas a clientes que busquen de alguna forma ser donadores a este tipo de programas y aunque es una forma eficaz de conseguir recursos, no queda clara la interacción de las organizaciones.

Si nos enfocamos en las cuatro dimensiones que propone Galindo, la difusión y la interacción, tienen nula participación en los organismos mencionados en los enfoques macro y microsocioal. Recordemos que en la difusión se encuentran “(...) la convergencia de las ciencias sociales y del comportamiento es el centro de la construcción de los principios constructivos, y por lo tanto, nada social o cultural le es ajeno” (Galindo, 2005, p.43).

Al igual que la “La interacción es el corazón de una *Comunicología* posible” (Galindo, 2005, p.52), es decir en donde se da la convivencia entre

individuos y se hace la construcción social. Y que sin estas dos dimensiones el mensaje que se desea transmitir no es bien recibido por los receptores, puesto que no se encuentran contenidos coloquiales, eficaces, concretos y llamativos, que haga que la población se informe y sea capaz de evitar caer en prácticas como la hipersexualidad infantil.

Si no se crea contenido digerible para las personas, el fin u objetivo de las organizaciones, quedará arraigado en internet.



Capítulo 2

Estrategia metodológica del diagnóstico del plan comunicativo

Capítulo II

Estrategia metodológica del diagnóstico del plan comunicativo

El presente capítulo describe las estrategias metodológicas empleadas para el desarrollo del plan comunicativo. Con el propósito de comprender de manera integral el fenómeno de la hipersexualización infantil en entornos digitales, se optó por un enfoque mixto que combina herramientas cuantitativas y cualitativas.

Para la metodología cuantitativa, se realizaron dos encuestas, la primera fue dirigida a los padres, madres y/o tutores, pertenecientes a la alcaldía Iztapalapa, que constó de 45 preguntas, de las cuales 25 fueron mujeres y 13 hombres, seleccionados por ser las personas encargadas de la crianza y educación. Dichas encuestas De igual manera, se aplicó la segunda encuesta con preguntas más cortas y adaptadas a los menores, que constó de 40 preguntas, a niños y niñas de 11 y 12 años, de las cuales 39 fueron niñas y 20 niños, quienes cursan sus estudios en la escuela primaria “Fray Martín de Valencia” de la alcaldía Iztapalapa.

La selección de la muestra se realizó bajo un criterio intencional y dirigidos en el que se eligieron a los participantes basándose en que pertenecían a los dos grupos clave para la investigación: adultos responsables y menores en etapa de desarrollo, con la finalidad de obtener una muestra equitativa en cuanto a géneros y así comparar las diferentes percepciones en cada grupo.

El fin de estas técnicas, es obtener información precisa, medible y a la vez, generalizada sobre los consumos culturales de los sujetos de estudio, cómo se desarrolla el infante dentro del entorno familiar y analizar las respuestas de los participantes para comparar los resultados de ambas poblaciones. Lo cual nos sirve para refutar o comprobar la idea de si “familiar normaliza y alienta la hipersexualización infantil dentro del entorno digital”.

Los cuestionarios de las encuestas se dividen en apartados, tales como: socioeconómicos, psicológicos, cognitivos, afectivos y conductual. De esta manera, en ambos cuestionarios, se pretende comparar las respuestas de los adultos con la de los infantes y buscar similitudes o variables que refuercen o desacrediten la hipótesis.

El objetivo del apartado socioeconómico es, conocer el nivel económico como social de los sujetos, y con ello averiguar si este es un patrón que influye para que los infantes y su entorno familiar, sean expuestos a este tipo de problemas.

El apartado psicológico, nos permite entrar un poco más a lo que los sujetos conocen sobre el tema, que han hecho o si se ven involucrados en normalizar estas prácticas, esto con la intención de buscar una intersubjetividad ⁷ sobre el tema.

Y por último, en los apartados afectivo y conductual, aborda y profundiza los sentimientos del encuestado, con el propósito de identificar qué emociones y conductas puedan ser un factor que alienta este tipo de conductas en los niños y niñas.

⁷ Es aquella interacción, que ocurre entre una persona a otra, en el que se comparten experiencias y conocimiento.

La metodología cualitativa nos parece útil para la investigación, ya que, como sabemos, de este modo se recolecta un análisis de la realidad humana, mediante experiencias personales. Con la metodología cualitativa, se busca entender el pensamiento de las personas a través de sus experiencias y busca la esencia del pensamiento colectivo e individual sobre el tema de la hipersexualidad infantil.

Con respecto a la selección de técnicas de investigación, optamos por aplicar, únicamente a los infantes, un taller lúdico reflexivo (TLR), ya que nos permitirá tener una interacción mejor con los niños y niñas de 11 y 12 años de edad. Consideramos que un taller puede ser de mucha utilidad y quizá la mejor opción para lo que queremos indagar; pues mantener una serie de actividades recreativas resulta interesante para las niñas y niños estando en conjunto.

“La lúdica es la necesidad que tiene el ser humano de expresar sus emociones, sentimientos y pensamientos a través de la risa, el grito, el llanto, el goce, entre otras expresiones y puede sacarlas a flote a través de actividades que le generen diversión, entretenimiento, esparcimiento, placer; por lo cual, las actividades lúdicas pueden ser ilimitadas y el juego es tan solo una de ellas” (Jiménez, 2015. p.1).

A partir de lo que propone Jiménez (2015), se pretende tener un diagnóstico exitoso y pensamos llegar a ella a través del TLR, a continuación presentaremos algunas características de este instrumento:

- Es una estrategia didáctica e innovadora
- Posibilita el desarrollo lúdico del ser humano
- Existe variedad de actividades; tanto recreativas como culturales
- Existe interacción entre sujetos de estudio

Por último, se realizará una entrevista a un psicólogo especialista en el tema de la hipersexualidad infantil, para comprender las causas, consecuencias y estrategias de prevención que existen dentro de las redes sociales como fuera de ellas. Y asimismo, darle un mayor refuerzo al análisis con el testimonio de un experto en la salud mental infantil.

Objetivo de la Estrategia Metodológica Seleccionada

Objetivo general del diagnóstico

- Analizar cómo las redes sociales y los medios comunicación construyen y difunden la hipersexualización infantil, a fin de generar insumos para el diseño de un plan comunicativo.

Objetivos particulares del diagnóstico

- Identificar las características y formas en que se presenta la hipersexualización infantil en contenidos de redes sociales y medios de comunicación.

- Analizar si existe el consumo de medios de comunicación que contengan elementos, visuales y narrativos dentro del entorno familiar que normalicen la hipersexualización infantil.
- Analizar la idea que tienen los infantes y los padres, madres y/o tutores de los estereotipos de belleza mostrados en los medios de comunicación y redes sociales, para el desarrollo de estrategias, que promuevan una autoestima e imagen corporal sana.
- Identificar si los padres, madres y/o tutores, comprenden la importancia de prevenir y evitar la hipersexualización en los infantes, dentro de las redes sociales, en el que se garantice su desarrollo integral y saludable.
- Comprender las causas, consecuencias y estrategias de prevención de la hipersexualidad infantil, en los medios de comunicación y redes sociales a través de la perspectiva de un especialista.

Metodología cuantitativa

Para poder desarrollar este plan comunicativo se requiere recolección de datos estadísticos, por medio de la técnica encuesta, y con ello analizar los resultados que refuercen el plan comunicativo propuesto.

No olvidemos que la metodología cuantitativa es objetiva y que “a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida” (Lopez y Fachelli, 2015).

Este cuestionario nos va a ayudar a la construcción de este trabajo, que como ya se ha mencionado está dividido por secciones como aspectos socioeconómicos, psicológicos, cognitivos, afectivos y conductuales, para poder obtener la mayor información posible.

Sujetos (actores o agentes)	Proceso	Escenario	Temporalidad
Hombres y mujeres (entre 30 y 35 años de edad)	sondeo de 45 preguntas aplicado a un total de 35 personas.	Alcaldía Iztapalapa	Actualmente
Niños y niñas de 11 y 12 años de edad	sondeo de 40 preguntas aplicado a un total de 59 personas	Alcaldía Iztapalapa	Actualmente

Cuestionario para padres, madres de familia y/o tutores			
Socioeconómico	Psicológico	Cognitivo	Afectivo-conductual
Preguntas de la 1 a la 9	Preguntas de la 10 a la 16	Preguntas de la 17 a la 29	Preguntas de la 30 a la 45

Cuestionario para niños y niñas			
Socioeconómico	Psicológico	Cognitivo	Afectivo-conductual
Preguntas de la 1 a la 6	Preguntas de la 7 a la 22	Preguntas de la 23 a la 45	Preguntas de la 35 a la 40

Instrumento de Investigación Cuantitativo

El presente cuestionario tiene la finalidad de obtener información de la hipersexualización en infancias, y como las redes sociales contribuyen a esta problemática.

Se aplicará a padres de familia o tutores que conviven con los infantes ya que al tener dicha convivencia, ellos pueden percatarse de la interacción que tiene con las redes sociales.

La siguiente información recabada es con fines académicos y esta información es anónima y confidencial.

Socioeconómico

1.- Género

- a) Femenino b) Masculino c) Otro _____

2.- Edad

- a) 18-25 b) 26-30 c) 30-45 d) 55-65 e) 65 en adelante.
b)

3.- Situación civil

- a) Soltero b) Casado c) Unión Libre d) Separado e) Viudo

4.-Último grado de estudios

- a) Primaria b) Secundaria c) Preparatoria d) Universidad e) Ninguno

5.- Ocupación.

- a) Estudiante b) Empleado(a) c) Profesionista d) Ama de casa
e) Obrero(a) f) Comerciante g) Otro

6.- Usted vive en

- a) Casa b) Departamento c) Espacio compartido d) Otro

7.- ¿Su vivienda es?

- a) Propia b) Rentada c) Prestada

8.- ¿Con qué servicios cuenta en su vivienda? (Marca con una equis, puede marcar más de una opción).

	Servicios	Sí	No
a)	Drenaje		
b)	Agua potable		
c)	Luz		
d)	Alumbrado público		
e)	Gas estacionario		
f)	Tanque de gas		
g)	Recolección de basura		
h)	Calle pavimentada		
i)	Televisión abierta		
j)	Televisión de paga		
k)	Teléfono fijo		

l)	teléfono móvil		
m)	Internet		
n)	Espacio recreativo cerca de su vivienda		

9.- ¿De dónde consultas el servicio de internet? (**Marca con una equis, puedes marcar más de una opción**).

	Lugares	Sí	No
a)	Casa		
b)	Cibercafé		
c)	Escuela		
d)	En casa de familiares		
e)	En casa de amigos		
f)	Otro		

Psicológico

10.- ¿Usa alguna de estas redes sociales? (**Puede marcar más de una opción**).

- a) Facebook
- b) Instagram
- c) Whatsapp
- d) Youtube

e) Tik tok

11.- ¿Conoces el contenido que muestra Tik tok en su plataforma?

a) Sí

b) No

12.- ¿Qué contenido ves o te aparece con mayor frecuencia en Tik tok? **(puedes marcar varias opciones).**

a) Vídeos de cocina

b) Vídeos de Retos

c) Vídeos de risa

d) Vídeos amarillistas como, accidentes, muertes o peleas

e) Vídeos de salud

f) Vídeos de tarot

g) Vídeos de maquillaje

h) Bailes virales

i) Otro _____

13.- ¿Crees que Tik tok refuerza el estereotipo de belleza?

a) Sí

b) No

14.- ¿Tu hijo/a tiene cuenta en Tik tok ?

a) Sí

b) No

15.- ¿Cuántas horas le permites a tu hijo/a que navegue en las redes sociales?

- a) 1 a 2 horas
- b) 4 a 5 horas
- c) 30 minutos
- d) Todo el día
- e) Otro _____

16.- ¿Has castigado a tu hijo/a por estar mucho tiempo en las redes sociales y no terminar con sus tareas y obligaciones?

- a) Sí
- b) No
- c) Algunas veces
- d) Lo regular

17.- ¿Crees que el uso de las redes sociales como el Tik tok genera daños en los niños?

- a) Sí
- b) No
- c) Tal vez

18.- ¿Qué daños crees que le puedan generar a los niños y a las niñas?

- a) Trastornos del sueño
- b) Afecta la concentración en sus estudios
- c) Afecta la concentración a la hora de recibir órdenes

- d) Perjudica la interacción en la familia
- e) Perjudica la interacción con sus amigos
- f) Alteraciones en su crecimiento
- g) Adelanto en su etapa de desarrollo
- h) Otro _____

19.- ¿Sabía usted que como adulto o tutor responsable del niño o niña, las plataformas y redes sociales le permite bloquear, contenido no apto para menores de edad, comentarios y mensajes que afecten su integridad del infante?

- a) Sí
- b) No
- c) Tal vez

20.- ¿Conoces los bailes que muestran en Tik tok?

- a) Sí
- b) No
- c) Tal vez

21.- ¿Has visto niños replicar los bailes de Tik tok?

- a) Sí
- b) No
- c) Tal vez

22.- ¿Crees que los bailes que replican llegan a ser provocativos?

- a) Sí
- b) No
- c) Tal vez

23.- ¿Crees que es malo que los niños y las niñas repliquen los movimientos provocativos, como son bailes de reggaetón donde rozan sus cuerpos, en la aplicación de Tik tok o You tube?

- a) Sí
- b) No
- c) Tal vez

24.- ¿Crees peligroso que los niños y niñas se muestran bailando en plataformas como Tik tok? (si la respuesta es no pasa a la pregunta 25)

- a) Sí
- b) No
- c) Tal vez

25.- ¿Por qué crees que es peligroso, el uso de Tik Tok en menores de edad?

- a) Se muestran vulnerables con extraños
- b) No creo que sea peligroso
- c) Puede dañar su estabilidad emocional.
- d) Pueden ser blanco de pedófilos
- e) Exponerse a retos que atenten contra ellos mismos

26.- ¿Conoce a algún famoso de Tik tok?

- a) Sí
- b) No
- c) Tal vez

27.-¿Conoce algún famoso de Tik tok que su hijo o hija admire o vea?

- a) Sí
- b) No
- c) Tal vez

28.- ¿Cree que los personajes de las redes sociales influyen en el comportamiento de su hijo o hija? (Si la respuesta es no pase a la pregunta 28).

- a) Sí
- b) No
- c) Tal vez

29.- ¿A qué grado cree usted que los personajes o figuras importantes de las redes sociales, influyen en el comportamiento de los niños?

- a) Nada
- b) Poco
- c) Regular
- d) Mucho
- e) Totalmente

30.- ¿Por qué cree que los personajes de las redes sociales influyen en los niños y niñas?

- a) Porque están de moda entre sus compañeros
- b) Porque sigue su contenido
- c) Porque idolatran su belleza
- d) Porque quieren aparentar con sus compañeros

31.- ¿Qué piensa sobre las mujeres y hombres famosos que se muestran en las redes sociales?

- a) Que son guapos y bonitas
- b) No me parecen inteligentes
- c) Me parecen personas admirables
- d) Son un ejemplo a seguir
- e) Son poco talentosas

32.- Complete la siguiente frase

Pienso que los estereotipos de belleza que muestran las influencers de Tik Tok son: _____

33.- Yeri Mua es una influencer famosa en tiktok, su contenido es de belleza y su público va desde los 9 años a los 24 años de edad. ¿Qué siente al ver esta imagen de la influencer de Tik Tok?



- a) Me incomoda
- b) No siento nada
- c) Me parece vulgar
- d) Me parece ridículo
- e) Otra

34.- ¿Qué género musical escuchas? **(Puedes poner más de una opción)**

- a) Salsa
- b) Baladas
- c) Pop
- d) Rock
- e) Reggaetón
- f) Banda
- g) Cumbia

35.- ¿Conoces la música que escucha tu hijo o hija?

- a) Sí
- b) No

36.- ¿Qué clase de música escucha tu hijo o hija?

- a) Reggaetón
- b) Rap
- c) Pop
- d) Corridos tumbados
- e) Trap

37.- ¿Conoces a algunos de estos artistas musicales juveniles?

- a) Peso Pluma
- b) Bad Bunny
- c) Bokueto
- d) Dani Flow
- e) Bellakath
- f) El Malilla
- g) Natanael
- h) Ninguno

38.- ¿Qué piensas de esta frase de una canción de reggaetón del artista Dani Flow? “Zorra, estúpida, bastarda te amo”

- a) Me ofende
- b) Me parece vulgar
- c) Me parece divertida
- d) Me es indiferente

39.- ¿Cómo se siente al ver esta imagen?



- a) Me hace sentir enojo
- b) Me da risa
- c) Me da vergüenza
- d) Me siento incómoda/o

40.- ¿Qué emociones causa en usted la siguiente imagen?



- a) Indignación
- b) Ternura
- c) Enojo
- d) Incomodidad
- e) Pena
- f) Nada

41.- ¿Cree que las niñas de 11 y 12 años, tengan la edad adecuada para tener novio?

- a) Sí
- b) No
- c) Tal vez

42.- ¿Para usted qué significa la hipersexualización infantil?

- a) Adelanto de la sexualidad en los niños
- b) Un desarrollo mental adelantado
- c) Quererse mostrar una edad más adulta a su edad
- d) Crecimiento hormonal en su cuerpo

43.-¿Usted cree que las redes sociales son un factor, para que las infancias, se adelanten a una etapa que aún no les corresponde?

- a) Sí
- b) No
- c) Tal vez

44.- ¿Por qué cree usted que las redes sociales sean un factor que adelante la etapa de desarrollo de un infante?

- a) Porque muestran contenido para adulto
- b) Porque que muestran estereotipos de belleza
- c) Porque ponen como prioridad la estética del cuerpo “perfecto”
- d) Existe violencia en las redes
- e) Muestran escenas sexuales

45.- Complete la siguiente frase

Mi hijo/a se ha sentido incómodo con su físico, así que yo _____

Categoría de Análisis: cuadro

Categorías	Preguntas	Objetivos
Conocimiento del uso de redes padres madres y tutores.	• ¿Conoce algunas de estas redes sociales? • ¿Usa alguna de estas redes sociales? • ¿Conoce el contenido que TikTok usa en sus plataformas? • ¿Conoce los bailes virales que se muestran en Tik Tok? • ¿Conoce algún famoso de Tik Tok?	Comprender el uso de las redes, de padres madres o tutores con el fin de conocer, qué tan involucrados se encuentran con las plataformas.

Desarrollo cultural dentro del entorno familiar del niño/a	• ¿Qué contenido te aparece con mayor frecuencia en Tik Tok? • ¿Qué género musical escuchas? • ¿Conoce algunos de estos artistas juveniles? • ¿Qué clase de música bailas? • ¿Qué piensas sobre las mujeres y hombres famosos que se muestran en las redes sociales? • ¿Qué piensa de esta frase de una canción de reggaetón del artista Dani Flow? “Zorra, estúpida, bastarda, te amo?”	Evaluar de qué manera el entorno familiar favorece o limita el desarrollo cultural del niño/a.
---	---	---

Comunicación interpersonal entre padres, madres y tutores con sus hijos/as	• ¿Tú hijo/a tiene cuenta en Tik Tok? • ¿Cuántas horas le permites a tu hijo/a navegar en redes? • ¿Conoce algún famoso de Tik Tok que tu hijo/a admire o siga? • Cree que los personajes de las redes sociales influyen en el comportamiento de tu hijo/ a • ¿A qué grado crees que los personajes, o figuras de las redes sociales, influyen en el comportamiento de los niños/as. • ¿Conoces la música que escuchan tus hijo/ hija? • ¿Qué género de música escucha tu hijo/a?	Conocer si existe comunicación entre padres, madres o tutores e hijos/as sobre el uso de las redes sociales de los menores.
---	---	--

Percepciones de los padres, madres, o tutores sobre las afectaciones que el uso de redes sociales, puede generar en sus hijos/as.	• ¿Cree que el uso de las redes como Tik Tok genera daños en los niños? • ¿Qué daños crees que le puedan generar a los niños/as. • ¿Cree que los bailes virales que se muestran en Tik Tok y otras plataformas, llegan a ser provocativos? • ¿Crees que es malo que los niños/as repliquen movimientos provocativos, mostrados en redes sociales? • ¿Cree que es peligroso que los niños/as, se muestran bailando en plataformas como Tik Tok? • ¿Cree peligroso el uso de Tik Tok en menores de edad? ¿Por qué?	Identificar las creencias de padres, madres o tutores, acerca de las posibles afectaciones del uso de las redes sociales de sus hijos/as, con el fin de comprender, sus percepciones dentro del entorno familiar
--	---	---

Conocimiento que tienen los padres, madres o tutores sobre la hipersexualización infantil.	• ¿Sabe el significado de la hipersexualidad infantil? • ¿Para usted qué significa hipersexualización infantil? • ¿Usted cree que las redes sociales son un factor para que las infancias se adelanten a una etapa que aún no les corresponde?	Conocer si los padres, madres o tutores, de familia saben, el significado de hipersexualización infantil.
---	--	--

Cuestionario para niños y niñas de 11 y 12 años de edad

El presente cuestionario tiene la finalidad de obtener información de la hipersexualización en infancias, y como las redes sociales contribuyen a esta problemática.

Se aplicará a niños y niñas de 11 y de 12 años de edad, quienes están en la preadolescencia quienes conviven entre sus iguales, y poder entender el motivo por cual se desarrolla la hipersexualización en su entorno.

La siguiente información recabada es con fines académicos y esta información es anónima y confidencial.

Socioeconómico

1.- ¿Cuántos años tienes?

- a) 11 años b) 12 años

2.- ¿Con qué género te identificas?

- a) Mujer b) Hombre c) Otro: _____

3.- Vives en

- a) Casa b) Departamento c) Espacio compartido e) Otra: _____

4.- ¿Tu vivienda es?

- a) Propia b) Rentada c) Prestada

5.- ¿Con qué servicios cuentas en tu casa? (Marca con una equis, puedes marcar más de una opción).

	Servicios	Sí	No
a)	Drenaje		
b)	Agua potable		
c)	Luz		
d)	Alumbrado público		
e)	Gas estacionario		
f)	Tanque de gas		
g)	Recolección de basura		
h)	Calle pavimentada		
i)	Televisión abierta		
j)	Televisión de paga		
k)	Teléfono fijo		
l)	teléfono móvil		
m)	Internet		
n)	Espacio recreativo cerca de su vivienda		

6.- ¿Dónde consulta el servicio de internet? (Marca con una equis, puede marcar más de una opción).

	Lugares	Sí	No
a)	Casa		
b)	Cibercafé		
c)	Escuela		
d)	En casa de familiares		
e)	En casa de amigos		
f)	Otro		

Psicológico

7.- ¿Qué aplicación usas más para distraerte?

- a) Tiktok
- b) Facebook
- c) Instagram
- d) YouTube
- e) Otro: _____

8.- ¿Con qué frecuencia usas las redes sociales?

- a) Todos los días
- b) Tres veces a la semana
- c) Sólo el fin de semana.

9.- ¿Has hecho un vídeo de Tik Tok?

- a) Sí
- b) No
- c) Tal vez

10.- ¿Quién es el tik toker más famoso para ti?

- a) Kimberly Loaiza
- b) Juan de Dios Pantoja
- c) Kenia Os
- d) Yeri Mua
- e) Otro: _____

11.- ¿Has usado redes de citas para mayores de edad, sin el consentimiento de tus padres?

- a) Sí
- b) No
- c) Tal vez

12.- ¿Por qué has usado redes de citas?

- a) Por que mis amigos o amigas las han usado
- b) Me la recomendó un adulto
- c) Quisiera poder conocer más gente
- d) Me gustaría tener una cita
- e) Tengo curiosidad
- f) Nunca he usado esas redes

13.- ¿Subes fotos de ti en Instagram?

- a) Sí
- b) No

14.- ¿Por qué?

- a) Me gusta ser popular en redes sociales.
- b) Porque puedo encontrar novi@
- c) No me gusta mi físico.
- d) Otro:_____

15.-¿Tus papás te dejan subir fotos de ti mismo a estas redes sociales?

- a) Sí
- b) No

16.- ¿Por qué?

- a) Es inapropiado para mi edad
- b) Creen que mi seguridad e integridad está en peligro.
- c) Les es indiferente
- d) Me tienen confianza
- e) Me alentan a tener seguridad en mi

17.-Termina la oración con lo que tu creas:

Un persona desconocida me mando mensaje y yo lo que hice fue _____

18.- ¿Te gusta el reggaetón?

- a) Poco
- b) Mucho
- c) Demasiado
- d) Nada

19.-¿Baila el género de música reggaetón?

- a) Sí
- b) No

20.- ¿Por qué?

- a) Es lo que está de moda y todos mis amigos lo bailan
- b) Me gusta bailar este género
- c) No, no me gusta para nada

21.- ¿Conoces a algunos de estos artistas musicales? (Puedes marcar varias opciones)

- a) Peso pluma
- b) Bad Bunny
- c) Bogueito
- d) Dani Flow
- e) Bellakath
- f) El Malilla
- g) Natanael

22.- ¿Qué piensas acerca de esta frase? “Zorra, estúpida, bastarda. Te amo”

- a) Me parece graciosa
- b) Me divierte
- c) Se me hace muy grosera
- d) No me gusta

23.- ¿Conoces de donde salió la frase anterior?

- a) Sí
- b) No
- c) Tal vez

24.- ¿Tus papás te dejan escuchar música de reggaetón?

- a) Sí
- b) No

25.- ¿Tienes novia/novio?

- a) Sí
- b) No

26.- ¿Alguna vez te han dicho que eres bonita o guapo?

- a) Sí
- b) No

27.- ¿Qué parte de tu cuerpo te gustaría cambiar? (Si tu respuesta fue “nada” pasa a la pregunta 29)

- a) Mi nariz
- b) Mi color de piel
- c) Mi panza
- d) Mi cabello
- e) Mis brazos
- f) Nada

28.- ¿Por qué?

- a) Quiero ser como las influencer de Tik Tok.
- b) Me siento incomoda/o con mi cuerpo
- c) Se han burlado de esa parte de mi cuerpo
- d) Sí lo cambiara, sería más atractivo/a para las demás personas
- e) Así me aceptarían los demás

29.- ¿Alguna vez te han insultado por tu físico?

- a) Sí
- b) No

30.- ¿Te sientes un niño o niña fea?

- a) Sí
- b) No

31.-¿Por qué?

- a) Mis compañeros se burlan de mí.
- b) No soy como las influencers de Tik tok.
- c) Me siento bien conmigo mismo/a

32.- Termina las oraciones con lo que tu creas:

He visto como insultan a mis compañeros ofendiendolos por su físico y yo decido

33.- ¿Alguna vez tus papás te han dicho algún cumplido como bonita o guapo?

- a) Sí
- b) No
- c) Tal vez

34.- ¿Te gustaría ser ya una persona mayor de edad?

- a) Sí
- b) No

35.- ¿Por qué?

- a) Para poder vestirme como quiero
- b) Para poder salir sin permiso
- c) Para tener novio
- d) Para ser influencer

36.- Selecciona la opción, de el grupo de mujeres que crees que sean más bonitas?



a) ____



b) ____

37.- Selecciona la opción, de el grupo de hombres que crees que sean guapos?



b)___

a)___

38.- Selecciona la opción, como quién te gustaría ser cuando seas grande.



a) __

b)___

39.- ¿Qué sientes al ver esta imagen?



- a) Me da risa
- b) Me da coraje
- c) Me da vergüenza
- d) Me siento alegre
- e) Nada

40.- ¿Qué piensas al ver estas imágenes? Puedes elegir varias opciones



- a) Son feos
- b) Son bonitos
- c) Son anticuados
- d) Son inteligentes
- e) Son geniales

Categoría de Análisis: Cuadro

Categorías	Preguntas	Objetivos
Uso de redes sociales en niños/as.	• ¿Qué aplicación usas más para distraerte? • ¿Con qué frecuencia usas las redes sociales? • ¿Has hecho un vídeo de Tik Tok? • ¿Subes fotos de ti en Instagram?	Analizar y comprender cómo los menores, interactúan con las redes sociales
Influencia mediática y consumo cultural en niños/as	• ¿Quién es el tik toker más famoso para ti? • ¿Conoces a algunos de estos artistas musicales? • ¿Te gusta el reggaetón? • ¿Baila el género de música reggaetón? • ¿Qué piensas acerca de esta frase? “Zorra, estúpida, bastarda. Te amo”	Identificar influencias, gustos y conductas que las figuras públicas, forman en los niños y las niñas.

	• ¿Conoces de donde salió la frase anterior?	
Motivación y riesgos en redes sociales.	• Has usado redes de citas para mayores de edad, sin el consentimiento de tus padres? • ¿Por qué has usado redes de citas? • ¿Qué piensas acerca de esta frase? “Zorra, estúpida, bastarda. Te amo” • ¿Te gustaría ser ya una persona mayor de edad?	Conocer los riesgos a los que los infantes se exponen, al utilizar, plataformas, no aptas para su edad.
Control parental	• ¿Tus papás te dejan subir fotos de ti mismo a estas redes sociales? • ¿Tus papás te dejan escuchar música de reggaetón?	Observar, si hay supervisión o control parental de los padres/madres o tutores, al dejar usar redes sociales a los menores.

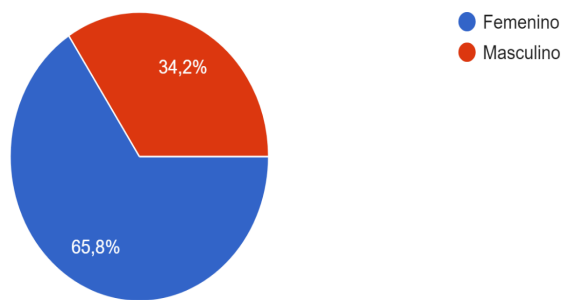
Imagen Corporal/Autoestima	• Alguna vez te han dicho que eres bonita o guapo? • ¿Qué parte de tu cuerpo te gustaría cambiar? • ¿Alguna vez te han insultado por tu físico? • ¿Te sientes un niño o niña fea? • ¿Alguna vez tus papás te han dicho algún cumplido como “bonita” o “guapo”?	Conocer cómo los niños/as perciben su propio cuerpo, al escuchar comentarios externos, o de familiares y cómo los niños/as se dejan influenciar por los estándares de belleza, presentes en la sociedad y las redes sociales.
Relación interpersonal, afectiva en las infancias.	• ¿Tienes novia/novio?	Identificar las relaciones afectivas y aspiraciones de los menores y la influencia de las redes y contenidos digitales, que pueden motivar a deseos de madurez precoz e hipersexualización infantil.

Análisis e interpretación de resultados del sondeo

Encuesta a padres, madres o tutores

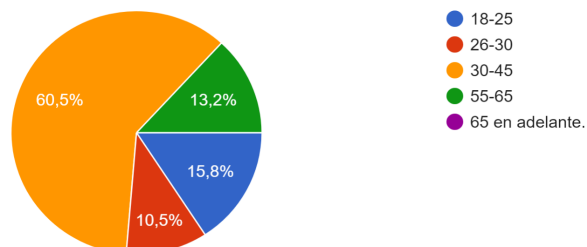
La mayoría de los encuestados tiene un 65.8%, las cuales son mujeres (25), y el 34.2% corresponde a 13 hombres en total.

1.- Género
38 respuestas



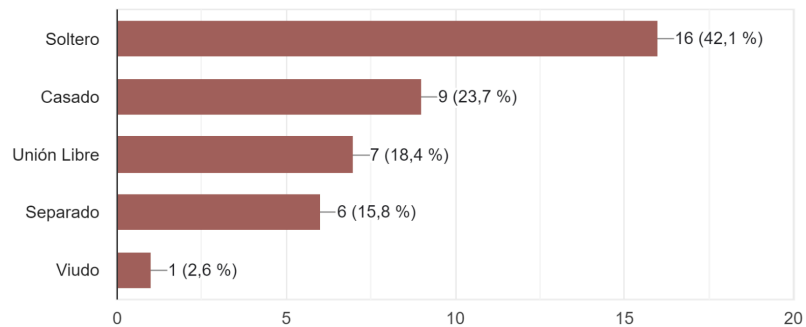
La mayoría de los encuestados tiene entre 30 y 45 años de edad esto corresponde a un 60,5%. El segundo lugar oscila entre los 18 a 25 años con un 15,8%, el 13,2% pertenece a los de 55-65 años de edad y por último el 10,5% va desde los 26 a 30 años.

2.- Edad
38 respuestas



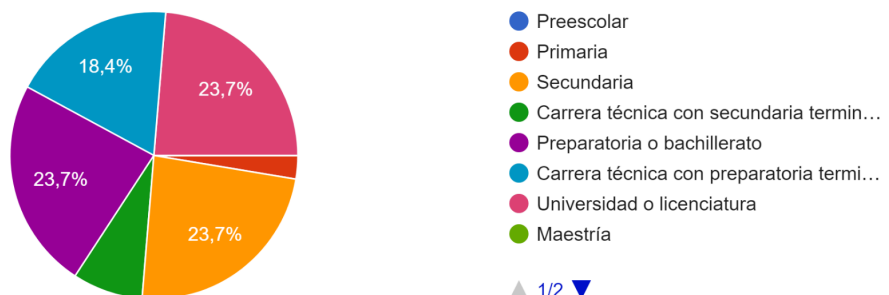
El 42,1% son padres y madres solteras un total de 16 encuestados, el 23,7% son casados, el 18,74% mencionó que está en unión libre, el 15,8% son separados y solo una persona de muestra viuda.

3.- Situación civil
38 respuestas



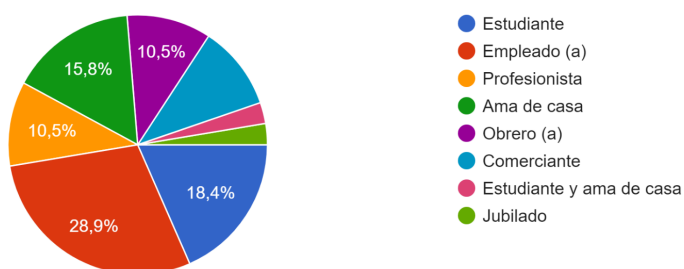
Se aprecia un empate del 23,7% de los encuestados en sus grados de estudio los cuales van desde Universidad o licenciatura, secundaria, preparatoria o bachillerato. El 18,4% de los encuestados indicó tener carrera técnica o preparatoria terminada. Un porcentaje mínimo mencionó tener carrera técnica con secundaria terminada y una persona mencionó tener solo la primaria.

4.-Último grado de estudios
38 respuestas



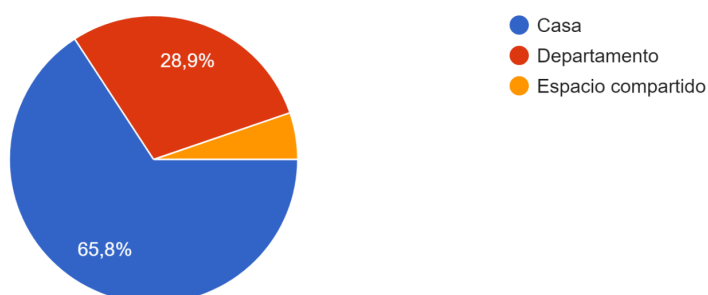
El 28,9% de los encuestados mencionó que es empleado, 18,4% contestó que es estudiante, 15,8% es ama de casa, un empate del 10,5% es profesionista y obrero. Una minoría comenta que es comerciante, uno que es estudiante y ama de casa y otro menciona que es jubilado

5.- Ocupación.
38 respuestas



Un 65,8% vive en casa propia, un 28,9% en departamento y dos personas comentan que viven en un espacio compartido.

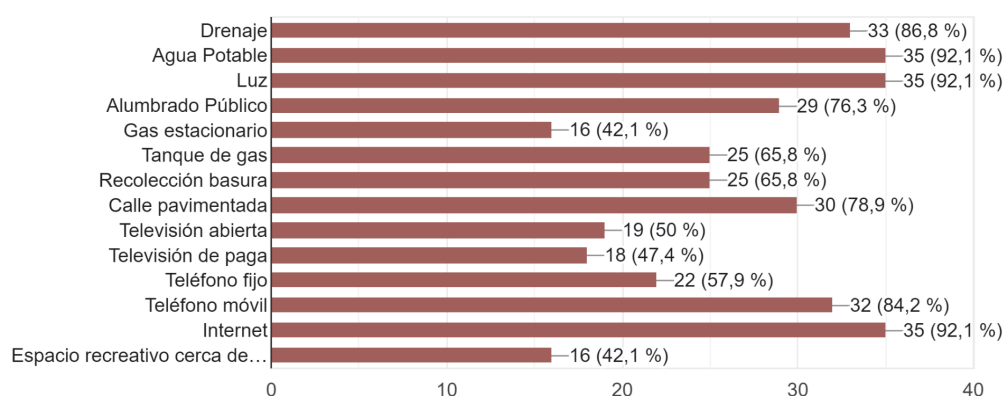
6.-Usted vive en
38 respuestas



La mayoría de los sondeos cuentan con drenaje que corresponde al 86,8% (33). Un 92,1% cuenta con agua potable que corresponde a 35 entrevistados, el otro 92,1% también cuenta con luz, el 75,3% (29) de los encuestados menciona que cuenta con alumbrado público, 16 encuestados cuentan con gas estacionarios que es un 42,1%. Se nota un mismo porcentaje del 65,8% que cuenta con tanque de gas y recolección de basura. Un 78,9% que es un total de 30 personas menciona contar con calles pavimentadas, el 50% cuenta con televisión abierta, mientras que el 47,4% cuenta con televisión de paga. Un 57,95% cuenta con teléfono fijo, mientras que un 84,2% tiene teléfono móvil. Un 92,1% de las personas cuenta con internet y solo el 42,1% tiene acceso a un espacio cerca de su vivienda.

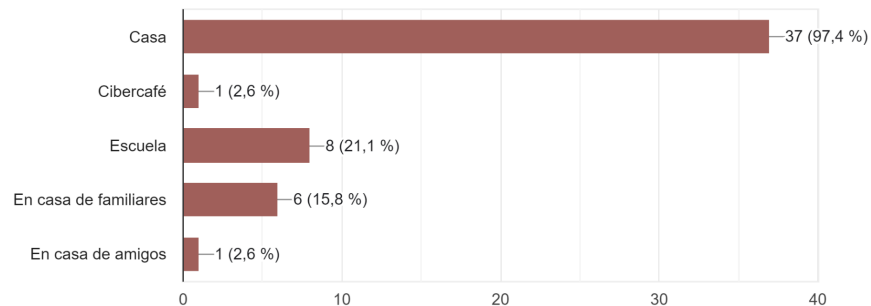
8.- ¿Con qué servicios cuenta en su vivienda? (Puede marcar más de una opción).

38 respuestas



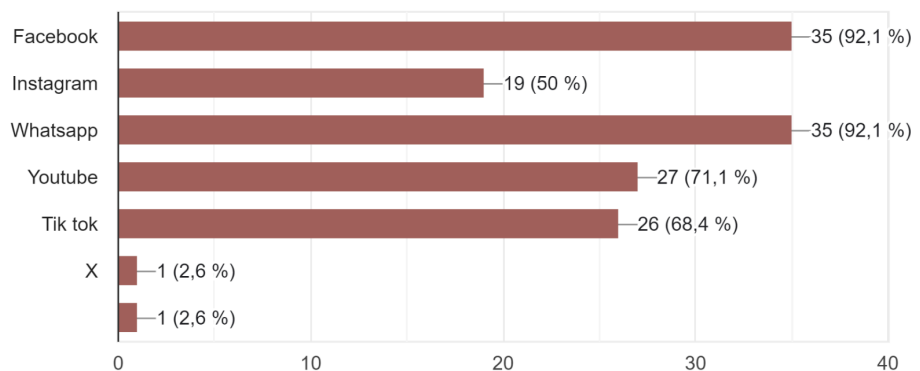
El resultado de la encuesta menciona que un 97,4% de los entrevistados consulta su internet en casa, 21,1% menciona que lo consulta en la escuela, el 15,8% respondió que lo consulta en casa de familiares y dos minorías de 2,6% mencionaron que en cibercafé y en casa de amigos.

9.- ¿De dónde consulta el servicio de internet? (Puede marcar más de una opción)
38 respuestas



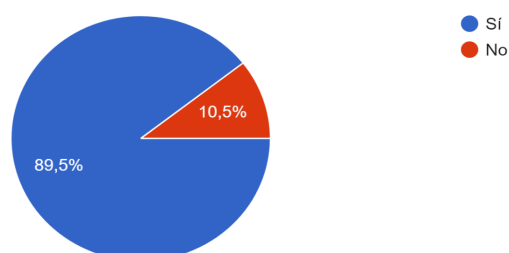
Un 92,1% de los padres afirman que usan facebook y whatsapp, el 71,1% usa Youtube, el 68,4% usa tik tok.

10.- ¿Usas algunas de estas redes sociales?(Puede marcar más de una opción).
38 respuestas



Un 85% de los encuestados afirma que si conoce el contenido que muestra Tik tok y el otro 10,5% respondió que no.

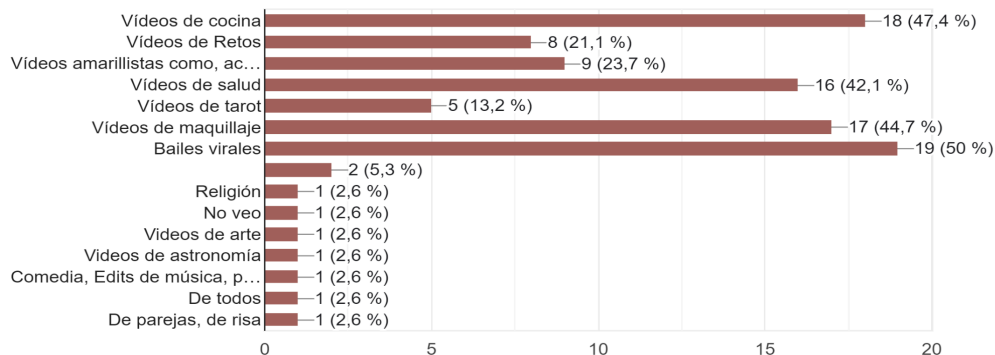
11.- ¿Conoces el contenido que muestra Tik tok en su plataforma?
38 respuestas



La encuesta arrojó que el 50% de los encuestados les aparece un contenido de bailes virales, el 47,4% menciona que ve vídeos de cocina, el 42,1% consume vídeos de salud, el 23,7% menciona que videos amarillistas, el otro 21,1% consume vídeos de reto, 13,2% observa vídeos de tarot, un 5,3% de los encuestado menciona ver vídeos de religión, de arte de astronomía, comedia, risa etc.

12.-¿Qué contenido ves o te aparece con mayor frecuencia en Tik tok? (puedes marcar varias opciones).

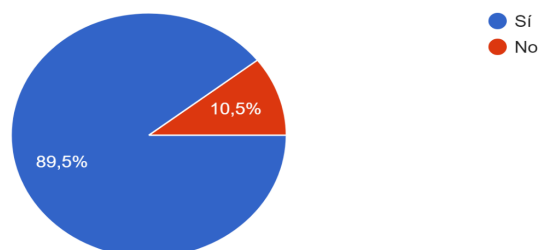
38 respuestas



Un 89,5 % de los encuestados respondió que sí cree que el Tik tok refuerza el estereotipo de belleza mientras que el otro 10,5% contestó que no.

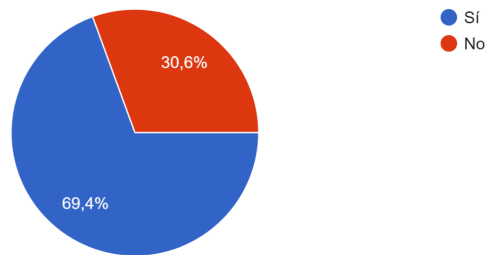
13.- ¿Crees que Tik tok refuerza el estereotipo de belleza?

38 respuestas



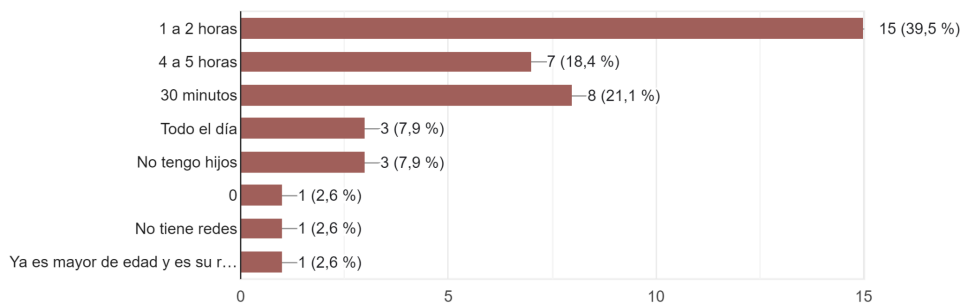
Un 69,4% de los padres participantes respondieron que su hijo si cuenta con una cuenta de Tik tok, mientras que el otro 30,6% respondió que no.

14.- ¿Tu hijo tiene cuenta en Tik tok ?
36 respuestas



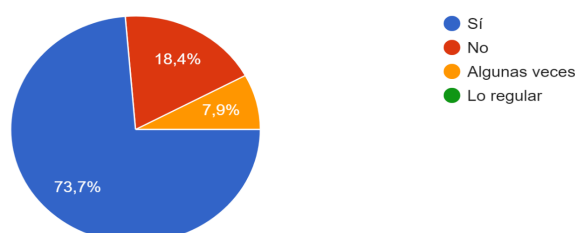
Un 39,5% de los encuestados respondió que su hijo navega en internet de 1 a dos horas al día, un 21,1% dice que su hijo navega solo 30 minutos en el internet, 18,4% dice que su hijo navega de 4 a 5 horas. Un 7,9% menciona que deja a su hijo navegar todo el día.

15.- ¿Cuántas horas le permites a tu hijo/a que navegue en las redes sociales?
38 respuestas



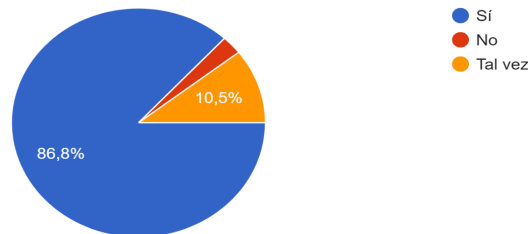
Un 73,7% de los encuestados dicen que si ha castigado a su hijo por estar mucho tiempo en las redes sociales, mientras que el 18,4% dice no castigar a sus hijos, una minoría del 7,9% menciona que algunas veces.

16.- ¿Has castigado a tu hijo/a por estar mucho tiempo en las redes sociales y no terminar con sus tareas y obligaciones?
38 respuestas



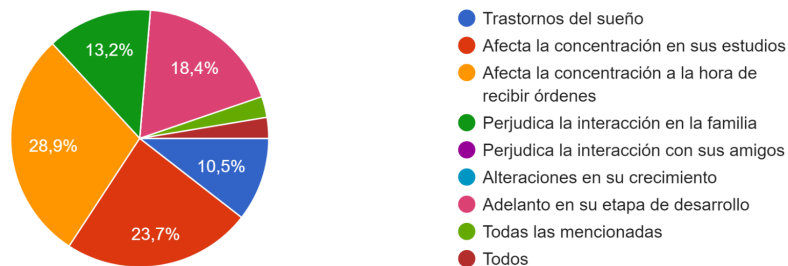
El 86,8% de los padres de familia respondió que el uso de redes sociales como el Tik tok sí genera daños en los niños, mientras que el 10,5% menciona que tal vez y una minoría de 2 personas respondieron que no.

17.- ¿Crees que el uso de las redes sociales como el Tik tok genera daños en los niños?
38 respuestas



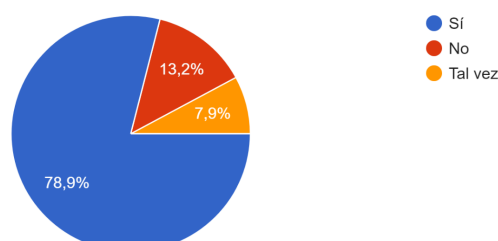
En la encuesta se ve reflejado que un 28,9% cree que uso de redes sociales afecta a los niños y niñas en la concentración a la hora de recibir órdenes, mientras que un 23,7% afirma que afecta en la concentración en la escuela. Un 18,4% cree que adelantan su etapa de desarrollo, el 13,2% respondió que perjudica la interacción familiar y una minoría menciona que todas.

18.- ¿Qué daños crees que le puedan generar a los niños y a las niñas?
38 respuestas



Un 78,9% menciona que si sabe sobre la opción de bloqueo en contenido para adulto, el 13,2% respondió que no lo sabía y un 7,9% puso que tal vez.

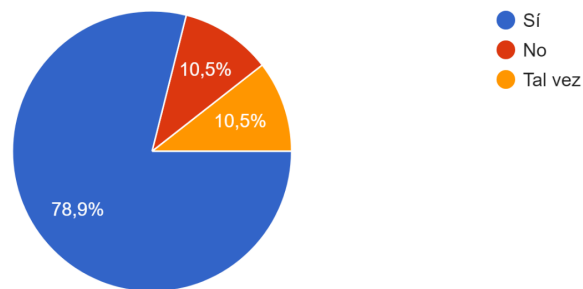
19.- ¿Sabía usted que como adulto o tutor responsable del niño o niña, las plataformas y redes sociales le permite bloquear, contenido no apto par... mensajes que afecten su integridad del infante?
38 respuestas



Un 78,9% de los padres menciona que si conoce los bailes que muestra Tik tok, mientras que se ve un empate del 10,5% que menciona que no y que tal vez.

20.- ¿Conoces los bailes que muestran en Tik tok?

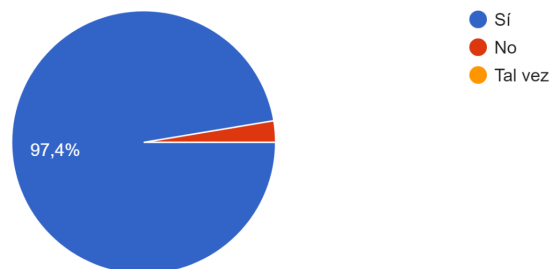
38 respuestas



La encuesta arroja que un 97,4% de los encuestados si ha visto niños replicando bailes de Tik tok y solo una persona respondió que no.

21.- ¿Has visto niños replicar los bailes de Tik tok?

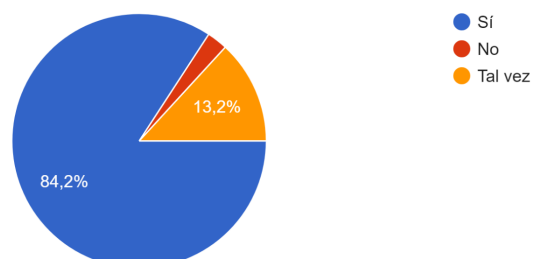
38 respuestas



Un 84,2% de los entrevistados menciona que si llegan a ser provocativos los bailes de Tik tok, mientras que el 13,2% contestó con un tal vez y solo una persona contestó que no.

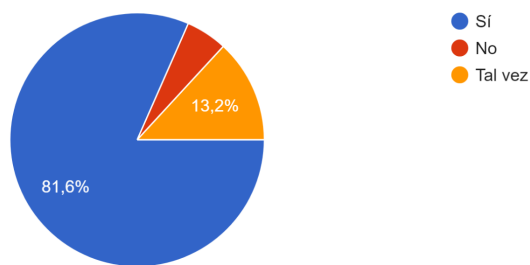
22.- ¿Crees que los bailes que replican llegan a ser provocativos?

38 respuestas



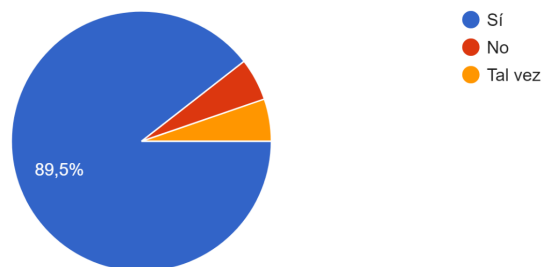
Un 81,6% de los encuestados respondió que sí es malo que los niños repliquen movimientos provocativos en las plataformas de Tik tok, mientras que un 13,2% de los encuestados mencionó que tal vez y dos personas respondieron que no.

23.-¿Crees que es malo que los niños y las niñas repliquen los movimientos provocativos, como son bailes de reggaetón donde rozan sus cuerpos, en la aplicación de TikTok o YouTube?
38 respuestas



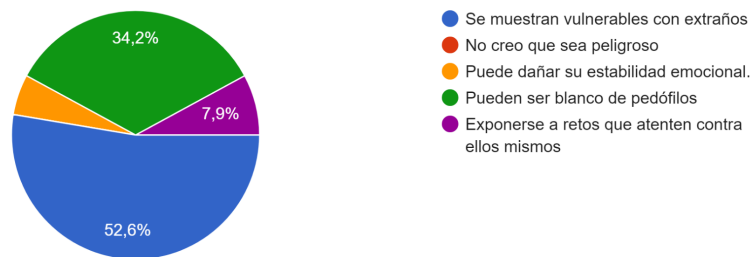
El 89,5% de los padres entrevistados respondieron que sí es peligroso que los niños y niñas se muestran bailando en Tik tok, mientras dos minorías respondieron que tal vez y que no.

24.- ¿Crees peligroso que los niños y niñas se muestran bailando en plataformas como Tik tok? (Si la respuesta es no pasa a la pregunta 26)
38 respuestas



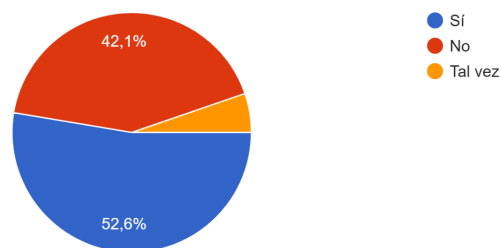
Un 52,6% de los adultos respondió que es peligroso el uso de Tik tok en menores porque se muestran vulnerable con extraños, el 34,2% respondió que pueden ser blancos de pedófilos, un 7,9% dijo que es porque se expone a retos que atentan contra ellos mismos y dos personas respondieron que puede dañar su estabilidad emocional.

25.- ¿Por qué crees que es peligroso, el uso de Tik tok en menores de edad?
38 respuestas



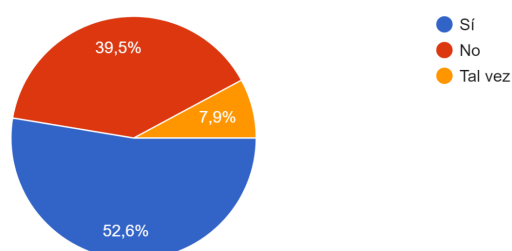
Un 52,6% de los participantes respondió que sí conocen famosos de Tik tok, mientras que el 42,1% respondió que no conoce a algún famoso, una minoría de dos personas puso que tal vez.

26.-¿Conoce a algún famoso de Tik tok?
38 respuestas



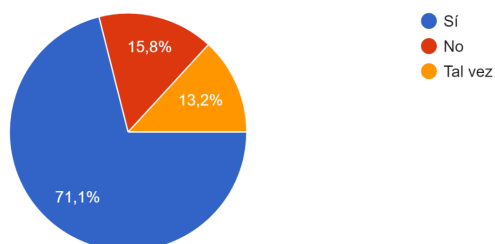
52,6% de los encuestados sí conoce algún famoso Tik toker que su hijo admire, mientras que un 39,5% puso que no conoce qué famosos admira su hijo y el 7,9% puso que tal vez.

27.- ¿Conoce algún famoso de Tik tok que su hijo o hija admire o vea?
38 respuestas



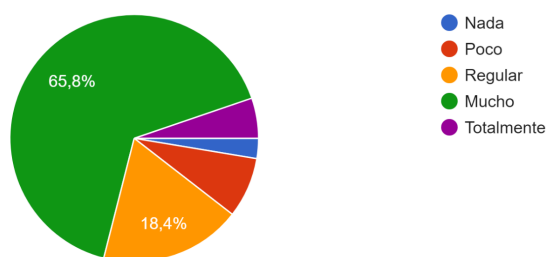
El 71,1% de los padres pusieron que si influyen los personajes en el comportamiento de sus hijos, mientras que el 15,8% contestó que no influye y un 13,2% puso que tal vez.

28.-¿Cree que los personajes de las redes sociales influyen en el comportamiento de su hijo o hija?
(Si la respuesta es no pase a la pregunta 31)
38 respuestas



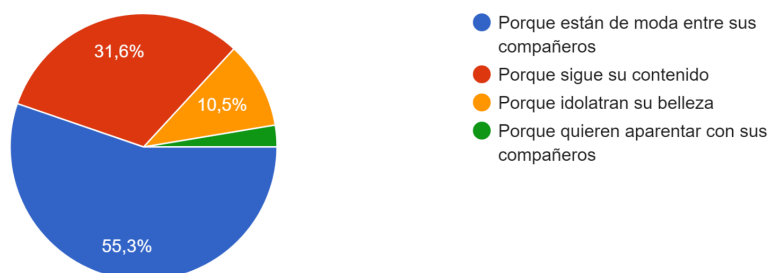
La encuesta arrojó que un 65,8% de los participantes piensan que los personajes de las redes sociales influyen mucho en el comportamiento de su hijo, mientras que el 18,4% puso que regular. Tres personas pusieron que poco, dos que totalmente y una que no puso nada.

29.- ¿A qué grado cree usted que los personajes o figuras importantes de las redes sociales, influyen en el comportamiento de los niños?
38 respuestas



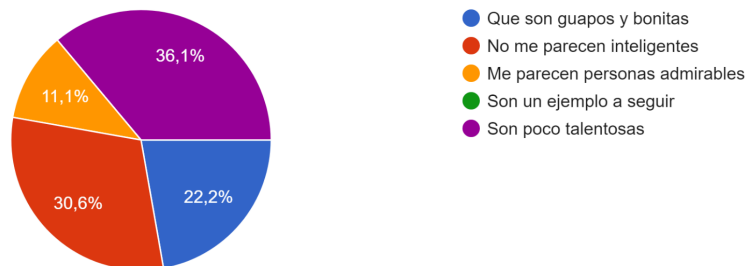
Un 55,3% puso que creen que los personajes de redes sociales influyen en los niños porque están de moda entre sus compañeros, mientras que el 31,6% cree que es porque sigue su contenido y un 10,5% de los padres contestó que porque idolatra a su belleza.

30.- ¿Por qué cree que los personajes de las redes sociales influyen en los niños y niñas?
38 respuestas



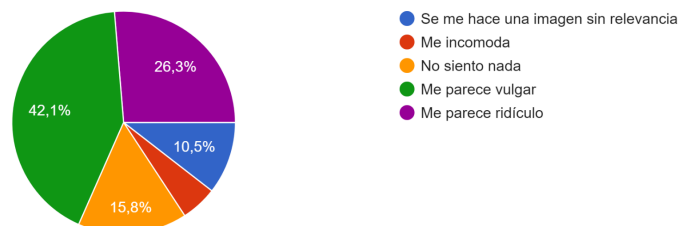
36,1% de los encuestados piensan que los famosos que se muestran en las redes sociales son poco talentosos, el otro 30,6% piensa que no son inteligentes, el 22,2% piensan que son guapos y bonitos y una minoría del 11,1% piensa que son admirables.

31.- ¿Qué piensa sobre las mujeres y hombres famosos que se muestran en las redes sociales?
36 respuestas



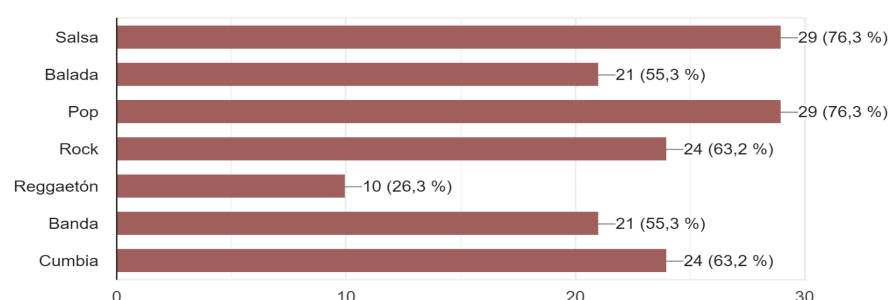
En la pregunta 33 el 42,1% respondió que la imagen de la famosa de Tik tok mostrada les parece vulgar, un 26,3% puso que les parece ridículo, el 15,8% puso que no siente nada al ver la imagen, un 10,5% respondió que se les hace un imagen sin relevancia y una minoría de dos personas puso que les incomoda.

33.- Yeri Mua es una influencer famosa en tiktok, su contenido es de belleza y su público va desde los 9 años a los 24 años de edad. ¿Qué siente al ver esta imagen de la tik toker?
38 respuestas



En esta pregunta se reflejó que el 76,3% de los encuestados escucha música de salsa y pop, mientras que un 63,2% escucha rock y cumbias. El 55,3% escucha bandas y baladas, y una minoría de 26,3% escucha reggaeton.

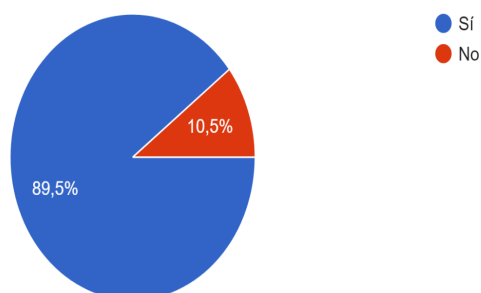
34.-¿Qué género musical escuchas? (Puedes poner más de una opción)
38 respuestas



Un 89,5% de las personas encuestadas si conoce la música que escuchan sus hijos, y el 10,5% respondió que no conoce la música que escucha su hijo.

35.- ¿Conoces la música que escucha tu hijo o hija?

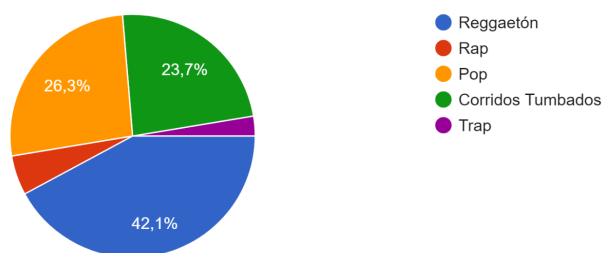
38 respuestas



El 42,1% de las personas respondieron que sus hijos escuchan reggaetón, el 26,3% puso que su hijo escucha pop, el 23,7% contestó que su hijo escucha corridos tumbados.

36.- ¿Qué clase de música escucha tu hijo o hija?

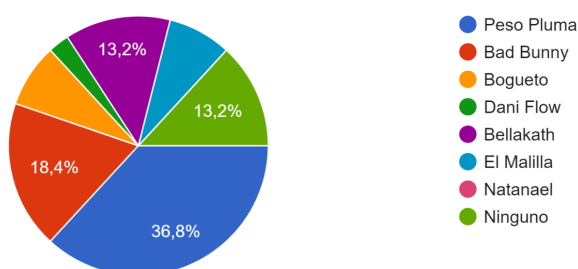
38 respuestas



Para esta pregunta el 36,8% de los encuestados puso que conoce al cantante Peso Pluma, el otro 18,4% puso que conoce a Bad Bunny, mientras el un 13,2% de los encuestados respondió que conocen a Bellakath y el otro 13,2% que a ninguno.

37.- ¿Conoces a algunos de estos artistas musicales juveniles?

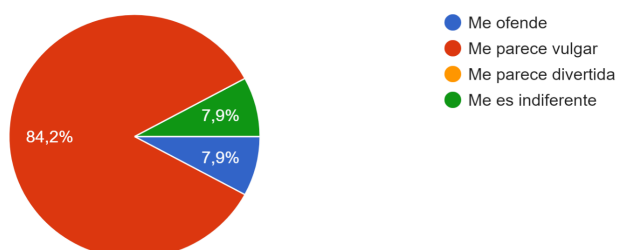
38 respuestas



Para la siguiente pregunta el 84,2% de los participantes contestó que la frase que se les puso les pareció vulgar, y un 7,9% de los encuestados puso que le es indiferente y el otro 7,9% contestó que les ofende.

38.- ¿Qué piensas de esta frase de una canción de reggaetón del artista Dani Flow? "Zorra, estúpida, bastarda te amo"

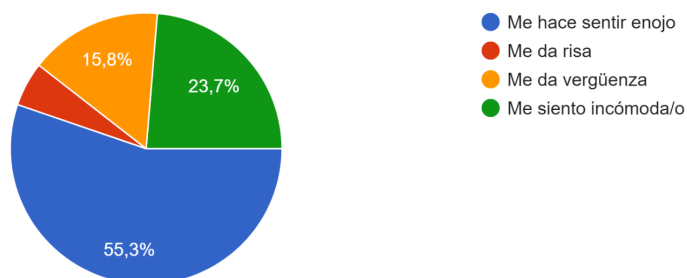
38 respuestas



55,3% de los padres contestaron que la imagen que vieron les hizo sentir enojo, el 23,7% puso que se sentían incómodos, y una minoría del 15,8% respondió que les da vergüenza, solo dos personas contestaron que les dio risa.

39.- ¿Cómo se siente al ver esta imagen?

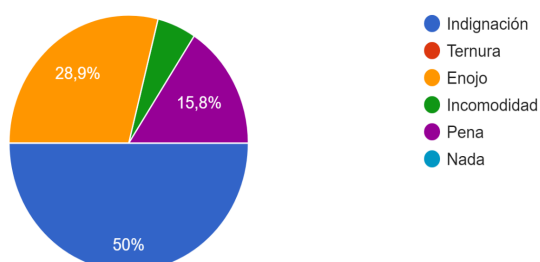
38 respuestas



La encuesta arrojó que el 50% de los encuestados al ver la imagen les causó indignación, el 28,9% contestó que les ocasiona enojo, un 15,8% puso que les causa pena y solo tres personas contestaron que les dio incomodidad.

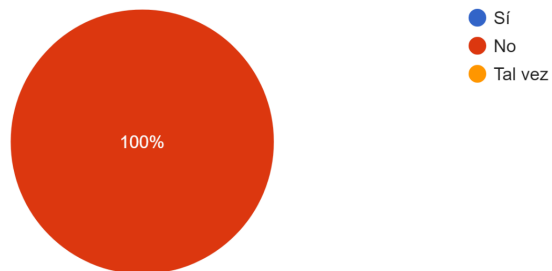
40.- ¿Qué emociones causa en usted la siguiente imagen?

38 respuestas



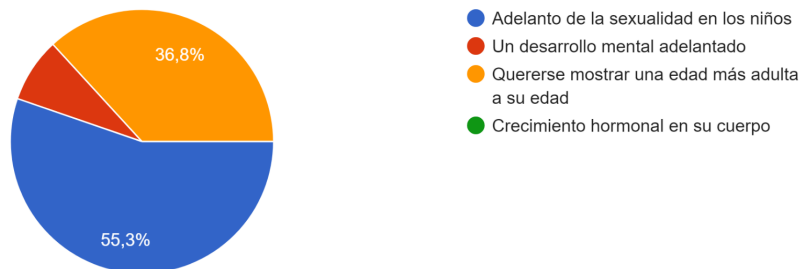
El 100% de los encuestados respondieron que no están de acuerdo que los niños y niñas de 11 y 12 años tengan novio.

41.- ¿Cree que las niñas de 11 y 12 años, tengan la edad adecuada para tener novio?
38 respuestas



El 92,1% de las personas contestaron que las redes sociales si son un factor que hace que las infancias adelanten su etapa de desarrollo, 2 personas respondieron que tal vez y una que no.

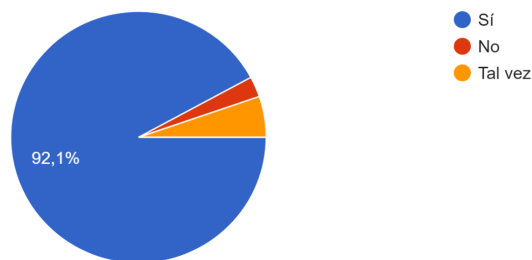
42.- ¿Para usted qué significa la hipersexualización infantil?
38 respuestas



Para la siguiente pregunta la encuesta reportó que un 55,3% creen que las redes sociales adelantan la etapa de desarrollo infantil porque muestran contenido de adulto, el 21,1% cree que es porque ponen como prioridad la estética del cuerpo perfecto.

43.-¿Usted cree que las redes sociales son un factor, para que las infancias, se adelanten a una etapa que aún no les corresponde?

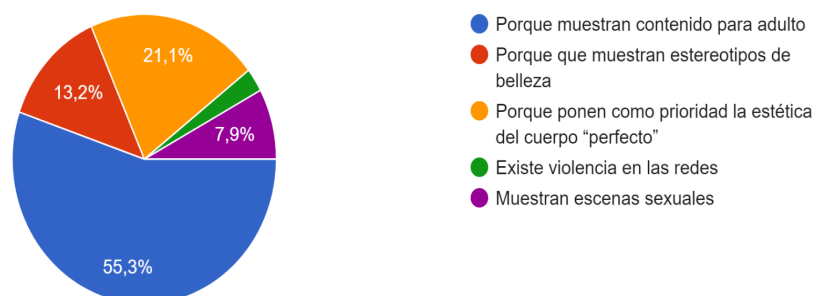
38 respuestas



Un 13,2% menciona que es porque se muestran estereotipos de belleza y un 7,9% creen que es porque muestran escenas sexuales.

44.- ¿Por qué cree usted que las redes sociales sean un factor que adelante la etapa de desarrollo de un infante?

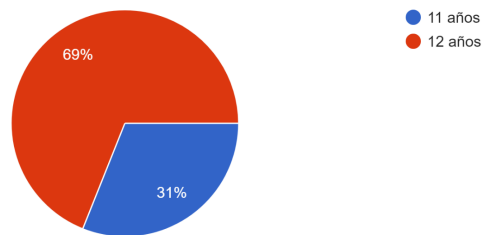
38 respuestas



Encuesta a niños y niñas de 11 y 12 años

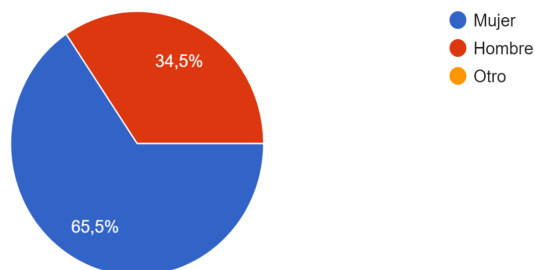
En la primera pregunta se aprecia que un 69% de los niños tiene 12 años y un 31% tiene 11 años de edad.

1.- ¿Cuántos años tienes?
29 respuestas



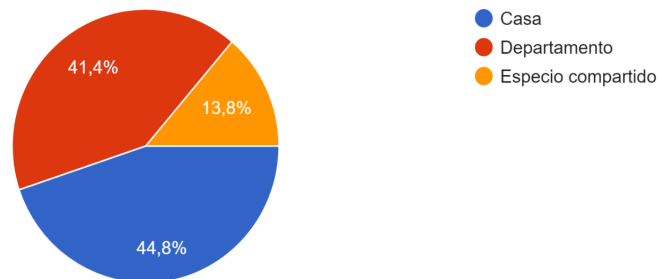
En la gráfica muestra que el 65,5% de los infantes que contestó la encuesta 39 personas son niñas, y el 34,5% , corresponde a 20 niños. Ninguno puso la opción de otro.

2.- ¿Con qué género te identificas?
29 respuestas



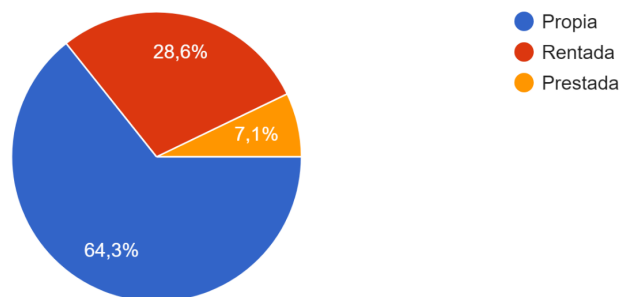
La mayoría de los infantes que fue el 44,8% viven en una casa, el 41,4% contestó que vive en departamento y una minoría del 13,8% respondió que vive en un espacio compartido.

3.- Vives en
29 respuestas

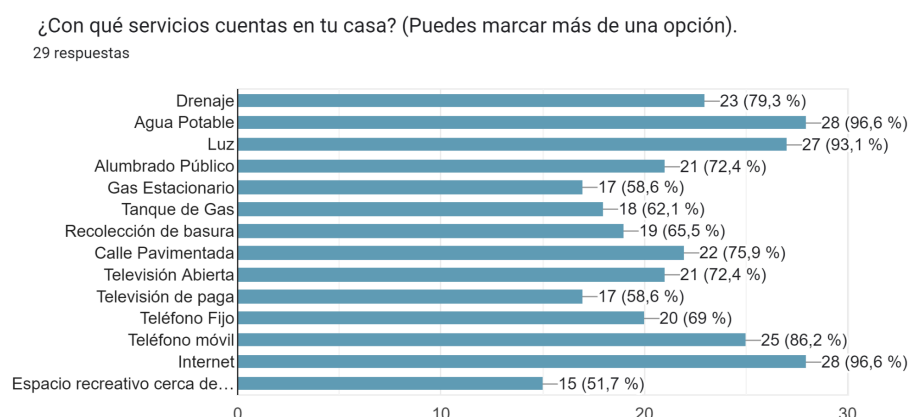


Un 64,3% de los encuestados respondieron que su vivienda es propia, mientras que el 28,6% contestó que es rentada y un 7,1% puso que si vivienda es prestada.

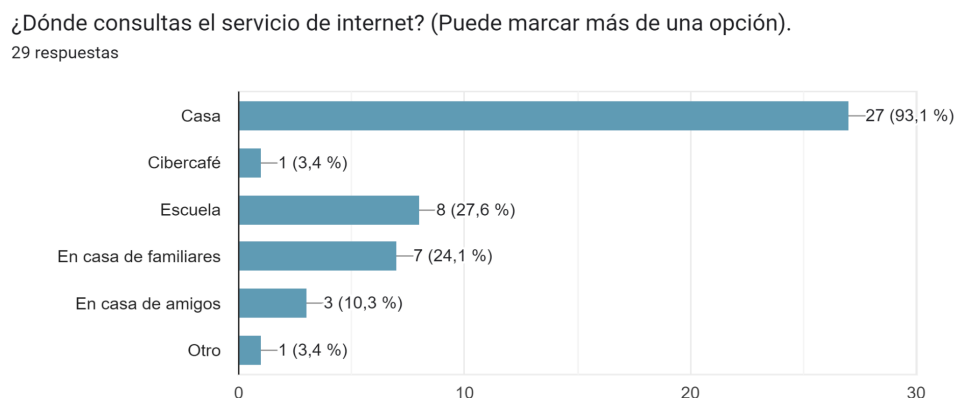
¿Tu vivienda es?
28 respuestas



Para esta pregunta se observa que el 96,6% de los infantes cuentan con agua potable e internet, un 93,1% tiene luz, el 86,2% cuenta con teléfono móvil, 75,9% tiene cuenta con calle pavimentada, el 72,4% respondió que tiene alumbrado público y televisión abierta. Un 65,5% de los entrevistados puso que cuenta con recolector de basura, el 62,1% cuenta con tanque de gas, el 58,6% tiene gas estacionario y televisión de paga y solo el 51,7% cuenta con espacio recreativo cerca de sus vivienda.

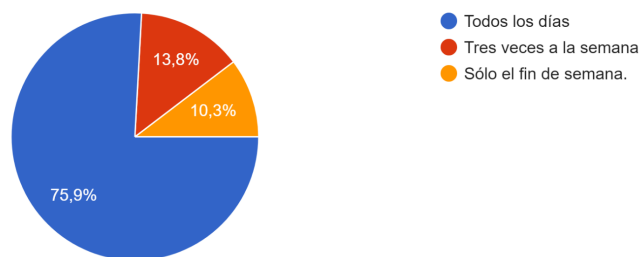


La encuesta arrojó que el 93,1% de la población infantil consulta internet en casa, el 27,6% puso que lo consulta en la escuela, el 24,1% puso que lo consulta en casa de familiares, 10,3% contestó que lo usa en casa de amigos y una minoría del 3,4% puso que en cibercafé y otros.



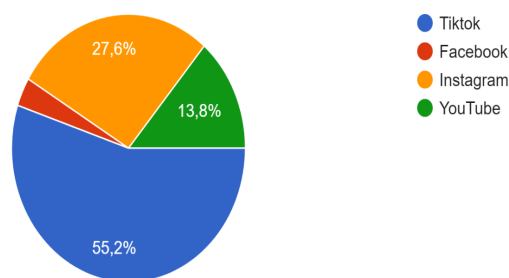
Se ve que el 75,9% de los niños y niñas usan redes sociales todos los días, un 13,8% dice que usa las redes sociales solo tres veces al día y un 10,3% solo usa los fines de semana.

¿Con qué frecuencia usas las redes sociales?
29 respuestas



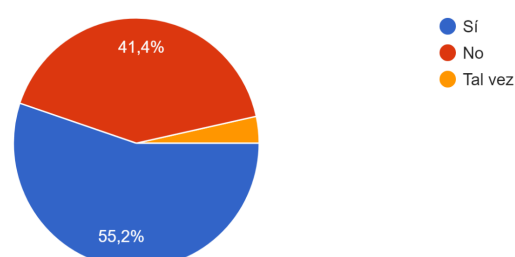
Para esta pregunta un 55,2% de los menores respondieron que la aplicación que más usan para distraerse es: Tik tok, el 27,6% usa instagram, un 13,8% usa Youtube y solo un 1% pusieron que usan Facebook.

¿Qué aplicación usas más para distraerte?
29 respuestas



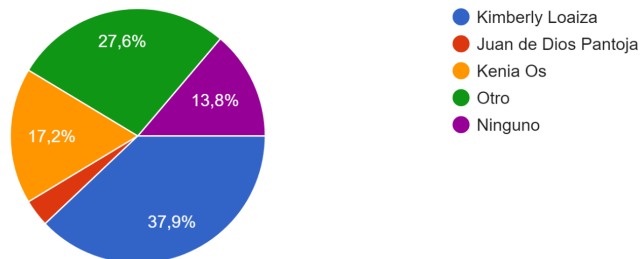
Un 55,2% admite que sí ha hecho Tik toks y el 41,4% puso que no, solo dos niños contestaron con tal vez.

¿Has hecho un Tik Tok?
29 respuestas



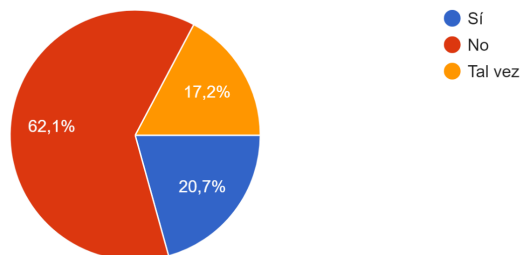
Para esta pregunta un 37,9% de los infantes contestó que la tik toker más famosa es Kimberly Loaiza, el 27,6% puso que es otro, un 17,2% contestó que es Kenia Os, el 13,8% puso que es ninguno y solo pusieron que era Juan de Dios Pantoja.

¿Quién es el tik toker más famoso para ti?
29 respuestas



La gráfica arrojó que el 62,1% de los encuestados no ha usado redes de citas para mayores de edad, mientras que el 20,7% puso que sí las ha usado, un porcentaje menor del 17,2% contestó que tal vez las ha usado.

¿Has usado redes de citas para mayores de edad, sin el consentimiento de tus padres?
29 respuestas



Un 62,1% de los niños y niñas contestó que nunca ha usado redes sociales para citas, el 24,1% puso que las ha usado porque tienen curiosidad y el 13,8% es porque quieren conocer más gente.

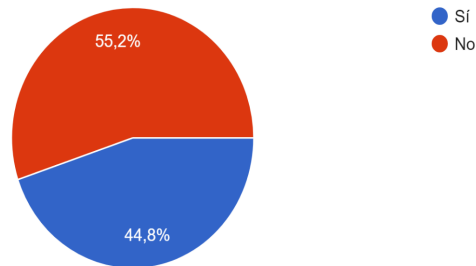
¿Por qué has usado redes de citas?
29 respuestas



52,2% de los encuestados respondió que no ha subido fotos suyas a instagram, y el otro 44,8% contesto que sí ha subido fotos.

¿Subes fotos de ti en Instagram?

29 respuestas



Para esta pregunta los participantes contestaron el motivo por el cual suben o no suben fotos de ellos a instagram, en cual se observa que el 37,9% contestó que no les gusta su físico, el 34,5% puso que les gusta ser populares. Dos pusieron que no usan el instagram, dos más que porque les gusta como salen, dos más que porque pueden encontrar novio o novia.

¿Por qué?

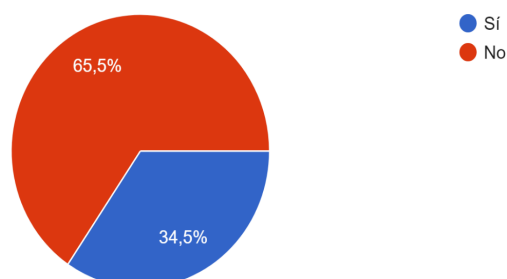
29 respuestas



Un 65,5% respondió que sus padres no los dejan subir fotos de ellos mismos en redes sociales y el otro 34,5% puso que sí los dejan subir fotos.

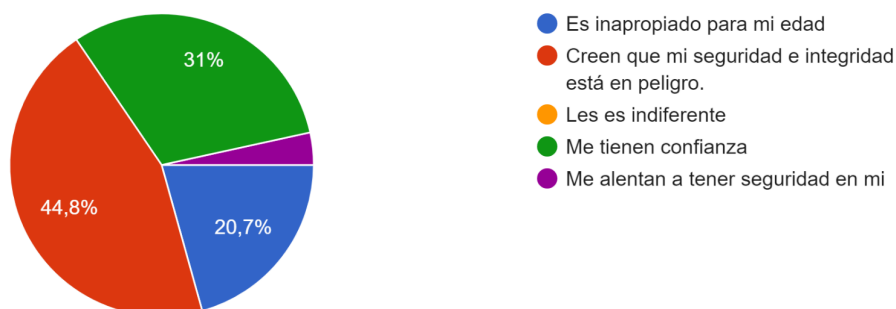
¿Tus papás te dejan subir fotos de ti mismo a estas redes sociales?

29 respuestas



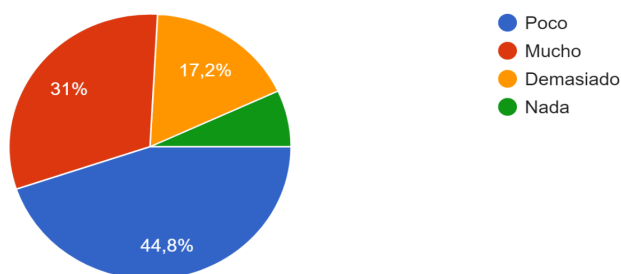
Los infantes respondieron el motivo de porque sí o porque no los dejan subir fotos sus padres. El 44,8% de los infantes respondieron que sus padres creen que su seguridad e integridad está en peligro, el 31% pisos que les tienen confianza, el 20,7% contestó que es inapropiado para su edad y solo pusieron que los alientan a tener seguridad en sí mismos.

¿Por qué?
29 respuestas



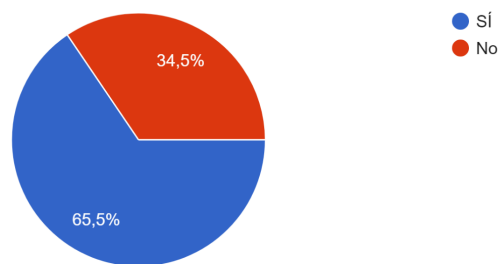
44,8% de los encuestados respondieron que el reggaetón les gusta poco, el 31% puso que mucho, el 17,2% pusieron que demasiada y solo tres contestaron que nada.

¿Te gusta el reggaetón?
29 respuestas



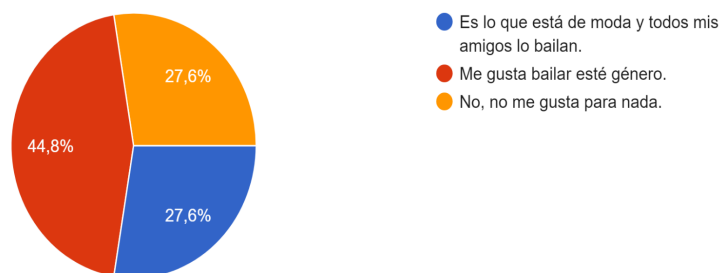
El 65,5% de los encuestados respondió que sí baila reggaetón y el otro 34,5% restante contestó que no lo bailan.

¿Bailas reggaetón?
29 respuestas



Para esta pregunta los niños y las niñas respondieron el motivo por el cual bailan reggaetón. El 44,8% respondió que les gusta bailar este género, el 27,6% dijo que porque está de moda y sus amigos los bailan y el otro 27,6% menciona que no les gusta para nada.

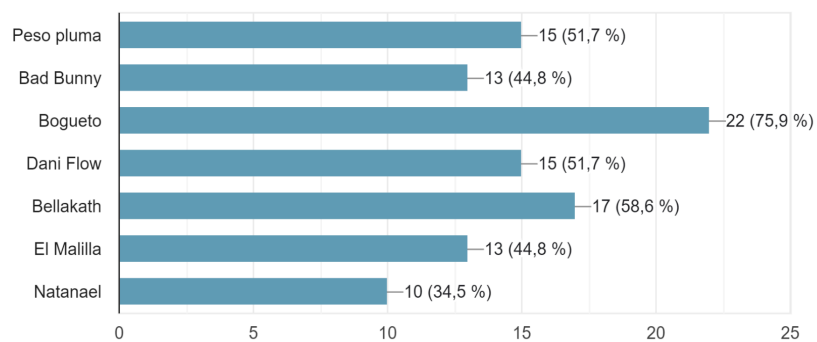
¿Por qué?
29 respuestas



La gráfica arroja que un 75,9% de los infantes conoce al artista Bogueto, un 58,6% conoce a la cantante Bellakath, el 51,7% conoce a los artistas Peso Pluma y Dani Flow, un 44,8% conoce a Bad Bunny y al Malilla, una minoría del 34,5% dice conocer a Natanael.

¿Conoces a algunos de estos artistas musicales? (Puedes marcar varias opciones)

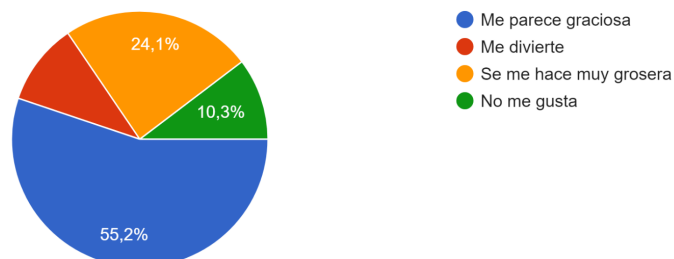
29 respuestas



55,2% de los encuestados piensa que la frase mostrada les parece grosera, mientras que el 24,1% se les hace muy grosera, el 10,3% no les gusta y una minoría de cuatro infantes respondió que les divierte.

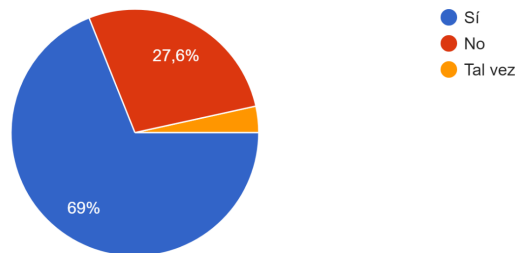
¿Qué piensas acerca de esta frase? "Zorra, estúpida, bastarda. Te amo"

29 respuestas



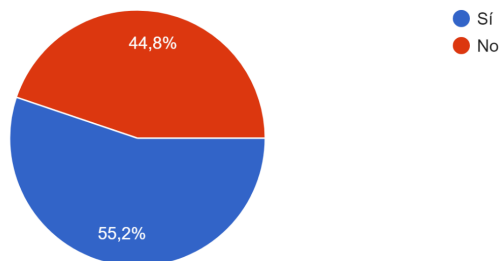
Para esta pregunta se les cuestiona si conocen de donde salió la frase anterior. El cual el 69% de los infantes respondió que sí, el 27,6% puso que no y solo dos contestaron que tal vez.

¿Conoces de donde salió la frase anterior?
29 respuestas



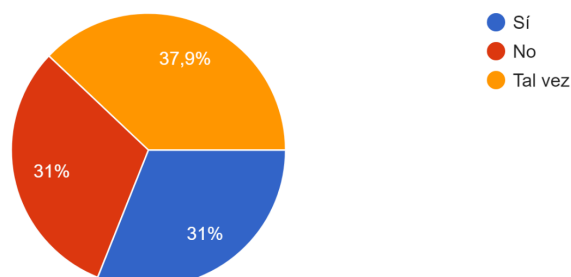
En esta pregunta el 55,2% de los participantes contestó que sus papás sí los dejan escuchar música de reggaeton, mientras que el 44,8% contestó que no los dejan escuchar música de reggaetón.

¿Tus papás te dejan escuchar música de reggaetón?
29 respuestas



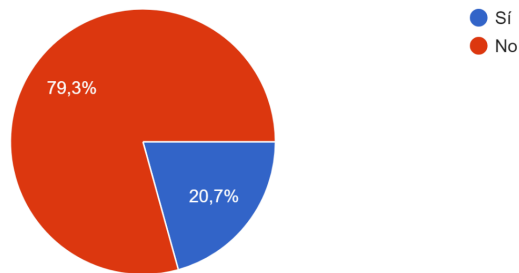
En esta pregunta arroja que el 37,9% de los infantes tal vez les gustaría tener novio o novia, el 31% contestó que no y el otro 31% que sí.

¿Te gustaría tener novio/a?
29 respuestas



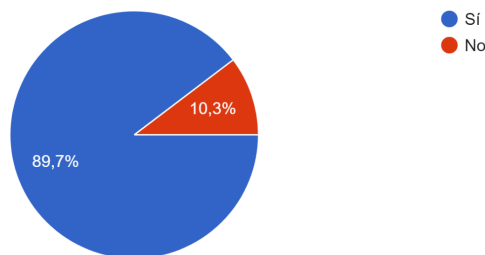
Un 79,3% de los encuestados respondió que no tienen novio, mientras que el resto que lo conforma el 20,7% contestó que sí tienen novio.

¿Tienes novia/novio?
29 respuestas



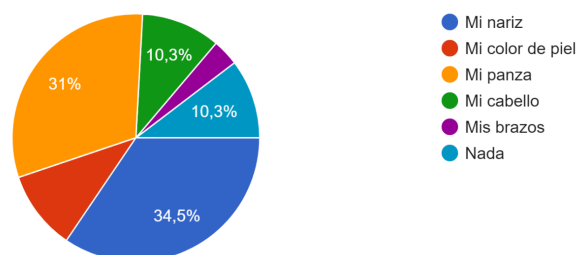
En esta gráfica se muestra un porcentaje del 89,7% de los infantes quienes respondieron que si se les ha dicho guapo o bonita, y un 10,3% contestó que no.

¿Alguna vez te han dicho que eres bonita o guap@?
29 respuestas



Un grupo de niños y niñas que corresponde al 34,5% respondió que la parte de su cuerpo que les gustaría cambiar es su nariz, un 31% contestó que su panza, el 10,3% puso que nada y el otro 10,3% su cabello, solo una persona contestó que sus brazos.

¿Qué parte de tu cuerpo te gustaría cambiar? (Si tu respuesta fue "nada" pasa a la pregunta 30)
29 respuestas



La siguiente pregunta cuestiona el motivo del porque los infantes quieren cambiar esa parte de su cuerpo, a lo que el 42,3% contestó que se sienten incómodos con su cuerpo, el 23,1% dijo que sí lo cambiaría sería para verse más atractivo para los demás, un 19,2% puso que se han burlado de esa parte de su cuerpo y el 11,5% puso que así lo aceptarían los demás.

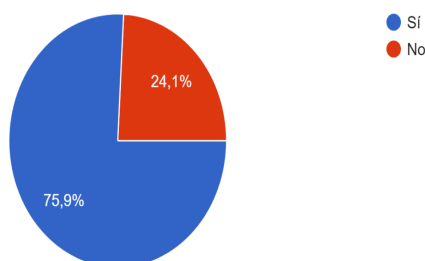
¿Por qué?
26 respuestas



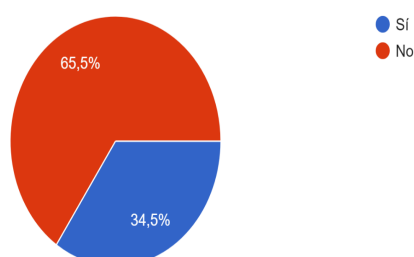
El 75,9% de los infantes respondieron que si los han insultado con su físico y el resto que es un 24,1% contestó que no los han insultado.

En la segunda gráfica se muestra que el 65,5% de los infantes no se sienten niños o niñas feos, mientras que el otro 34,5% menciona que si se sienten feos.

30.- ¿Alguna vez te han insultado por tu físico?
29 respuestas



¿Te sientes un niño o niña fea?
29 respuestas



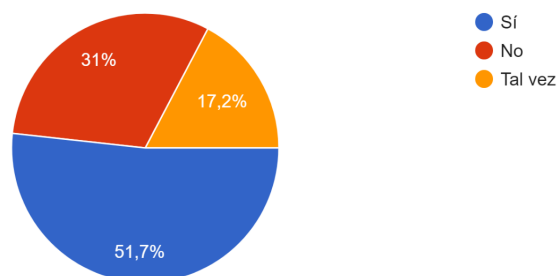
Para esta pregunta se observa que el 44,8% de los niños y niñas encuestados respondieron a la pregunta con un me siento bien conmigo misma, coincidiendo con las respuestas anteriores, un 41,4% contestó que sus compañeros se burlan de ellos y el 13,8% puso que no son como los influencers de Tik tok.

¿Por qué?
29 respuestas

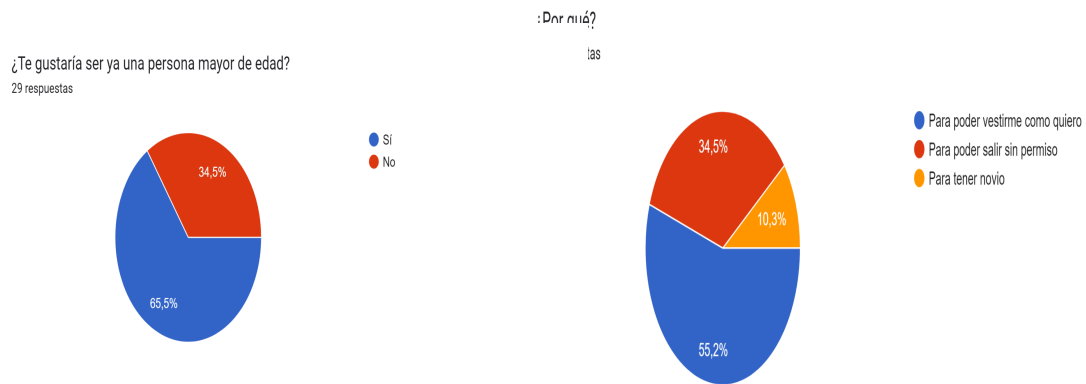


El 51,7% de los participantes contestó que sus padres sí les han dicho cumplidas, el 31% contestó que no y el 17,2% contestó que tal vez.

¿Alguna vez tus papás te han dicho algún cumplido como bonita o guapo?
29 respuestas

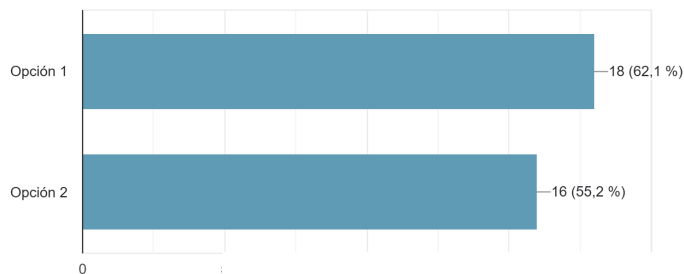


Un 65,5% de los niños y niñas contestó que sí les gustaría ser mayores de edad, mientras que un 34,5% contestó que no. El motivo que se muestra en la segunda gráfica es de un 55,2% quienes pusieron que para poder vestirse como ellos quieran, un 34,5% para poder salir sin permiso y una minoría del 10,3% que pusieron que para tener novio o novia.

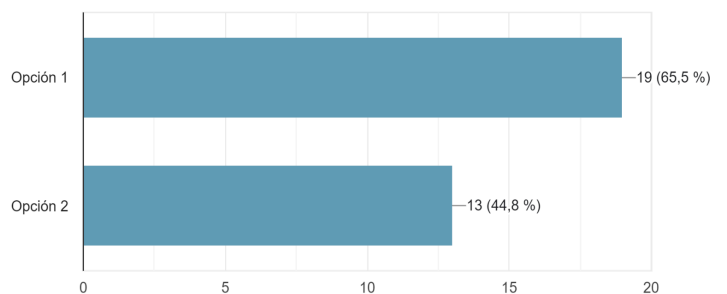


En la siguiente gráfica se muestra que el 62,1% de los encuestados votó por la opción 1 de imágenes y el 55,2% voto por la opción 2 de imágenes mostradas. En la segunda gráfica se muestra que el 65,5% de los infantes voto por la primera opción, mientras que el resto que lo conforman del 44,8% votó por la segunda opción.

1- Selecciona la opción, de el grupo de mujeres que crees que sean más bonitas?
29 respuestas



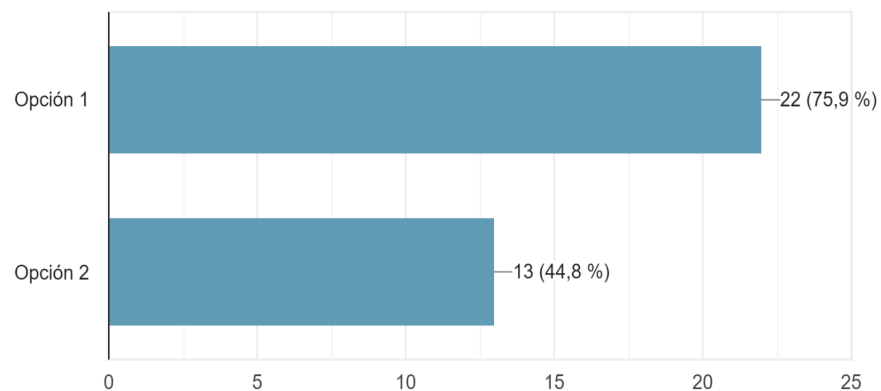
2.- Selecciona la opción, de el grupo de hombres que crees que sean guapos?
29 respuestas



En esta gráfica se muestra que el 75,9% de los encuestados votó por la opción uno de imágenes que se mostró preguntando como quien quisieran ser de grandes y el 44,8% eligió ser como la imagen de la opción 2.

3.- Selecciona la opción, como quién te gustaría ser cuando seas grande

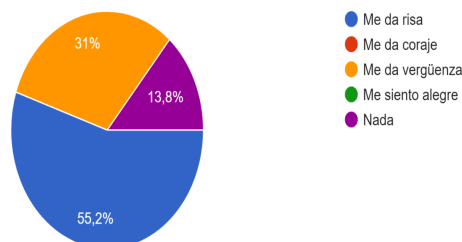
29 respuestas



En la primera gráfica se muestra un porcentaje del 55,2% de los encuestados quienes respondieron que les da risa la imagen, un 31% quienes dijeron que les da vergüenza y un 13,8% que dijo que no les produce nada.

4.- ¿Qué sientes al ver esta imagen?

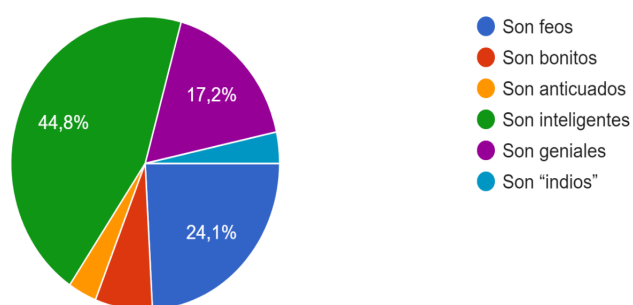
29 respuestas



En la segunda gráfica el 44,8% de los encuestados piensa que en la imagen que se muestra son inteligentes, el 24,1% dice que son feos, el 17,2% piensa que son geniales, 3 encuestados piensan que son bonitos y sólo dos mencionan que son anticuados.

5.- ¿Qué piensas al ver estas imágenes?

29 respuestas



Conclusiones del sondeo

Los resultados del sondeo evidencian una problemática relevante en el consumo de contenidos digitales por parte de niñas y niños.

Por un lado, se identifica que madres, padres y tutores de familia tienen conocimiento sobre los riesgos asociados al uso de redes sociales sin supervisión; sin embargo, este reconocimiento no se traduce necesariamente en prácticas afectivas de control o acompañamiento.

Asimismo, se observa que una parte de la población infantil ha tenido acceso a contenidos dirigidos a públicos adultos, así como a representaciones hipersexualizadas que influyen en la imitación de conductas y estéticas. Este hallazgo pone en evidencia la exposición temprana a discursos mediáticos que no corresponden a su etapa de desarrollo.

De igual manera, los datos reflejan un acceso amplio y poco restringido a internet, lo que facilita la circulación y consumo de este tipo de contenidos. La ausencia de filtros o mecanismos de supervisión contribuye a la normalización de dichas prácticas en la vida cotidiana.

Adicionalmente, se identifica que madres, padres y tutores reconocen el tipo de contenidos que consumen sus hijos e incluso manifiestan desacuerdo con alguno de ellos, no implementan medidas concretas de restricción o regulación. En ciertos casos, estos contenidos son percibidos como

entretenimiento, generando reacciones de risa tanto en adultos como en los menores, particularmente ante la reproducción de bailes o conductas con connotaciones provocativas (como se muestra en una de las preguntas de la encuesta en donde se pone la imagen de niños bailando). Esta respuesta evidencia un proceso de normalización que minimiza la problemática y dificulta la intervención oportuna.

En conjunto, estos resultados permiten identificar una brecha entre el conocimiento de los riesgos y las acciones concretas para mitigarlos, lo que refuerza la necesidad de diseñar estrategias comunicativas orientadas a la sensibilización, el acompañamiento y la educación digital de los públicos involucrados.

Metodología cualitativa

Como ya se ha mencionado anteriormente, nuestro plan comunicativo requiere de la metodología cualitativa, en donde ocuparemos herramientas para la recolección de información, las cuales son: entrevista semiestructurada y un taller lúdico reflexivo.

Taller reflexivo lúdico

Esta técnica de investigación busca mediante un taller lúdico-reflexivo recolectar datos certeros e información académica más detallada sobre el consumo de redes sociales y medios digitales que ocupan los infantes en la actualidad. Este taller va dirigido principalmente a niñas y niños de 11 y 12 años de edad, debido a que son los más vulnerables a la hipersexualización, siendo así que la técnica de investigación funcione para identificar la interacción entre infantes y medios digitales que conforman su entorno, qué conocimientos tienen sobre ellos entre los niños de la escuela y qué comportamientos aprendidos ajenos a ellos, han replicado por el consumo de redes digitales sin supervisión, proporcionando así datos los cuales nos permitan determinar qué tanto son expuestas estas replicas dentro de su entorno.

La ubicación establecida para desarrollar el taller lúdico será en el parque Iztapasauria, ubicado en el antiguo deportivo de Sta. Cruz Meyehualco, esto para hacerlo más dinámico y poder invitar después a los niños y niñas a conocer el parque recreativo y la Utopía.

Se realizará el diagnóstico a través de actividades recreativas. Dichas actividades se pretenden para un grupo de primaria de 30 alumnos, donde únicamente se aplicará a las niñas y niños de 11 y 12 años de edad. El taller lúdico, tendrá una duración de 45 minutos. En las siguientes tablas se pondrán los objetivos de cada actividad y que es lo que se pretende atender a la hora de aplicarlas.

Nombre de la actividad	¿De qué trata?		Objetivo	¿Qué se pretende?	Duración
Dramatización	Se formarán 5 equipos con 5 integrantes cada uno. Cada equipo debe escoger a algún artista, influencer o personaje de su preferencia para representarlo. Tendrán que escoger un líder que actúe del personaje, a parte los otros 4 niños serán como su manager, su escolta personal o un fan, que buscarán defender el valor del artista. Los equipos contrarios tendrán que actuar como hater del artista y el equipo		Que los niños actúen y muestran un juego de roles utilizando la interacción interpersonal. Qué se desenvuelven en un ambiente con sus iguales y que entren en confianza, sacando sus actitudes reales sin alguna figura de autoridad	Durante esta actividad se pretende romper el hielo entre ellos y que se cree un ambiente de confianza. Observar su interacción, sus gestos, su lenguaje verbal y corporal. También arrojará qué tipo de contenido observan y cual es para ellos el famoso que siguen e imitan, si este es apto o no para su edad.	15 minutos

	lo tiene que defender del hate.				
--	---------------------------------	--	--	--	--

¡Pato, pato CAMBIÁTE!	1-Deben formar un círculo, entre los participantes. 2- Se darán indicaciones, al cambiar de lugar, dependiendo de las órdenes o características de la orden que se dé. No se vale cambiar de lugar al que está al lado. 3- Sé dará un pequeño ejemplo, para ver que todos han entendido. Es importante que se vayan cambiando de lugar rápido, y en menos de 10 segundos. 4- Las consignas que se realizarán son: Se cambian de lugar quienes están enamoradas (os) 1. Se cambian de lugar quienes les guste bailar.		Empezar a romper el hielo y abordar temas vinculados a la sexualidad Conocer cómo se interactúa en las redes sociales y los comportamientos que tienen con estas.	Observar las respuestas y comportamientos que se dan en la interacción del juego.	15 minutos.
-------------------------------------	---	--	---	--	---------------------------

	2. Se cambian de lugar quienes hacen amistades por internet. 3. Se cambian de lugar quienes tienen novio/a. 4. Se cambian de lugar quienes contactan gente para salir. 5. Se cambian de lugar quienes han navegado por internet sin que los vean sus padres. 6 .Se cambian de lugar quienes han mandado una foto “subida de tono” a alguien por redes sociales. 7. Se cambian de lugar quienes alguna vez han subido fotos, con poca ropa a redes sociales.				
--	---	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--

Falso o Verdadero	Se propone al grupo formar una fila o columna en la parte céntrica del espacio, en donde el lado izquierdo será FALSO y el lado derecho será VERDADERO. Posteriormente se harán afirmaciones en donde el niño o niña se pondrá de lado que crea que tiene lugar dicha afirmación. Se harán afirmaciones como prueba de que entendieron las instrucciones, por ejemplo. Los bebés vienen de las cigüeñas. La afirmaciones que se utilizarán serán las siguientes: 1) Las personas tienen derecho a elegir si quieren o no quieren tener hijos.		Qué los menores observen los temas como la sexualidad, el género y los derechos} Que identifiquen los prejuicios de la sexualidad Empezar a abordar temas tabúes	Se pretende observar las creencias, mitos y prejuicios de los niños. Averiguar qué tan normalizado es la etapa del aceleramiento de la sexualidad y que tan abiertamente lo hablan o mencionan con adultos de confianza. De igual manera se observa su interacción, su lenguaje tanto verbal como no verbal.	10 min
--	---	--	---	--	----------------------

	2) Se puede abrir una cuenta si eres menor de edad en Tinder, Facebook, Tiktok, Youtube, Twitter, etc. 3) Si me pide un adulto mandar nudes, lo tengo que complacer 4) En la escuela me han hablado de los anticonceptivos 5) Puedo hablar con mamá y papá de sexualidad. 6) A los 11 años las niñas se deben maquillar 7) A los 11 años los niños deben aumentar sus músculos				
--	--	--	--	--	--

	8) En casa me han dicho que el tamaño SÍ IMPORTA 9) El amor es importante para besarme con mi compañero o compañera 10) A los 11 años se empieza a tener novio o novia				
--	---	--	--	--	--

Análisis y codificación del Taller Lúdico

Para este taller lúdico, citamos a niñas y niños, del grado 5to y 6to año de los grupos A y B, de la primaria "*Fray Martín de Valencia*" en la Utopía Meyehualco para la elaboración de nuestros talleres. La cita fue a las 11 a.m. del sábado 22 de abril. A la cita, llegaron 15 niños, de los cuales 12 eran niñas y 3 niños, más 7 adultos que seríamos los responsables de impartir las actividades, fue así como empezamos el taller a las 12 p.m.

El taller lúdico recreativo, inició con la realización de gafetes personalizados por los mismos niños, y una actividad de reconocimiento donde cada niño debía ir diciendo el nombre de sus compañeros al azar y de los talleristas presentes. Cuatro de los talleristas se unieron a las actividades con los niños para tener una observación participativa y guiarlos en las dudas que hubiese sobre las indicaciones. Uno dio las indicaciones generales y dos más estarían observando cómo se daba la interacción.

- Dramatización

En la actividad formamos tres grupos debido al limitado número de niños, los grupos se denominaron así: alfa, beta y gama.

El *equipo Alfa* se conformó por tres niñas de 12 años, dos niños de 11 años y una tallerista de 23 años, este equipo eligió interpretar a *Bad Bunny* el cual es un cantante de reggaetón de Puerto Rico, fue actuado por el líder *Derek*

de 12 años, su manager fue la tallerista Ana y sus fans que se encargaron de defenderlo fueron Cinthya, Josceline, Brithney y Luis. Los argumentos que utilizaron para defender a su artista fueron: “Esta guapo”, “Canta bien” y “Está a la moda”

El equipo *Beta* se conformó por un niño, cuatro niñas y un tallerista de 29 años, este equipo eligió interpretar a *El Malilla*, el cual es un rapero del Edo. Mex y fue representado por *Abimael de 12 años*, su manager fue Fernanda y sus fans Lizbeth, Michel, Renata y el tallerista Antonio. Los argumentos que utilizaron para defender a su artista fueron: “Es humilde”, “Tiene bonita sonrisa” y “Está guapo”.

El equipo Gama se conformó por cinco niñas de 12 años y un tallerista de 22 años, este equipo eligió interpretar a Peso Pluma, un cantante de “corridos bélicos” de Jalisco, fue representado por *Frida de 12 años*, su manager fue el tallerista Edgar y sus fans Ana, Guadalupe, Itzel y Roció. Los argumentos que utilizaron para defender a su artista fueron: “Baila bien”, “Canta bien” y “Tiene corte Chido”.

Codificaciones

Los niños y niñas se pusieron eufóricos a la hora de defender a su artista, algunas actuaciones de los niños se pudieron ver un tanto agresivas. Las niñas por su lado gritaban un poco más para llamar la atención, entre los gritos se escuchaban insultos hacia el artista los cuales eran “es feo, canta mal, dice estupideces en sus canciones”.

Recurrieron al uso de celulares para poner música del personaje en donde se pudo observar cierta interpretación de bailes un tanto sexuales, pues el género de reggaetón les dio hincapié a realizar movimientos corporales un tanto extravagantes, este hecho se vio reflejado más en las niñas. Los niños solo actuaban un poco alterados. El uso de lenguaje de los niños y niñas fue un poco ofensivo a la hora de atacar al equipo contrario, sin embargo la mayoría defendió a su artista atacando los rasgos físicos del otro artista contrario. Los niños no tienen conocimiento de la carrera artística de los cantantes, como los son disqueras, compositores, etc.

Concluyendo que los infantes atacaron rasgos físicos del artista siendo para ellos lo más importante y sobresaliente del personaje, y su única virtud aparte de las canciones famosas que tienen.

Interpretación de Dramatización

Nos pareció muy sorprendente el ver el tipo de música que consumen los niños de esta edad y lo natural que salió el ataque hacia los otros artistas, hubo una situación donde Fernanda insultando a Bad Bunny se percató de que estaba siendo dura con sus comentarios y dijo "Creo que si soy muy hater", además de ver como se comparten los gustos musicales entre ellos y lo fácil que se les dio defender a su artista a costa de los insultos a su físico

Otro punto a destacar de lo visto es como destacan atributos físicos de los 3 artistas que fueron hombres, haciendo comentario sobre su físico, cuando estos artistas tienen más de 23 años dejando en duda el cómo perciben los niños a estos adultos.

- Pato, pato ¡CÁMBIATE!

La actividad inició formando un círculo donde los 15 niños y 4 talleristas estaban conviviendo. La tallerista Paola junto con Itzel se encargó de dar las indicaciones donde se iba a mencionar situaciones y si los niños o adultos las habían vivido debían cambiarse a otro lugar más lejano sin perder la forma del círculo inicial.

Las indicaciones iniciaron con:

Se cambian de lugar quienes están enamorados

Se cambian de lugar quienes les guste bailar

Se cambian de lugar quienes hacen amistades por internet

Se cambian de lugar quienes tengan redes sociales

Se cambian de lugar quienes tienen novio/a

Se cambian de lugar quienes hayan tenido una relación con alguien mayor por redes sociales

Se cambian de lugar quienes hayan tenido un novio o novia a distancia (ya sea otro estado o país)

Se cambian de lugar quien haya mandado fotos a un amigo por internet

Se cambian de lugar quien usa maquillaje

Se cambian de lugar los que vayan a pasar de año escolar

Se cambian de lugar los que bailan perreo

Se cambian del lugar quienes no usan la falda bajo de la rodilla

Se cambia de lugar quien haya imitado a un influencer sexi

Se cambian de lugar quienes no están conformes con su cuerpo

Se cambian de lugar quienes tienen celular

Se cambian de lugar quienes han hecho bailes para tiktok

Codificación

Al principio los niños se vieron un tanto entusiasmados, y cuando los comandos tocaron temas delicados los infantes reaccionaron con mayor lentitud. El comando que más motivó a las niñas fue el tema de los novios, las niñas fueron las primeras en pararse, sin vergüenza, algunas dudaron pero al ver euforia por parte de sus compañeras se animaron al fin. En esta parte se pudo ver al grupito líder que mueve e influye a los demás, es decir, si cierta niña se cambiaba las demás la seguían, al igual en los pocos niños que participaron. La

influencia de los líderes de los grupos primarios se notó enseguida, pues algunas se cambiaban de lugar para verse integradas al tema, hubo quienes preferían quedarse en su lugar pero fueron pocas las que deciden por sí mismas. Durante esta actividad hubo burlas hacia aquellos que se quedaban en su lugar. Por ejemplo, cuando se mencionó el tema del maquillaje en las niñas, algunas se quedaron sentadas y las que se cambiaron comentaban, con cierta ironía, que el maquillaje era parte de su vida, pues la mayoría usaba demasiado maquillaje para su edad, aparentando tener una edad mayor. Los niños por otro lado se burlaron diciendo que parecían payasos y empezando cierta discusión en el grupito.

Interpretación de pato, pato ¡CAMBIÁTE!

Esta actividad es la que más datos arrojó porque pudimos ver cómo consumen los niños los medios, cómo se relacionan en la red social y entre ellos mismo. Esta actividad arroja datos de lo que vimos en el marco referencial sobre cómo se produce la hipersexualización infantil. El mayor cambio de lugares fue por parte de las mujeres, incluso nuestros talleristas que responden contemplando lo que ellos hacían de jóvenes pudieron identificarse en cómo hacían cosas a destiempo de su edad.

- **FALSO O VERDADERO**

El juego inició haciendo una fila con todos los niños, las talleristas Ana y Melissa estaban en lados diferentes, Melissa representaba el Falso, Ana el Verdadero y Antonio el No sé. Los niños debían pararse frente al talleristas dependiendo de sus respuestas a las afirmaciones siguientes

1. Las personas tienen derecho a elegir si quieren o no quieren tener hijos.
2. Se puede abrir una cuenta si eres menor de edad en Tinder, Facebook, Tiktok, Youtube, Twitter, etc.
3. Si me pide un adulto mandar nudes, lo tengo que complacer
4. En la escuela me han hablado de los anticonceptivos
5. Puedo hablar con mamá y papá de sexualidad.
6. A los 11 años las niñas se deben maquillar
7. A los 11 años los niños deben entrar al gym
8. En casa me han dicho que el tamaño SÍ IMPORTA
9. El amor es importante para besarme con mi compañero o compañeros
10. A los 11 años se empieza a tener novio o novia
11. Se puede crear una cuenta en la aplicación Tinder si eres menor de edad
12. He navegado en Tinder sin permiso de mis papás
13. En casa y en la escuela me han hablado de sexo
14. Me han dicho que la falda que uso es muy corta
15. He fumado cigarro electrónico para verme mayor

Codificación

Se tocaron temas un poco más fuertes con respecto a la sexualidad, puesto que se empezó, con comentar sobre la aplicación “Tinder”, a lo cual la mayoría dijo que no tienen cuenta pero sabían perfectamente que tipo de cuenta es y para que se utiliza, entrando en otro debate entre

ellos, pues una de las afirmaciones era saber si se podría crear una cuenta de Tinder si eres menor de edad, todos se fueron a lado FALSO, pero ciertos comentarios se hicieron notar, por ejemplo algunos dijeron que tomaban en celular de sus mamás y abrían la cuenta desde un correo de sus papás sin que se dieran cuenta y navegaban por sitios no apto para menores, otros tomaron eso como un tipo de reto, pues al oír eso algunos dijeron tener conocidos y familiares que tienen cuenta, están activos en la aplicación, suben contenido y viven de eso.

Interpretación de Falso o Verdadero

Este ejercicio nos dio resultados similares a lo que sería aplicar encuestas, solo que de una manera didáctica, es importante los resultados e interacciones de los niños en este juego porque vimos como algunos habían usado apps de citas que son específicamente para mayores de edad, en el tema de sexualidad a todos les han hablado sobre esto pero hubo un pequeño roce donde alguien mencionó que sabe que si puede hablar con sus padres, madres y/o tutores del tema, pero que no quería hacerlo porque se sentía juzgada.

Conclusiones del taller lúdico

En conclusión, el taller lúdico se realizó con el fin de observar que las plataformas digitales y redes sociales, son unos de los principales factores que influyen, en gustos, preferencias y comportamientos de los menores.

Se pudo determinar que, los niños respondieron a las actividades dinámicas mejor que en las encuestas, la interacción interpersonal que se dió en ellos dio mayor confianza para que los niños y las niñas pudieran participar sin tanto tabú, así mismo el hecho de que los padres, madres y tutores, estuvieran a unos metros de distancia, evitó que los niños y niñas se sintieran incómodos por su presencia.

Durante las dinámicas, al preguntarles, quiénes eran sus artistas preferidos y a quiénes admiraban, la mayoría de los niños y niñas mencionó a cantantes de género de reggaetón y corridos tumbados y también a influencers que siguen en Tik tok e Instagram los cuales tienen gran popularidad en medios de comunicación y redes sociales.

Asimismo, al interactuar con los menores, en cierta dinámicas los niños y las niñas expresaron sus emociones e ideas, en que el que utilizaron criterios, basándose en estereotipos de belleza, que presentan en redes sociales y plataformas digitales, de lo que para ellos/as es estar guapo o bonita, y sí está en tendencia o no.

De igual manera, también se pudo observar que los menores conocen y manejan plataformas digitales que no son apropiadas para su edad, como son, las aplicaciones de citas, que son para personas de 18 años en adelante, en las que interactúan, sin filtros y sin restricción alguna. Por tal motivo, es indispensable que se dé información de medidas de seguridad y control parental, a los padres, madres y tutores, con el fin de evitar, que los niños y niñas, accedan a este tipo de contenidos.

Finalmente, podemos observar, a través de este taller lúdico que la hipersexualización, está muy presente en los menores, puesto que influye, en su identidad, su entorno y la forma de relacionarse con los demás, debido a lo que contenidos que consumen, e imitan de los medios de comunicación y redes sociales.

Cuadro análisis de la entrevista semiestructurada

Análisis de la entrevista semiestructurada dirigida a un psicólogo especialista en infancias.	
Vulnerabilidad de género en las infancias.	• ¿Quiénes son más propensos a desarrollar estos comportamientos, los niños o las niñas?
Hipersexualización infantil y sus efectos.	• ¿Cuáles son los principales efectos psicológicos que se observa en los niños y las niñas que viven en un entorno donde se promueve la hipersexualización? • ¿En qué medida la hipersexualización influye en el desarrollo de la identidad sexual y emocional de los infantes y pre adolescentes?
	• ¿Cuáles son los factores familiares que pueden ayudar a los niños y a las niñas a resistir la presión de la hipersexualización? • ¿Cuáles son los métodos de prevención de la hipersexualidad infantil? • ¿Qué consejos les daría a los padres y madres para abordar este tema de manera saludable con sus hijos e hijas y cómo prevenir los efectos nocivos de la hipersexualización? • ¿Qué cambios consideras necesarios en la sociedad, tanto en la cultura popular, como en las políticas públicas, para proteger mejor a los infantes frente a la hipersexualización?

Estrategias de Prevención y Protección	• ¿Cómo pueden los docentes y las escuelas contribuir a la formación de una visión crítica frente a la hipersexualización en las infancias?
Importancia de la infancia	• ¿Cuál es la importancia que tiene la etapa de la infancia?
Efectos y consecuencias en redes sociales y medios de comunicación	• ¿Cómo influyen plataformas como Instagram, Tik Tok o YouTube en la percepción de los niños y las niñas sobre su cuerpo y su sexualidad? • ¿Las redes sociales afectan en la infancia y en su desarrollo? • ¿Cómo cree que los niños y las niñas se ven afectados por la exposición temprana a contenidos sexualizados, ya sea a través de los medios de comunicación, las redes sociales o incluso la publicidad?

Interacción social y su entorno	• ¿Cómo es la interacción infantil actualmente y de qué manera influyen los medios de comunicación y redes sociales? • ¿Qué importancia tiene la interacción infantil en el desarrollo del ser humano? • ¿Qué papel juega la familia en la infancia? • ¿Cómo influye la tecnología en la interacción infantil?
---	---

Análisis de la entrevista semiestructurada al psicólogo infantil

El propósito de esta entrevista, se realizó con el fin de obtener información y así analizar las respuestas obtenidas, desde la experiencia profesional, a un especialista en psicología infantil, sobre la problemática de la Hipersexualidad infantil, por el consumo de las redes sociales y medios de comunicación.

La entrevista fue realizada al psicólogo Edgar Córdova, especialista en el área de psicología infantil y el desarrollo del comportamiento humano. Para empezar el objetivo de esta entrevista, es conocer acerca de los factores, causas y consecuencias, que los medios de comunicación y redes sociales, fomentan conductas que llevan a la hipersexualidad infantil.

El especialista trabaja actualmente en el ámbito privado, dedicado a la psicología y atención especializada en el área infantil.

Con base a la guía de la entrevista, comenzamos con la primer categoría denominada: **“Importancia de la infancia”** El psicólogo Edgar Córdova nos menciona que para él, la infancia es la etapa fundamental del desarrollo humano, porque es donde empiezan los cimientos, donde se construyen los procesos biológicos, como cognitivos⁸ que van creando nuestra personalidad y lo que nos constituye como personas a lo largo de nuestra vida.

Para esto, nos mencionó al psicólogo y teórico Jean Piaget quien explica el desarrollo infantil y los procesos necesarios para aprender a conocer su entorno, como son el, sensoriomotriz, preoperacional, operaciones concretas y operaciones formales⁹, donde se aprende, probando, tocando y explorando todo, para entender su entorno y desarrollar su intelecto.

Por lo tanto, la etapa del desarrollo humano que es la infancia es la base fundamental, donde se forja el desarrollo físico e intelectual, el carácter, la identidad y la personalidad de cada individuo.

⁸ cognitivo se refiere a los procesos mentales que permiten recibir, procesar y elaborar conocimiento.

[Proceso cognitivo qué es y cuáles son las funciones cognitivas - Psicología en Puebla](#)

⁹ Jean Piaget propone que el desarrollo cognitivo ocurre a través de cuatro etapas principales: sensoriomotriz (0 a 2 años), preoperacional (2 a 7 años), operaciones concretas (7 a 11 años) y operaciones formales (desde los 12 años en adelante), mediante las cuales el niño construye su conocimiento y comprensión del mundo.

[Teoría del desarrollo cognitivo de Piaget](#)

Para la segunda categoría **“Interacción social y su entorno”**, nos menciona que la interacción social, ha cambiado mucho actualmente, debido a la tecnología y los medios de comunicación, ya que el uso excesivo de estos, es utilizado como un distractor, afectando sus vínculos familiares y relaciones sociales, puesto que el ser humano, es un ser social por naturaleza, en el que aprendemos de las experiencias e interacción que tenemos con el otro, y no sólo con los medios digitales.

Y sobre este tema nos mencionó a dos autores que son Vygotsky y Bandura¹⁰, los cuales son reconocidos también por las teorías de la interacción social, en el que dicen que, como seres humanos, aprendemos por la imitación e interacción social.

Así que, con esto podemos decir que, la tecnología , los medios de comunicación y las redes sociales, son herramientas útiles, pero si no se usan adecuadamente y sin supervisión, interfiere en su aprendizaje, en su autoestima y en sus relaciones sociales de los menores.

En la tercera categoría **“La hipersexualidad infantil y sus efectos”** el especialista nos señala que es la exposición de los niños y niñas, con conductas o estereotipos sexuales, que no son adecuados para su edad, los cuales son

¹⁰ Vygotsky, Piaget y Bandura en relación con la conexión entre el mundo social y la cognición. [\(PDF\) Vygotsky, Piaget y Bandura: perspectivas sobre las relaciones entre el mundo social y el desarrollo cognitivo](#)

promovidos por los medios digitales, tanto como culturales y populares, los cuales distorsionan su realidad.

Basándose en las teorías de Erikson y Freud, el psicólogo especialista, señala que desde la preadolescencia, es una etapa entre la infancia y la adolescencia, que va de los 9 a los 13 años, siendo una etapa de exploración e identidad y al hipersexualizar a los niños y niñas, interfiere tanto en el proceso natural y biológico, forzandolos a comportarse con conductas de adultos, en el que se pueden generar conflictos, que pueden causar muchos efectos colaterales en la crianza y el futuro de los niños y niñas.

Asimismo, es importante que padres, madres y/o tutores, creen vínculos fuertes con los menores, en la que ellos, estén alertas a sus inquietudes y necesidades.

Con esta información, podemos decir que el tema de la hipersexualidad , no es sólo un problema de conductas, si no que también daña y afecta su integridad física, psicológica y emocional, por lo que se requiere que se mejoren las políticas públicas, para proteger las infancias, pero sobre todo es de suma importancia que sus tutores fomenten una crianza de vínculos afectivos fuertes, confianza y educación.¹¹

¹¹ Sigmund Freud y Erik Erikso, pilares del psicoanálisis, pero difirieron en el enfoque del desarrollo humano
[Desarrollo psicosocial – Alianza B@UNAM, CCH & ENP ante la pandemia](#)

Para la cuarta categoría **“Efectos y consecuencias en redes sociales y medios de comunicación”**, nos hace mención de las plataformas digitales como Youtube y Tik Tok, ofrecen una variedad exhaustiva de contenidos, es decir que encuentras todo tipo de contenido, en el que se tiene acceso fácilmente.

A modo de ejemplo, el psicólogo infantil, nos expuso el caso de niñas de entre 7 y ocho años de edad, que aparecen maquillándose, niños portando armas y el caso de un menor que suicidó, por no poder ir al concierto de su artista favorito, esto nos hace darnos cuenta, de cómo los menores pueden adelantar etapas y como se exponen a riesgos, conductas y pensamientos violentos, donde psicológicamente y emocionalmente, no están aptos para ver ciertos tipos de contenidos.

También nos menciona que, los menores son como esponjas, porque absorben todo, e imitan las conductas de su influencer o artista favorito, como la forma de vestir, de comportarse o nombrar alguna frase famosa.

Asimismo, comenta que los niños y niñas, sufren afectaciones, en su autoestima e identidad, al estar expuesto a este tipo de contenidos, por ello, toma como referencia a psicoanalista Freud¹², considerado el padre del psicoanálisis¹³, que habla de las instancias psíquicas y la parte de lo psicosexual, que se basa en

¹² Freud ideó la teoría del desarrollo psicosexual y sus cinco etapas: oral, anal, fálica, de latencia y genital, desde el nacimiento

[Las 5 etapas del desarrollo psicosexual de Sigmund Freud](#)

¹³ El psicoanálisis, fundado por Sigmund Freud, es una teoría sobre el funcionamiento de la mente humana, un método de investigación y una terapia basada en la exploración del inconsciente

[Psicoanálisis, aparato psíquico: consciente, preconsciente e inconsciente](#)

que los infantes, están en un periodo de latencia, que quiere decir, que la parte sexual, no se encuentra activa en la etapa de la niñez.

Cabe resaltar, que ante dicha información, podemos ver que los medios y redes de comunicación, son una gran factor, que influye en gran manera la conducta y la percepción de su entorno y del mundo, por lo que es necesario implementar mayores restricciones y controles parentales, para un mejor uso y adecuado y con supervisión, previene de riesgos y consecuencias negativas, que ayudan a proteger su integridad.

Ahora bien, tenemos como categoría la **“Vulnerabilidad de género en las infancias”** el especialista señala que tanto niñas como niños pueden estar expuestos a conductas hipersexualizadas, pero las niñas son más vulnerables ante esta problemática, debido a los estereotipos de género, puesto que las mujeres, desde pequeñas son más sociabilizadas, por esto nos menciona la teoría de objetivación de Fredrickson y Roberts, que trata de que las mujeres suelen ser consideradas, como objetos sexuales por la sociedad, haciéndolas más propensas a internalizar la hipersexualización, un ejemplo que nos nombró, es el de una niña que por ejemplo, si ve a su youtuber o influencer favorita que trae un vestido, como ya lo había mencionado anteriormente, al momento de ver que no le queda igual, o maquillar a una niña a temprana edad, eso es adelantar una etapa que aún no corresponde a sus edad y que además pueden surgir conflictos, que afectan su salud física, mental y emocional, en el que pueden generar confusión e inseguridad a temprana edad.

Con esto concluye, que ambos géneros pueden ser afectados al presentar conductas de hipersexualidad, pero se considera que las niñas son más vulnerables y tienen mayor probabilidad de caer en estereotipos de género.

Y como última categoría, “ **Estrategias de Prevención y Protección**” nos comenta que desde su opinión, los adultos hablen de educación sexual sin tabúes, ya que si, el menor, no sabe de ciertos temas, lo buscará, puesto que si la familia o los tutores no explican lo que es bueno o malo, cómo sabrá que lo que se está haciendo tal vez esté mal, por eso de ahí, la importancia de hablar estos temas sin tabúes ni prejuicios, con temas acordes a su edad.

Otro ámbito, es aprovechar la unidad de la familia, en donde se le pregunte al niño o la niña, cómo se siente emocionalmente con ciertas cosas y así se estaría fomentando la confianza y la comunicación entre padres, madres o tutores con los menores, y así poder resolver las dudas que vayan surgiendo durante sus etapas de crecimiento.

Como ejemplo nos menciona el experto en el tema, que sería que si un niño o niña, pregunta de dónde vienen los bebés, no va decir toda la información, sin filtros o temas que no entienden todavía ya que eso puede traer confusión y causar aún más dudas y si ya es un adolescente de 12 a 14 años, el hablar de estos temas ya es diferente, porque se puede hablar de cambios físicos que le van a producir cambios en cómo ve el mundo y como percibe al compañero o compañera y aquí es donde puede entrar la participación activa de los padres.

De igual manera, es importante ocupar programas educativos y de bienestar social, que se encuentran fuera y dentro del aula escolar, en donde se implementen la identificación de emociones, fomentar el autoconocimiento desde la infancia, saber lo que les gusta y que no les gusta y conocer los límites de cada persona.

También nos menciona que se trabaje de la mano con la pedagogía, el trabajo social y la psicología para que se promueva el autoconocimiento, la aceptación propia y el pensamiento crítico.

Como consejo a padres, madres y tutores pide que escuchen a los menores y creen vínculos de confianza, en el que se enseñen a expresar sus sentimientos para que se cree un vínculo de comunicación que haga que los adultos responsables estén alertas a las necesidades e inquietudes que tengan los niños y las niñas.

Y a nivel educativo, considera que en las escuelas, la educación es bastante anticuada, puesto que es necesario que realice un plan de estudios diferente en donde se implemente la educación sexual conforme a la edad, ya que por ejemplo hay niñas que empiezan a tener su periodo a los 10 años y no saben realmente qué es lo que está pasando por el mismo tabú que aún se encuentra dentro de la educación en México.

Por lo que hay que explicarle a niños y niñas los cambios biológicos que habrá durante la etapa de su desarrollo y explicar la parte de la sexualidad, como lo

ha mencionado antes, que sea conforme a la edad que les corresponde y así se evitan peligros como el acoso y abuso sexual, ya que pueden experimentar algún abuso y no saber que se está abusando.

También nos comenta que, es importante reeducar a los docentes sobre los temas sexuales, meter cursos a los mismos profesores y buscar talleres en donde profesores como niños puedan empezar a conocer su sexualidad.

Por último señala que un cambio necesario, es empezar con el cambio nuclear, es decir la familia o entorno cercano, así como aprender a escuchar a los niños y las niñas en la forma en la se expresa, ya que los padres están en otra etapa de la vida en la que viven rápido y más con los medios digitales y redes sociales se genera distanciamiento por el ámbito social en el que se vive actualmente.

Así, como fortalecer la educación sin tabúes, en escuelas y familias, y crear mejores políticas públicas que penalicen y den formas de prevención de la hipersexualización infantil.

Conclusión de la entrevista semiestructurada al psicólogo infantil

En cuanto al especialista que entrevistamos, la entrevista constó de 17 preguntas y se llegó a la siguiente conclusión.

Sobre la primera categoría, la importancia de la infancia, es la etapa fundamental del desarrollo del ser humano donde ocurren procesos biológicos y donde se empieza la memoria, la razón, el razonamiento, la atención y sobre todo la personalidad y el carácter; donde los niños y las niñas, aprenden todo lo que ven en su entorno y es la etapa que constituye como será, la persona en el futuro.

Por ello, es importante garantizar un entorno seguro y adecuado, en el que se respeten y cuiden los tiempos y etapas, de los niños y las niñas para un desarrollo sano y saludable.

Además, podemos observar que en la segunda y tercera categoría la forma de relacionarse con su entorno los niños y las niñas, en la actualidad ha cambiado drásticamente debido a los avances de las tecnologías y los medios de comunicación, por lo que se pueden ver afectados al relacionarse en la sociedad y que además, si no hay supervisión, esto puede interferir en su aprendizaje, en su autoestima, en sus vínculos sociales, ya que los menores

aprenden por imitación y observación, que pueden traer como consecuencias, que tengan comportamientos y conductas inapropiadas para su edad.

Pero no todo es negativo, siempre y cuando haya, filtros y supervisión en los medios de comunicación, puesto que son herramientas de gran utilidad para desarrollar aprendizajes y habilidades constructivas.

Asimismo, como lo hemos mencionado anteriormente, se observó que los medios de comunicación y las redes sociales son unos de los principales factores para difundir estereotipos y conductas que adelantan etapas del crecimiento, donde los niños y niñas imitan modelos que no corresponden a su edad, y que como consecuencia los puede llevar a fomentar hipersexualidad infantil y además como consecuencia puede afectar la integridad psicológica y emocional, generando conflictos de identidad, baja autoestima y una percepción distorsionada de la sexualidad en los menores.

De igual manera, se pudo observar que ambos sexos pueden verse afectados por la hipersexualidad, pero las niñas son el género más vulnerable debido a la cosificación¹⁴ social y estereotipos de género, como podemos ver en los medios de comunicación y redes sociales, donde se las condicionan a valorarse principalmente por su apariencia física.

¹⁴ La cosificación se da cuando una persona es tratada como un simple cuerpo que existe para el uso y el placer de los demás,
[Cosificación del cuerpo de las mujeres | Mujeres Activando](#)

Finalmente podemos concluir, que para combatir la hipersexualidad en las infancias es indispensable y necesario, y por esto se pide fortalecer los vínculos familiares o más cercanos, en el que se puede tener una comunicación abierta, sin prejuicios y tabúes y también actualizar los modelos educativos en las escuelas en donde se hablen estos tipos temas, de acuerdo a la edad de cada niño y niña.

También es de suma importancia, proporcionar información y guía al entorno familiar o vínculo cercano de los menores, para así aprender a escuchar sus dudas e inquietudes y por lo consiguiente, establecer medidas de restricción y control parental, para el uso de medios de comunicación y redes sociales, con el fin, de prevenir riesgos y evitar que los niños y niñas, tengan acceso a contenido inadecuado para su edad.

Y por último, esta problemática nos llama a que debemos exigir, mejores políticas públicas, en el que se protejan y garanticen, un entorno seguro para los menores, puesto que la prevención y la educación son, sin duda, las herramientas más poderosas para salvaguardar las infancias y así permitirles un desarrollo sano, íntegro y pleno.

Triangulación de resultados

Investigación, metodología cuantitativa y metodología cualitativa

La integración de los distintos instrumentos y niveles de análisis permite identificar coincidencias relevantes en torno a la problemática de la hipersexualización infantil en entornos digitales. En el plano macrosocial, se reconoce la existencia de marcos normativos, campañas institucionales y producción académica que buscan visibilizar y atender la protección de las infancias; sin embargo, también se evidencian limitaciones en su alcance, aplicación y adaptación a las dinámicas actuales de los medios digitales.

A nivel microsocial, tanto el sondeo aplicado a madres y padres de familia como las actividades realizadas con niñas y niños muestran una exposición constante a contenidos no adecuados para su edad. En el caso de los adultos, se identifica un conocimiento general sobre riesgos del consumo digital sin supervisión, aunque este no se traduce en acciones concretas de regulación. Por su parte, el taller lúdico evidenció que las niñas y niños responden con mayor apertura y honestidad en dinámicas participativa con sus pares, revelando un acceso sin restricciones a redes sociales, así como la imitación de comportamiento y estética propias de contenidos dirigido a adultos, lo que contribuye a reforzar procesos de hipersexualización infantil.

De acuerdo con los resultados de la encuestas que se aplicó a madres, padres, tutores, niños y niñas, se concluye que las respuestas dadas entre ellos se reflejan ciertas similitudes o coincidencias en las respuestas de los infantes con las de sus tutores, por ejemplo, en la parte donde se les pregunta si sus padres les dejan escuchar música de reggaetón y con la pregunta de los padres donde se cuestiona que sí conocen la música que escucha su hijo o hija, el porcentaje coincide con la respuesta de ambas encuestas, se puede observar que los adultos conocen bien lo que sus hijos escuchan y han consumido el mismo género, esto como muestra de que hay una conexión familiar y cultural en el ambiente de los menores, que influye en la problemática estudiada.

Para la encuesta que realizamos, pudimos notar que los padres son quienes ponen mayor empeño en sus respuestas leen pregunta por pregunta y se obtuvieron datos interesantes en el apartado psicológico, pues se pudo observar, que los padres suelen deslindarse de ciertas responsabilidades gracias a la tecnología, es decir la mayoría piensa que el consumo de las redes sociales hacen que sus hijos e hijas refuercen estereotipos de belleza y por lo tanto se desarrolle la hipersexualización infantil, y a la hora de cuestionar si los mismos padres y madres de familia, confirman que de igual manera apoyan el consumo de celulares en los menores.

Por otro lado tenemos el sondeo que se realizó a los niños y niñas, en el cual se pudo ver contradicciones en sus respuestas, pues los porcentajes y preguntas no coinciden con las anteriores, algunas están entrelazadas con las preguntas anteriores, concluyendo que los menores no leen, por ejemplo en la pregunta de si les gusta el reggaetón la mayoría contestó que no, y en la

siguiente pregunta mencionan que les gusta bailar ese género musical, y cuando se empezó a aplicar, las actividades del taller lúdico, se observó que los niños prefieren escuchar música del género reggaetón corridos tumbados. Asimismo, hubo contradicciones al preguntarle si han abierto aplicaciones para citas de adultos como "Tinder" y si han contestado mensajes de personas desconocidas, en el sondeo responde que no o nunca, pero en el taller varios contestaron que sí a esas preguntas, y es por esto que la encuesta que se les aplicó se visualizan ciertas incoherencias y diferencias en las respuestas de la aplicación del sondeo y el taller lúdico.

De esta manera, podemos notar que las encuestas en niños suelen ser tediosas y contestan sin siquiera leer la pregunta o mienten con respecto al dar la respuesta.

Sin embargo, durante el taller lúdico se visualizó la interacción entre los mismos niños y pudimos notar que los niños y las niñas se interesan más por su físico, así como respondieron en la encuesta a una de las preguntas que hacía referencia sobre el *bullying* que se ve en las escuelas, pues ellos respondieron que les gustaría defender al compañero/a, pero en el momento de la interacción, se vio cierta discriminación hacia el compañero y la compañera que no cumplía con los estereotipos de vestimenta que para los niños y niñas debería ser la correcta, según su imaginario social en el que se desenvuelven.

Asimismo, la entrevista semiestructurada con el especialista en psicología infantil refuerza estos hallazgos al señalar la importancia del acompañamiento familiar en el consumo mediático, así como la necesidad de fortalecer la

formación de docentes en torno al uso de herramientas digitales y protección de infancia en entornos virtuales. Este planteamiento coincide con la brecha identificada entre el conocimiento de los riesgos y la implementación de prácticas efectivas de supervisión y educación.

En conjunto, la triangulación de estos resultados evidencia una articulación entre factores estructurales y cotidianos que favorecen la reproducción del fenómeno: por un lado, limitaciones en las estrategias institucionales a gran escala y, por otro, prácticas familiares y educativas insuficientes frente a la complejidad del entorno digital. Esta convergencia de hallazgos sustenta la necesidad de un plan comunicativo que no solo informa, sino que incida en la sensibilización, el acompañamiento y la transformación de prácticas sociales en torno al consumo de contenidos digitales por parte de las infancias.

En conclusión, como lo habíamos mencionado antes, los niños y niñas responden de una manera positiva y más sincera con las actividades de un taller lúdico, ya que es a partir del juego y la interacción en donde los niños y las niñas aprenden, son creativos, se desenvuelven más y se puede hacer una interacción cara a cara con los sujetos de estudio obteniendo resultados más sinceros y acertados a través de las vivencias. Con esto se refuerza aún más nuestro objetivo general, ya que como comunicologas e investigadoras la comunicación interpersonal y sistemática es uno de los enfoques importantes para entender la comunicación y la cultura en el que se desarrolla una población tan importante

como lo son los infantes, a los cuales no se les ha posicionado como una población importante en un mundo adultocentrista.

Matriz FODA

Fortalezas	1. Los niños y las niñas han adquirido información en relacionados a temas de sexualidad, lo cual permitió que durante el taller se pudiera abordarlo. 2. Los niños y las niñas participaron activamente durante el taller y se pudo notar que están conscientes con respecto a su sexualidad. 3. El taller permitió fomentar la confianza, creatividad e interacción social entre los niños y niñas. 4. Percatamos que los niños y niñas tienen conocimientos en relación a lo que es <i>la educación sexual</i>. 5. Nos permitió detectar comportamientos con connotación sexual en los niños y niñas, desde la manera de vestir, uso de maquillaje, forma de hablar entre otras.
Oportunidades	1. La Ley Olimpia reconoce y sanciona delitos de violencia digital, que además se le conoce como ciberviolencia. Su objetivo principal es proteger la intimidad, la integridad y dignidad de las personas, en el que se considera como delito, el que se comparta contenido de imágenes o vídeos sin consentimiento de las personas, puesto que el ciberacoso, la usurpación a la identidad o cualquier acción que atente contra la integridad e intimidad de libertad sexual de entorno digital . 2. El programa “Alumbra una luz contra la violencia infantil” se encuentra dentro de la ciudad de México y tiene 50 organizaciones dedicadas a la prevención de violencia sexual infantil, así como emprender acciones que permitan

	frenar el incremento de agresiones sexuales que se cometen en línea, contra la población infantil y adolescente 3. El ministerio de educación ayuda a los docentes en la enseñanza de educación sexual para el desarrollo de la infancia plena. 4. Las Alternativas Cubanas de Psicología ofrece disminuir y prevenir la hipersexualización de las niñas de la escuela primaria media audiovisual, cursos y medios sonoros. 5. El Movimiento Mundial por las Infancias de Latinoamérica y el Caribe, tiene como objetivo brindar un espacio para que adolescentes, niños y niñas voten y hablen para mejorar su desarrollo y vida misma así mismo protege propuestas y reformas legislativas que deseen atentar contra la protección de los infantes.
Debilidades	1. Persisten estereotipos de género y culturales que siguen reproduciendo patrones de hipersexualización en los niños y niñas. 2. La falta de conocimiento sobre el contenido que se difunde y consume a través de Tik tok, hace que los niños y niñas se expongan a contenido sexual inapropiado. 3. Los niños y las niñas se adelantan a etapas del desarrollo a los cuales no se encuentran psicológica y emocionalmente preparados generando problemas a futuro. 4. La falta de educación y comunicación adecuada sobre la sexualidad y el desarrollo emocional en el entorno de los niños y niñas por parte de los padres y/o instituciones correspondientes. 5. Se generó frustración y baja autoestima en niños y niñas al no cumplir con estándares de belleza hegemónicos.

Amenazas	1. Los niños y niñas cuando les tocó hablar de temas delicados, reaccionaron con mayor lentitud por el tabú que ha recibido ciertas situaciones. 2. Se promueve en niños y niñas aplicaciones de citas para adultos a las cuales tienen acceso fácilmente. 3. La exposición de contenidos inapropiados no son vistos por los padres, madres o tutores de los infantes, los cuales visualizan estos productos por curiosidad. 4. La idea de verse mayores a su edad pone en riesgo la integridad física de los niños y niñas ya que se expone a personas que atenten contra ellos como pedófilos, trata de blancas, violencia y extorsión entre otras. 5. La falta de educación sexual adecuada en niños y niñas y la sobre exposición temprana de contenido sexual inapropiado puede aumentar el riesgo de embarazo adolescente, enfermedades de transmisión sexual y riesgos en la salud sexual.
-----------------	---

CONCLUSIÓN

A partir del análisis de desarrollo, considero que la hipersexualización infantil en entornos digitales no puede entenderse como un fenómeno aislado, sino como el resultado de múltiples factores que se articulan entre sí, tanto a nivel estructural como en la vida cotidiana. Por un lado, los marcos normativos, las campañas institucionales y la producción académica evidencia que existe una preocupación creciente por la protección de las infancias; sin embargo, sus alcances aún resultan limitados frente a la rapidez con la que evolucionan los contenidos y medios de comunicación.

Por otro lado, los resultados obtenidos a través del sondeo, el taller lúdico y la entrevista permiten observar de manera más cercana cómo este fenómeno se manifiesta en contextos reales. Nos parece especialmente relevante que, aunque madres, padres y tutores reconocen los riesgos, en muchos casos no logran traducir ese conocimiento en acciones concretas de supervisión.

Asimismo, el hecho de que niñas y niños tengan acceso sin restricciones a contenidos no adecuados para su edad, y que incluso los reproduzcan o normalicen mediante la imitación, evidencia la profundidad con la que estos discursos ya están presentes en su entorno cotidiano.

Desde nuestra perspectiva, uno de los hallazgos más importantes es la normalización de estas prácticas, tanto en adultos como en menores, lo cual dificulta su identificación como problema. Esta situación, sumada a la falta de herramientas educativas y comunicativas adecuadas, refuerza la necesidad de

intervenir no solo desde la regulación, sino desde la construcción de sentido y la sensibilización de los públicos.

En este sentido, consideramos que el papel de la comunicación, como se ha venido mencionando, es fundamental, no solo para informar, sino para generar procesos de reflexión crítica y acompañamiento en torno al consumo de contenidos digitales. Por ello, el desarrollo de un plan comunicativo orientado a la prevención de la hipersexualidad infantil se presenta como una respuesta pertinente ante una problemática compleja que requiere atención desde distintos niveles, pero especialmente desde las prácticas sociales y culturales que la sostienen.

Es importante mencionar que durante la investigación, pudimos notar que los programas existentes para la protección de menores y sus derechos se ven vulnerados cuando estos no son conocidos por los padres, madres tutores e instituciones educativas y que a través de esparcir la información con el uso de planes comunicativos, hace que la sociedad conozca un poco más sobre el término “hipersexualidad” y sus consecuencias y con ello disminuir el problema, de igual manera concientizar a la sociedad.

Una de las debilidades de nuestro plan de comunicación que podemos enunciar, fue en el sondeo, ya que nos deja una clara observación, en el nivel de análisis, ya que para los niños y niñas es aburrido y tedioso contestar varias preguntas. Siendo ésta una forma un tanto lejana de entender más a fondo la problemática.

Uno de los factores y de los principales causantes que afectan su desarrollo es una de las aplicaciones que más usan, la aplicación TikTok, por los estereotipos de género, estereotipos de belleza, vídeos musicales y canciones, en el que al permitir la difusión masiva de contenido sin filtros, lleva a la exposición temprana de contenidos inapropiados, contribuyendo a la hipersexualización de las infancias, orillando a que los niños y niñas puedan desarrollar una comprensión errónea de la sexualidad afectando el desarrollo y percepción de su físico, haciendo que se vean como medios de consumo para otros y estar en la constante búsqueda de aprobación.



Capítulo 3

Presentación del plan comunicativo

Capítulo III

Propuesta estratégica de intervención

Presentación del plan comunicativo

En este apartado, está nuestra propuesta del Plan Comunicativo, el cual está conformado por justificación, objetivos, tácticas a corto, mediano y largo plazo, beneficiarios directos e indirectos, así como las 15 tácticas a realizar, clasificación de ámbitos, criterios de viabilidad, la elaboración del presupuesto, el cronograma, las evaluaciones de monitoreo y las conclusiones generales.

Este Plan se realizará principalmente con el apoyo de escuelas públicas, pilares, NUBE, Utopías y el apoyo de pasantes en las carreras de Comunicación y Cultura, Promoción de la Salud, Protección Civil y Riesgos e Ingenierías en Software y programación.

Decidimos apoyarnos, de estas instituciones en específico, ya que estas se encargan en el desarrollo del mejoramiento de población, con el objetivo de mejorar el bienestar del desarrollo humano, poniendo mayor énfasis en las infancias, por lo que hemos creado tácticas en el que está presente la interacción y sobre todo se logre concientizar y sensibilizar a la población sobre este fenómeno y actualizando a los adultos sobre temas digitales y sus cuidado, con la adopción de nuevas ideas y aptitudes, con información adecuada y certera con el fin de proteger y salvaguardar a las infancias de la hipersexualización.

Justificación del Proyecto

El proyecto pretende sensibilizar, concientizar y prevenir a los niños, niñas, madres, padres o tutores de familia, sobre el cuidado de las redes sociales y medios de comunicación que desarrollen hipersexualización infantil. También crear estrategias en donde se de una educación sexual infantil de acuerdo a la etapa de crecimiento del infante con ello erradicar el tema de la hipersexualización infantil. Es por esta razón que se ve necesario que se den cambios y transformaciones para fortalecer el papel que tienen los niños y las niñas en la sociedad como sujetos sociales y participativos.

Para ello es importante cuidar las infancias y su educación digital, donde se encuentre necesaria una educación sexual acorde con su crecimiento, que se respeten las diferentes etapas de su desarrollo promoviendo los valores y la equidad

de género; la privacidad, el respeto y la responsabilidad, con la ayuda de los padres y las instituciones educativas.

Con este tipo de educación digital, abierta y actualizada se pretende lograr que el infante y su entorno familiar cuide y acepte la responsabilidad del consumo libre de los medios digitales y a su vez, restrinja los contenidos no aptos para el infante.

Para este apartado es importante mencionar las actividades que se desarrollarán dentro del plan de comunicación, que ayudarán a concientizar a la población sobre este problema y con ello disminuir la hipersexualidad en las infancias.

Objetivo general de intervención

- Fomentar el uso responsable y seguro de medios de comunicación y redes sociales, con el propósito de disminuir la hipersexualización infantil.

Objetivos particulares

- Diseñar estrategias para que los niños y niñas aprendan a aceptar el desarrollo de su sexualidad conforme a su edad y lograr una disminución de la hipersexualidad infantil.
- Promover la formación de la identidad propia, alejada de los estereotipos hegemónicos y de la influencia negativa de contenidos inadecuados de redes sociales y medios de comunicación.
- Propiciar espacios donde los niños y niñas disfruten su etapa de crecimiento y convivencia real, fuera de medios de comunicación y plataformas digitales.
- Fomentar y promover en los adultos el cuidado del consumo digital en menores.
- Realizar campañas de información sobre los riesgos del consumo digital para adultos en menores.

- Optimizar la difusión de educación sexual infantil a través de canales adecuados y actualizados como lo son los mismos medios digitales.
- Fomentar en escuelas públicas y privadas la enseñanza, sobre el uso consciente los medios de comunicación y redes sociales, en el que identifiquen riesgos y sean capaces de protegerse y respetar a los demás, en redes sociales y medios de comunicación.

Beneficiarios del plan de comunicación directos e indirectos

Para este apartado se definirán los beneficiarios directos como indirectos del plan, junto con su perfil demográfico, político, socioeconómico y psicográfico. Con el fin de identificar con mayor precisión las demandas de la población y con ello hacer frente al problema social que se pretende disminuir riesgos y amenazas, que se pueden presentar en medios digitales y redes sociales. De igual manera, se busca tener un resultado positivo a la hora de implementar las estrategias diseñadas.

Destinatarios Directos

Como destinatarios directos que se ven beneficiados tenemos a los **niños y a las niñas** de 11 y 12 años, de las escuelas públicas de educación básica o primarias de la Alcaldía Iztapalapa, específicamente, que estén cursando 5to y 6to año de primaria, con un total de 130 alumnos. La escuela primaria considerada: “Fray Martín de Valencia” ubicada en la alcaldía Iztapalapa.

Para ello es importante tener información sobre la población que predomina en la alcaldía elegida. En la cual pudimos encontrar dos tipos de clases sociales, que son las más predominantes en el país, las cuales son el nivel económico C (media) y D (media baja). Distinguiendo la división de clases sociales en donde C, es aquella que lleva una vida mejor que la clase D, y la D es una clase social media baja con pocos ingresos, pero llevando una vida mejor que la clase baja. Explicado esto, los beneficiarios se encuentran en la clase D y C.

La situación demográfica actual de la alcaldía Iztapalapa en cuestión de infantes es de una población de 284,419 niños y niñas, la cual se divide en 140,085 niñas la cual equivale al 49.3% de la población infantil; y 144,334 de niños lo cual equivale al 50.7% del restante de la población. Siendo los infantes un 15.5% de la población total de Iztapalapa (Teleencuestas, 2020). Convirtiendo a la alcaldía como una de las más pobladas y con mayor clases “bajas” o marginadas.

Otra razón de interés que guía a esta investigación a estudiar la alcaldía Iztapalapa, es identificar, cómo la influencia de las redes sociales y medios de comunicación, muchos menores, son expuestos a conductas de **hipersexualidad infantil**.

Además, es importante destacar que gran cantidad de niños, niñas y adolescentes dejaron sus estudios. Donde encontramos que 28 mil infantes dejaron de estudiar (gaceta de Iztapalapa, s/f), haciendo que su comportamiento madure aún más rápido a la hora de involucrarse en el mundo laboral adulto, y los aleja de su etapa de niñez.

Destinatarios Indirectos

En cuanto a destinatarios indirectos que están conformados por los padres, madres o tutores, de los alumnos de 5to y 6to año de primaria y profesores a cargo de los grupos, los cuales están conformados por 130 familias y aproximadamente un grupo de 10 profesores, dentro de la periferia de la alcaldía de Iztapalapa la cual cuenta con una población total de 1,835,486 habitantes, de los cuales 947,835 son mujeres y 887,651 son hombres. Asimismo, esta demarcación se conforma por un total de 293 colonias, siendo una de las zonas con mayor densidad y diversidad de la ciudad. Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Censo de Población y Vivienda, 2020)¹⁵.

Con el fin de promover y fomentar una comunicación efectiva y responsable, en el que se busca que los tutores y profesores/as, no, normalicen, conductas que no corresponden a la edad del infante, conductas que son principalmente por la influencia de redes sociales y medios de comunicación. Es por esto, que se busca que los profesores/as implementen estrategias de educación del uso seguro y responsable de la tecnología.

Estos destinatarios se encuentran en un nivel socioeconómico de clase D, los cuales se encuentran en un nivel medio/bajo.

¹⁵ [Censo de Población y Vivienda \(CPV\) 2020](#)

Selección de tácticas en la estrategia

Para llevar a cabo todo el plan comunicativo, es necesario empezar desde los ámbitos siguientes: **interinstitucional, interpersonal, mediático y artístico** .

Ámbito Interinstitucional

Elegimos este ámbito ya que nuestro plan abarca espacios públicos ya existentes, que faciliten la divulgación entre la población. Abarcando diferentes puntos de la ciudad. De igual manera cuenta con relaciones de integración colectiva, que concientizan y fomentan el cuidado y desarrollo infantil.

Esté ámbito se centra en trabajar con instituciones y espacios públicos, así como trabajar con la población, con el fin de de crear una comunidad que salvaguarde a las infancias y apoye en la educación sexual y digital.

Ámbito Interpersonal

Este ámbito seleccionado se centra en construir vínculos y relaciones sociales, a partir de la interacción con personas, es decir establecer una comunicación cara a cara entre familiares, profesores, niños y niñas, para tener una mejor forma de comunicación y atención sobre el cuidado del consumo sin restricciones de la redes sociales que alienten el comportamiento hipersexual de las infancias.

Este tipo de proyectos pretenden que la sociedad tenga conocimiento sobre el tema, sean capaces de actuar y tener información concisa sobre la situación en la que se encuentran los menos al ser expuestos a conductas de hipersexualidad

Ámbito Mediático

Este ámbito es el más importante para nuestro plan el cual utilizaremos para influir, a través de redes sociales, páginas, plataformas, post y publicaciones digitales e impresas, así como audiovisuales, para difundir dicha información del problema social, con el fin de disminuir la hipersexualización infantil erradicando la imitación de influencers que cuentan con contenido sexual que haga que se desarrolle el comportamiento adulto antes de tiempo.

Ámbito Artístico

Por último, en este ámbito se desarrollará la recreación de expresiones artísticas, medios de producciones cinematográficas y de teatro, en el que se transmitirá una situación de dicha problemática y de cómo los medios de las redes sociales alientan el comportamiento hipersexual en menores.

Actividades

A continuación daremos un resumen de las actividades que utilizaremos para el desarrollo de la estrategia del plan comunicativo son las siguientes:

Empezaremos con lo más importante que es el uso de las redes sociales como TikTok, Facebook e Instagram, las cuales son las redes sociales más utilizadas hoy en día según el resultado de nuestro sondeo y taller lúdico. Puesto que son los medios de comunicación con mayor alcance para la difusión de información, así mismo, son medios que se actualizan constantemente para seguir siendo el top 1 de las apps, lo que nos pone en ventaja para darle mayor peso y difusión al tema del cómo las redes sociales y medios de comunicación influyen en el desarrollo de la hipersexualización infantil.

Para esto, utilizaremos podcast, la cuál es una táctica con un presupuesto al alcance de cualquier persona y a su vez un medio masivo de comunicación, esto para abarcar población auditiva.

Ahora bien, nuestro plan quiere abarcar a toda la familia del infante, incluyendo personas de la tercera edad, las cuales no están tan familiarizados al uso de tecnologías, como redes sociales o podcast, por esta razón es que realizaremos carteles que sean colocados estratégicamente para que lleguen a públicos alternativos.

Además de que todas las estrategias contarán con el apoyo de programas sociales y especialistas que ayudarán a crear una red de contacto para que las personas conozcan esta problemática. De esta manera, se facilita el acceso a información digerible, sencilla para toda la población.

Otra actividad que mantiene seguro al infante en su entorno sexual es la creación de apps con inteligencia artificial segura para niños y niñas, donde puedan hacer preguntas y que está conteste conforme a la edad del infante y cree candado d seguridad para evitar que consuma contenido que aliente la hipersexualización infantil. Este tipo de tecnología facilita el uso de información y protege al infante.

Por último para tener mayor accesos a la información, se crearán cineclubs, talleres de lecturas, y obras de teatro que refuercen la protección infantil sobre esta problemática. Así mismo como alentar a investigar sobre el tema en cuestión.

Desarrollo de la propuesta

Para que el desarrollo de la propuesta, se lleve a cabo de forma ordenada y eficaz, se desarrollarán tácticas, las cuales están constituidas por 15 actividades.

Estas actividades se realizarán en lapsos de tiempo de: Preparación (Corto Plazo), Mantenimiento (Mediano Plazo) y Declive (Largo Plazo).

Preparación

(Corto Plazo)

En este tiempo de corto plazo, se desarrollarán actividades, las cuales tienen como objetivo dar a conocer lo que es la hipersexualización infantil también el concientizar, informar y sensibilizar a padres, madres y tutores, niños y niñas sobre la importancia del cuidado y supervisión infantil en redes sociales y medios de comunicación .

Este lapso contiene actividades del ámbito, interpersonal, mediático y artístico, de las cuales son aproximadamente 8 actividades que se realizan en este periodo, procurando su continuidad, para mantener su difusión del tema y que tenga un mayor alcance a más espacios, conforme avance el proyecto.

Interpersonal	Mediático	Artístico
En este apartado se centra en construir vínculos y relaciones sociales, a partir de la interacción con personas, es decir establecer una comunicación cara a cara entre familiares, profesores, niños y niñas, para tener una mejor forma de comunicación y atención sobre el cuidado del consumo sin restricciones de la redes sociales que alienten el comportamiento hipersexual de las infancias.	En estas actividades se distribuirá información sobre redes sociales, páginas, plataformas, post y publicaciones digitales e impresas, así como audiovisuales, con el fin de que las niñas y niños tengan el uso correcto medios de comunicación y redes sociales y garantizar su seguridad y protección.	En este ámbito las actividades tienen como propósito comunicar lo que dicha problemática conlleva al recrear expresiones artísticas y así comprender cómo las redes sociales alientan el comportamiento hipersexual en menores.

Actividades a corto plazo

- **Táctica 1: Taller lúdico “Las sillas del elogio”**

Este juego ayuda a los niños a crear identidad y elevar su autoestima, también a tener respeto entre ellos. Se pretende crear aceptación propia sin caer en los estándares y estereotipos de belleza mostrados en los medios de comunicación y que a la par son impuestos por la sociedad.

Esta táctica está relacionada con el objetivo **“fomentar en escuelas públicas y privadas la enseñanza, sobre el uso consciente los medios de comunicación y redes sociales, en el que identifiquen riesgos y sean capaces de protegerse y respetar a los demás, en redes sociales y medios de comunicación”**.

- **Táctica 2: Taller Dinámico “La Flor del Autoestima: Creciendo seguros en un mundo digital”**

Esta actividad tiene como propósito, aprender a identificar y gestionar las cualidades en cada niño y niña, para fortalecer su autoestima y aprender a dar y a recibir elogios para que acepten su cuerpo infantil sin las comparaciones de la belleza hegemónica. Así mismo demostrar que lo que se muestra dentro del mundo digital puede ser falso.

Esta actividad está relacionada con el objetivo **“diseñar estrategias para que los niños y niñas aprendan a aceptar el desarrollo de su sexualidad conforme a su edad y lograr una disminución de la hipersexualización infantil”**.

- **Táctica 3: Círculo de Lectura “¿Qué onda con mi cuerpo, mi imagen y mi voz en redes sociales?!”**

En este círculo de lectores se pretende potenciar y fomentar una autoestima sana y de confianza en ellos/as mismos/as; también despejar dudas sobre su sexualidad a través de lecturas acorde a su edad y al mismo tiempo, fomentar el hábito de la lectura. También a enseñarle que su voz dentro de redes sociales es escuchada siempre y cuando sea a través de un uso responsable y con restricciones.

Esta actividad está relacionada con el objetivo de **“proporcionar espacios donde los niños y niñas disfruten su etapa de crecimiento u convivencia real, fuera de medios de comunicación y plataformas digitales”**.

- **Táctica 4. Cine Club. “Cine-emocionate. Mis emociones ante la pantalla”**

Tiene como objetivo sensibilizar a los niños y niñas a reconectarse con su infancia, que se sientan libres e identifiquen como las plataformas digitales y las redes sociales, pueden influir en sus emociones.

Esta actividad está relacionada con el objetivo de **“fomentar el uso responsable y seguro de medios de comunicación y redes sociales, con el propósito de disminuir la hipersexualización infantil”**.

- **Táctica 5: Campañas de publicidad y difusión digital**

Esta actividad tiene el propósito de sensibilizar y concientizar a los adultos e infantes sobre el consumo inadecuado de redes y medios sociales que provoca la hipersexualización infantil. Así mismo se crearán publicidades para la reflexión y entendimiento fácil y directo de lo que es hipersexualidad infantil y sus consecuencias.

Esta actividad está relacionada con el objetivo **“Realizar campaña de información sobre los riesgos del consumo digital para adultos y menores”**

- **Táctica 6: Grupo de orientación. “Pregunta y opina sin prejuicios”**

Orientar a los padres, madres y tutores sobre las restricciones y uso correcto de las redes sociales y medios de comunicación que pueden utilizar para proteger a sus hijos también explicar que es la hipersexualización infantil, qué sucesos y comportamientos desarrollan hipersexualidad en los/as niños/as, cómo abordar el tema sexual, así mismo como no alentar los comportamientos que se adelanten a su edad, como los medios y redes sociales pueden detonar este tipo de comportamientos. Con ello mantener un desarrollo sano en la infancia.

Esta táctica está relacionada con el objetivo **“fomentar y promover en los adultos el cuidado del consumo digital en menores”**.

- **Táctica 7: Sociodrama “Abre los ojos”: Detección anticipadas en el desarrollo infantil**

Tiene como objetivo es que los padres, madres y tutores, junto con los niños y niñas, logren identificar conductas que llevan a la hipersaxualización infantil, a través de este sociodrama, en el que su mensaje principal, es invitar a los adultos responsables, a estar atentos, con los niños y niñas, observar los contenidos y a las personas con las que interactúan en redes sociales, para protegerlos de peligros y sobre todo salvaguardar su infancia e integridad.

Esta táctica relacionada con el objetivo **“fomentar y promover en los adultos el cuidado del consumo digital en menores”**

- **Táctica 8: Festejar la infancia en su mes**

Su objetivo es que los niños y niñas, conecten con su infancia, vivan y jueguen con dinámicas acorde a su edad para que con ello tengan conocimiento del valor de su edad, de su niñez y del valor como personas.

Esta actividad está relacionada con el objetivo **“propiciar espacios donde los niños y niñas disfruten su etapa de crecimiento y convivencia real, fuera de medios de comunicación y plataformas digitales”** y asimismo **“fomentar en escuelas públicas y privadas la enseñanza, sobre el uso consciente los medios de comunicación y redes sociales, en el que identifiquen riesgos y sean capaces de protegerse y respetar a los demás, en redes sociales y medios de comunicación”**.

- **Táctica 9: “Así soy yo sin filtros”**

Fomentar el reconocimiento y valoración de la identidad individual en niños y niñas, promoviendo una visión crítica frente a los estereotipos de belleza difundidos en redes sociales y medios de comunicación.

Esta actividad está relacionada con el objetivo **“promover la formación de identidad propia, alejada de los estereotipos hegemónicos y de la influencia negativa de contenidos inadecuados de redes sociales y medios de comunicación”**.

Actividades a Mediano Plazo

(Mantenimiento)

En este tiempo las actividades a mediano plazo, se buscará una mayor interacción, con los infantes en el que se podrá concretar objetivos próximos, como dar bases y herramientas en el que se promueva una mejor y clara comunicación abierta sobre temas de sexualidad sin tabúes acorde a su edad, identidad propia y cuidado con el uso de redes sociales para que los niños y niñas tengan un desarrollo sano, físico, psicológico y emocional.

Interpersonal	Mediático	Interinstitucional
En este apartado se centra en construir vínculos y relaciones sociales, a partir de la interacción con personas, es decir establecer una comunicación cara a cara entre familiares, profesores, niños y niñas, para tener una mejor forma de comunicación y atención sobre el cuidado del consumo sin restricciones de la redes	En estas actividades se distribuirá información sobre redes sociales, páginas, plataformas, post y publicaciones digitales e impresas, así como audiovisuales, con el fin de que las niñas y niños tengan el uso correcto medios de comunicación y redes sociales y garantizar su seguridad y protección.	Las actividades en esta ámbito comunican y difunden la problemática a disminuir, de manera que se informe y eduque a la población a través de programas sociales con mayor peso.

sociales que alienten el comportamiento hipersexual de las infancias.		
---	--	--

Actividades a mediano plazo

- **Táctica 1: Talleres de pláticas sobre la diversidad corporal “Mi valor no depende de un like”**

Este taller, da una retroalimentación de la diversidad corporal que quite las ideas del estereotipo de belleza, que han impuesto las redes sociales y medios de comunicación, en el que contribuya a su bienestar emocional.

Esta táctica tiene como objetivo **“promover la formación de la identidad propia, alejada de los estereotipos hegemónicos y de la influencia negativa de contenidos inadecuados de redes sociales y medios de comunicación”**.

- **Táctica 2: Redes sociales (Facebook, Tik Tok “Hipersexualización.mx” y en tik tok “hipersexualizacionmx”**

Crear un espacio informativo que resuelva dudas sobre la hipersexualización infantil, que es y cómo prevenirla. También en donde se puede hablar sobre los estándares de belleza e informar sobre el valor de las infancias. Esto con ayuda de las redes sociales para que sea un modo de difusión rápida y entretenida para el público.

Esta táctica tiene como objetivo **“optimizar la difusión de educación sexual infantil a través de canales adecuados y actualizados como lo son los mismos medios digitales”**.

- **Táctica 3 :Foros de discusión on- line para padres, madres e hijos/as**
“Comparte y acompáñate”

Conocer la importancia de la problemática, en la que al intercambiar opiniones, inquietudes y experiencias, les permita sentirse acompañados en esta etapa del cuidado y el desarrollo de los niños, niñas y adolescentes. Así mismo que sepan que los padres como los hijos/as que no están solos en los cambios que se desarrollan, y que si han alentado comportamientos sexualizados en sus hijos, estos pueden cambiar y no sentirse juzgados entre ellos/as.

Esta táctica tiene como objetivo **“optimizar la difusión de educación sexual infantil a través de canales adecuados y actualizados como lo son los mismos medios digitales”**.

Declive
(largo plazo)

En este tiempo se crearán espacios mediáticos, en el que se reforzarán los conocimientos en conjunto de las actividades anteriores, en el que los niños y niñas, como padres, madres y tutores aprendan sobre la importancia y el cuidado de la educación digital así mismo como la disminución de la hipersexualización infantil.

Mediático	Interinstitucional
En estas actividades se distribuirá información sobre redes sociales, páginas, plataformas, post y publicaciones digitales e impresas, así como audiovisuales, con el fin de que las niñas y niños tengan el uso correcto medios de comunicación y redes sociales y garantizar su seguridad y protección.	Las actividades en esta ámbito comunican y difunden la problemática a disminuir, de manera que se informe y eduque a la población a través de programas sociales con mayor peso.

Actividades a largo plazo

- **Táctica 1: Cursos on-line para padres, madres y tutores sobre el cuidado y uso de las Tic 's “La red social de la responsabilidad”**

Donde los padres, madres o tutores desarrollen habilidades para proteger a sus hijos/as del material o contenido que se muestra en redes sociales así mismo, de evitar caer en estereotipos de belleza mostrados en los medios de comunicación que alientan a las personas a querer cambiar su físico.

Esta actividad tiene como objetivo **“fomentar y promover en los adultos el cuidado del consumo digital en menores”**.

- **Táctica 2: Podcast en Spotify “ Voces Infantilandia”**

Se realizó con el fin de crear y difundir un podcast informativo que ayude a orientar a padres, madres y tutores sobre lo que es la hipersexualidad infantil. Así mismo se pretende sensibilizar a las personas con respecto al tema.

Esta táctica tiene como objetivo **“optimizar la difusión de educación sexual infantil a través de canales adecuados y actualizados como lo son los mismos medios digitales”**.

- **Táctica 3: Aplicación en Play Store “Pregúntale a Paco y a Lily”.**

Su propósito es informar, apoyar emocionalmente, así como reforzar la confianza en los infantes y dar respuesta a las inquietudes que no se animan a preguntar a las demás personas respecto a su sexualidad y temas tabús.

Esta táctica tiene como objetivo **“fomentar el uso responsable y seguro de medios de comunicación y redes sociales, con el propósito de disminuir la hipersexualización infantil”**.

Criterios de la viabilidad

El presente estudio de viabilidad, nos brindará la información necesaria para que se pueda ejecutar el plan comunicativo, tomando en cuenta la disponibilidad de los recursos materiales, técnicos, económicos y humanos que se ocupan para que de forma realista, el plan se lleve a cabo.

El plan comunicativo presenta viabilidad económica, técnica y social, al considerar recursos accesibles, herramientas digitales de bajo costo y estrategias adaptadas al contexto de los públicos objetivo.

Asimismo, se considera clave como padres de familia y docentes, lo que favorece su implementación y aceptación.

Control de actividades

Plazo	Meta
Corto plazo	Promover conocimiento a padres, madres y tutores de familia en un 80% y realizar actividades y talleres donde se informe sobre la “Hipersexualización en las infancias”, analizando la influencia de los medios de comunicación y redes sociales en un 100%

Mediano Plazo	Difundir información a través de carteles, folletos y trípticos sobre la problemática de la hipersexualidad infantil en un 50% con el fin de informar a la sociedad sobre los riesgos de la no supervisión a menores de los contenidos digitales y así promover el uso responsable en un 80%
Largo Plazo	Disminuir prejuicios y tabúes sobre la importancia y el cuidado de la sexualidad en los niños y niñas en un 80%. A través de espacios mediáticos y digitales, en la que los padres, madres y tutores, interactúen junto con los menores, en donde obtengan información, y puedan dar su opinión, en un espacio libre y abierto en un 100%.

Indicadores en Redes Sociales y Aplicaciones (Tiktok, Facebook, Instagram aplicación y podcast)

Medición	A realizar
<u>Interacción</u> Estos indicadores se medirán , mediante la participación y la interacción que se obtenga en las publicaciones y aplicaciones digitales.	Se realizarán las siguientes las siguientes publicaciones : ● Imagenes con frases reflexivas ● Vídeos para reels ● Cursos on line ● Vídeos e imágenes de invitación para nuestras actividades ● Foros de discusión en línea ● Producción y difusión de Podcasts

<u>Alcance</u> Se llevarán parámetros de medición, mensualmente al público, a los usuarios que queremos llegar en el contenido en las redes sociales y aplicaciones. Y se realizarán mínimas inversiones, mediante las herramientas como Facebook Business Manager y el Administrador de Anuncios de Meta, las cuales nos permitirán promocionar el contenido, para que tenga un mayor alcance. Por otro lado, en TiK Tok se aprovecharán tendencias virales, logrando un mejor alcance, sin requerir de una inversión, al igual que la difusión de los Podcasts.	Se utilizará la plataforma de Facebook Ads, en la que se destinará \$30.00, al día, en el que se estima que 2.1 mil a 4.1 mil personas, mensualmente sigan el contenido, en la que la inversión total sería de \$900 al mes. Con el fin de indicar y registrar el total de visitas y clics, de las imágenes, vídeos y reels, con el fin de conocer el alcance, de los usuarios, edad y ubicación en los contenidos. En cuanto a Tik Tok y el Podcast, la difusión de contenidos será totalmente orgánica, utilizando las tendencias, con el fin de que los contenidos se hagan virales, por sí mismos.
---	---

<u>Tasa de Interacción de clics (CTR)</u> En ella se medirán los porcentajes de las personas o usuarios, que ven las publicaciones que les dieron clic , para entrar o ver el contenido, al acceder en cada una de ellas.	En la tasa de clics, se evaluarán para ver si hay interés y la efectividad que genera en los usuarios del contenido, que va dirigido principalmente a los niños y niñas de entre 11 y 12 años y sus padres, madres o tutores. Por otra parte, en TikTok e Instagram la medición se basará principalmente en el número de visualizaciones que obtengan los videos, reels, imágenes e historias compartidas de las publicaciones.. Finalmente, en lo referente a los podcasts, el número de público o seguidores se medirá a través del número del total de reproducciones y las veces que se han compartido el contenido y el crecimiento que este ha tenido.
--	---

<u>Tasa de Conversión</u> Se medirá el porcentaje de usuarios que realizan una acción deseada tras interactuar con el contenido, tales como suscribirse a las páginas, seguirlas, completar formularios o al responder encuestas.	Esta medición se aplicará en los perfiles de Facebook, TikTok así como en el Podcast, implementando las siguientes estrategias: Se aplicarán encuestas interactivas o caja de preguntas, directamente en historias de las páginas o plataformas, cuyas preguntas están relacionadas directamente con el tema de la hipersexualización infantil, abordando su presencia en los medios de comunicación y redes sociales. Con el propósito de conocer, qué saben los usuarios o seguidores al respecto, su postura y qué acciones o soluciones proponen. El acceso a esta encuesta se realizará mediante un enlace directo, ubicado en la parte superior de los perfiles sociales y en la descripción de cada episodio del Podcast. En todas las publicaciones se invitará a la audiencia a participar, contestar y a seguir o suscribirse a nuestras plataformas digitales.
--	---

<u>Tiempo de permanencia</u> Este indicador medirá la duración en que el usuario permanece interactuando con nuestro contenido en las páginas y plataformas digitales. Esta información, nos ayudará a evaluar el nivel de interés, interacción y compromiso que genera la información en la audiencia.	Contenido que se utilizará: • Imágenes con mensajes reflexivos: Se publicarán diariamente en los horarios estratégicos que las plataformas de Facebook y TikTok indiquen como más favorables, con el objetivo de obtener una mayor visualización y alcance. • Videos para Reels: Estos materiales de vídeos cortos se compartirán en ambas redes sociales, por semana, para mantener la actividad constante y dinámica. • Videos con contenido reflexivo: Serán publicados cada día, asegurando tener activado, durante toda la semana. Se crearán propuestas de vídeos, que sean dinámicas, informativas, llamativas y que inviten a la reflexión y al cuestionamiento a cada usuario. Material visual para invitación:
---	--

	Se diseñarán imágenes y videos específicos con el fin de invitar a la comunidad a conocer y participar en nuestras actividades: Se publicarán cada semana, con el objetivo de presentar constantemente a invitados. Dicho material servirá como promoción y notificaciones sobre los especialistas y actividades próximas a realizar. En las plataformas digitales como Facebook y TikTok, es importante mantener una presencia y actividad constante. Esto permitirá que nuestros seguidores y la comunidad en general perciba un interés genuino y compromiso en la investigación, prevención y búsqueda de soluciones ante la problemática de la hipersexualización infantil, así como para proteger el bienestar y desarrollo sano de las niñas, niños y adolescentes.
--	---

<u>Reacción de usuario</u> Este indicador evaluará los comentarios y menciones realizadas por los usuarios en nuestras plataformas y redes sociales, con el fin de clasificar las reacciones de los usuarios hacia el contenido como positiva, neutra o negativa.	Se fomentará una comunicación constante y fluida, respondiendo de manera personalizada, a cada interacción. Sin importar, si los comentarios son positivos, neutros o negativos, en el que se atenderán siempre con respeto, brindando soluciones y aclarando dudas. La interacción con los usuarios es de gran importancia, ya que nos permitirá identificar áreas de oportunidad y saber en qué momento es necesario actualizar, modificar o ampliar la información para seguir mejorando. Asimismo, a través del chat de Facebook se dará seguimiento directo y detallado a todas las conversaciones y atención a la comunidad.
--	---

Mensajes impresos	
MEDICIÓN	A REALIZAR
<u>Tiraje</u> Los carteles impresos, serán producidos y distribuidos como parte del plan comunicativo. Este indicador permite evaluar el alcance potencial de la estrategia en espacios físicos, considerando la cobertura en escuelas, espacios comunitarios y zonas de alta circulación del público objetivo.	Para realizar este tomo de carteles se imprimirán 300 a 500 carteles, los cuales tendrán una duración de un mes, y nos mostrarán a cuantas personas e instituciones les llegará la información. Así mismo cada mes se actualizará la información.
<u>Circulación</u> Cada uno de estos carteles serán accesibles y con lectura fácil de digerir para toda la población. Este tipo de carteles serán expuestos en parabuses, metro, escuelas públicas y privadas y dentro de las instituciones y programas sociales.	Estos carteles serán puestos en parabuses con información real y se pondrán los números de información gratuita donde puedan marcar y sea accesible a todo público. Esto nos permitirá medir la cantidad de personas que leyeron los carteles y si están interesados en la información difundida y llevar un registro de llamadas.

<u>Respuesta directa</u> Los carteles van a tener agregados números telefónicos para cualquier duda e información que se requiera.	Agregaron dos números de teléfonos en los carteles y se añadirán QR para que también tenga la posibilidad de escanear y que se les mande a páginas digitales con información rápida y eficaz.
<u>Seguimiento de QR</u> En los carteles tendrán un QR fácil de escanear así mismo el nombre de las páginas y redes sociales a los que pueden ingresar para la obtención de información.	Esto también ayudará a tener mayor visualización y medición de la gente que entre a ver información en redes sociales. Medir la entrada y flujo de la población interesada en el tema.

Talleres	
MEDICIÓN	A REALIZAR
<u>Participación</u> Se planea la participación activa de niñas y niños de entre 8 y 12 años de edad, así como la intervención de madres, padres o docentes como acompañantes. Se proyecta un grupo de 30 participantes por sesión, con disposición a integrarse en dinámicas grupales. Este indicador permite evaluar el nivel de involucrados y apertura de los asistentes frente a las actividades propuestas	Se realizarán actividades lúdicas y participativas (juegos, dinámicas grupales, análisis de imágenes y simulación de situaciones cotidianas) con el objetivo de identificar cómo perciben los contenidos que consumen en redes sociales y medios de comunicación. Estas acciones buscan fomentar la reflexión crítica, promover el reconocimiento de contenidos no adecuados para su edad y generar conciencia sobre la importancia del acompañamiento adulto en el uso de plataformas digitales.

<u>Índice de atención</u> Este indicador se medirá a partir de la observación de conductas como la disposición a participar, seguimiento de instrucciones, interacción con sus pares y permanencias en la actividad. Un alto índice de atención indicará que las dinámicas son adecuadas para la edad y logran captar el interés del público objetivo.	Se implementarán dinámicas lúdicas, visuales y participativas (juegos, uso de imágenes, preguntas abiertas y actividades grupales) con el propósito de mantener el interés de los participantes durante toda la sesión. Estas acciones buscan facilitar la comprensión del tema, generar un ambiente de confianza y propiciar la reflexión sobre los contenidos que consumen en redes sociales y medios de comunicación.
<u>Encuesta de reconocimiento</u> <u>(Evaluación)</u> Para saber si las actividades cumplieron con su objetivo, se realizará una encuesta al finalizar las actividades una para adultos y otra para infantes y así saber el impacto social que se generó en los participantes dentro de las actividades.	Para las evaluaciones de realizaron preguntas cortas y flexibles que se agregaran a la encuesta para poder medir el impacto y reconocimiento de la problemática. Así mismo el poder llegar a recomendaciones y tener mayor flujo de participantes.

1.- Se espera que el plan genere un impacto positivo social, dentro de un periodo de 6 meses a un año después de su implementación. Se considera viable si el costo de \$8852.00 pesos, se mantiene o sube la inversión solo un 5%.

2.- El beneficio tangible del plan consta en que solo suba el 5% de la inversión al año, y que la población que participe en las actividades suba del 15% al 30% por año, con ello reducir el número de infantes que desarrollen hipersexualidad infantil.

Para el beneficio intangible, lo que se prevé es que el tema y el concepto de la problemática de hipersexualidad infantil empiece a tomar cierta popularidad y tendencia dentro del núcleo familiar y se atiendan los comportamientos que se pretenden erradicar con las actividades propuestas en el apartado de tácticas.

3.- Se realiza un análisis detallado de bajos costos para que se pueda implementar dicho plan. En donde el gasto que se pretende es de \$9,000.00 MXN pesos, siendo una inversión rentable. Los beneficios esperados, superan los gastos.

4.- Se evalúa la disponibilidad de recursos financieros para obtener la cantidad requerida, (\$9,000.00 MXN) realizando colectas a través de actividades como kermes o rifas que se pretenden realizar dentro de las organizaciones gubernamentales y escolares (PILARES, NUBES, Utopías y escuelas públicas).

5.- Se identificarán los riesgos potenciales asociados con la implementación del plan y se desarrollarán estrategias de contingencia para mitigarlos. En el cual dentro del costo ya incluye botiquín de primeros auxilios que proporcionan las organizaciones, así mismo se hará uso de los estudiantes universitarios de la carrera de protección civil para atender los riesgos.

El plan se considera viable ya que se aborda adecuadamente los riesgos identificados y mantiene la viabilidad en escenarios adversos.

6.- El plan se evalúa para que sea sostenible dentro de un rango de largo plazo, ya que tiene el potencial para seguir llevando a cabo las actividades como parte cultural, siendo viable por la potencialidad de los objetivos de cada actividad.

7.- Se considera viable ya que cada actividad, se alinea a los objetivos del plan comunicativo.

Programa táctico

Desarrollo de las tácticas comunicativas

Las tácticas que se utilizarán para llevar a cabo la estrategia son:

Talleres lúdicos, ya que fueron una forma dinámica y entretenida para el público al que va dirigido este plan y funciona como un aprendizaje a través del juego el cual durante la etapa del diagnóstico, fue aceptado de una forma muy benéfica y enriquecedora a la hora de aplicar nuestra metodología cualitativa para la recolección de datos.

Otra táctica son las redes sociales, como son Facebook, apps y podcast, con el fin de que exista un mayor alcance que sensibilice y concientice al público, y que con las nuevas tecnologías se desarrolle interés y curiosidad de conocer la problemática y poder disminuirla. Nos parece que esta táctica es una forma fácil de acceso a información, así mismo que las mismas personas sean las que distribuyan de una manera fácil y rápida el contenido mostrado para que pueda llegar a más personas. También se utilizarán carteles, folletos, pláticas con padres, madres y/o tutores que ayuden a difundir el mensaje.

Táctica 1:

Creación de páginas de Facebook “Hipersexualización infantil” y Tik Tok
“hipersexualización Infantil”

Tipo de actividad: Mediático (digital)

Objetivo: Crear un espacio informativo que resuelva dudas sobre la hipersexualización infantil, que es y cómo prevenirla. También en donde se puede hablar sobre los estándares de belleza e informar sobre el valor de las infancias. Esto con ayuda de las redes sociales para que sea un modo de difusión rápida y entretenida para el público.

Descripción de la actividad: Creación de páginas, publicaciones, vídeos y reels sobre temas de autoestima, emociones, confianza, valores de la infancia, explicar que es la hipersexualidad infantil, como erradicarla, como evitar maltrato infantil, riesgos y daños de la hipersexualidad infantil, cada uno con sus secciones:

- Hablemos de hipersexualización infantil
- Las mentiras detrás de los estereotipos
- Mi cuerpo, único y especial

- Quiérete a ti mismo
- Como cuidar mi infancia
- Cómo cuidar la infancia de mi hijo/a
- Riesgos y daños de la hipersexualidad infantil

Duración: Tiempo indefinido

Espacio geográfico: Digital

Recursos técnicos y humanos:

- Creadores y diseñadores de de la página y cuenta/ perfil social en que se realizarán publicaciones, imágenes, vídeos, historias de contenido, sobre temas que vayan acorde a dicha problemática (Pasantes en la licenciatura en Comunicación y Cultura y en Ingeniería de Software) .
- Administradores de cuentas y perfil social (Pasantes en la licenciatura Comunicación y Cultura).
- Internet
- computadoras
- tablets
- celulares
- cámaras
- micrófonos

Táctica 2:

Taller lúdico “Las sillas del elogio, generando contenido de amor propio”

Tipo de actividad: Interpersonal

Objetivo: Este juego ayuda a los niños a crear identidad y elevar su autoestima, también a tener respeto entre ellos. Se pretende crear aceptación propia sin caer en los estándares y estereotipos de belleza mostrados en los medios de comunicación y que a la par son impuestos por la sociedad.

Aprenderán a dar y a recibir elogios dándoles mayor confianza y seguridad de su cuerpo y su persona.

Descripción de la actividad: Se hará el típico juego de las sillas, en donde todos los niños y niñas, al son de música motivadora, giran alrededor de las sillas, al parar la música los/as niños/as tomarán un lugar en la silla y uno se quedará de pie. Será él o ella quien reciba los elogios por parte de los/as compañeros/as que estén sentados en las sillas, y así sucesivamente.

Duración: 20 minutos

Espacio geográfico: Escuelas públicas, pilares, NUBE, Utopías.

Recursos técnicos y humanos:

- Talleristas (Pasantes de la licenciatura en Comunicación y Cultura)
- Pasantes de la licenciatura en Protección Civil y Riesgos.

- Pasantes en la licenciatura de Promoción a la Salud
- Técnicos en sonido y eléctricos (pasantes en la Ingeniería de Software)
- sillas
- bocinas
- laptop
- bolsa de dulces
- botiquín de primeros auxilios.

Táctica 3:

Círculo de Lectura “¿Qué onda con mi cuerpo, mi imagen y mi voz en redes sociales?!”.

Tipo de actividad: Artística e interpersonal

Objetivo: En este círculo de lectores se pretende potenciar y fomentar una autoestima sana y de confianza en ellos/as mismos/as; también despejar dudas sobre su sexualidad a través de lecturas acorde a su edad y al mismo tiempo, fomentar el hábito de la lectura. También a enseñarle que su voz dentro de redes sociales es escuchada siempre y cuando sea a través de un uso responsable y con restricciones.

Descripción de la actividad: Se basa en lecturas relacionadas al tema de la sexualidad, autoestima y confianza. En la cual se hará un círculo de lectura y la tallerista encargada empezará a leer y pasará el libro al niño o niña para que lea

en voz alta, mientras terminan de leer, dibujarán lo que entendieron de la lectura y lo explicarán. Al finalizar la actividad se les dará separadores, con información de libros interesantes, para apoyar la lectura en jóvenes adolescentes y niños/as.

Duración: 30 minutos

Espacio geográfico: Escuelas públicas, pilares, NUBE, Utopías, bibliotecas públicas infantiles.

Recursos técnicos y humanos:

- Talleristas (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura)
- Pasantes de la licenciatura en Protección Civil y Riesgos.
- Pasantes en la licenciatura de Promoción a la salud
- mesas
- sillas
- bolsa de dulces
- botiquín de primeros auxilios.
- Libros especializados en temas de autoestima y educación sexual para adolescentes.
 - ¡Hola, pubertad!
 - El mundo Secreto de la Redes sociales
 - Sex FAQs. Lo que sí preguntan los adolescentes.
 - Yo, Digital
 - Cuéntame más cosas
 - A mí también: Si la adolescencia te ataca, lee este libro

- Quiúbole con mi cuerpo
- Pingo, influencer del bien
- Sex on

Táctica 4:

Cine club “Cine-emocionate” Mis emociones ante la pantalla”

Tipo de actividad: Artístico, mediático, interpersonal, y entretenimiento.

Objetivo: Tiene como objetivo sensibilizar a los niños y niñas a reconectarse con su infancia, que se sientan libres e identifiquen como las plataformas digitales y las redes sociales, pueden influir en sus emociones.

Descripción de la actividad: Se proyectarán las películas aptas para todo el público en especial al público infantil, relacionados con el autoestima, valores y amor propio y la valoración personal ante redes sociales, entendiendo que el autoestima, no depende un like.

Duración: 1:30

Espacio geográfico: Escuelas públicas, pilares, NUBE, Utopías.

Recursos técnicos y humanos:

- Operadores técnicos
- mesas
- sillas
- proyector
- laptop
- bocinas
- botiquín de primeros auxilios.

- Personal de logística y difusión (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura)
- Pasantes de la licenciatura en Protección Civil y Riesgos.
- bolsa de palomitas
- películas:

1. El Mundo Secreto del Emoji
2. Gamer, la película
3. Ralph, rompe el Internet
4. Internet: El gran peligro

Táctica 5:

Taller dinámico “La Flor del Autoestima: Creciendo seguros en un mundo digital”

Tipo de actividad: Interpersonal, artístico.

Objetivo: Está actividad tiene como propósito, aprender a identificar y gestionar las cualidades en cada niño y niña, para fortalecer su autoestima y aprender a dar y a recibir elogios para que acepten su cuerpo infantil sin las comparaciones de la belleza hegemónica. Así mismo demostrar que lo que se muestra dentro del mundo digital puede ser falso.

Descripción de la actividad: Los niños y niñas realizarán una flor, con 5 o 6 pétalos de hojas de papel de colores, a su gusto y creatividad y en cada pétalo, escribirán una cualidad positiva sobre ellos mismos.

Duración: 2 minutos

Espacio Geográfico: Escuelas públicas, pilares, NUBE, Utopías.

Recursos técnicos y humanos:

- Talleristas (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura)
- Pasantes de la licenciatura en Protección Civil y Riesgos.
- Pasantes de la licenciatura de Promoción a la Salud.
- mesas
- sillas
- hojas de color
- plumones
- colores
- tijeras
- resistol/pritt
- botiquín de primeros auxilios.

Táctica 6:

Podcast en Spotify "Voces Infantilandia"

PROYECTO: *"Voces Infantilandia"*

Tema: "Hipersexualidad en las infancias"

Locutora 1: Paola Aguirre

Tema Principal: Hablemos de hipersexualidad Infantil

Locutora 2: Ana Del Moral

Número de Spot: 15

Editora: Paola Aguirre

Fecha: 12 /01/2026

Guión: Ana Del Moral

:

Escaleta

Persona

Guión Indicaciones

OP:

Entra canción de "Mi corazón encantado" control of armin.
Sube a p/p baja y fondea.

Locutora 1: Buenas tardes!! Queridos radioescucha, bienvenidos a su espacio “*Voces Infantilandia*” es un placer saludarlos, en donde hablaremos sobre ¿Y tú qué sabes de la hipersexualidad en las infancias?

OP: Entran sonidos de asombro con la palabra ¿Qué???

Locutora 2: Sí, así como lo escuchas la hipersexualidad en las infancias, es la anticipación de la edad en niños, niñas y los adolescentes que adoptan comportamientos de adultos, como vestir y actuar de acuerdo a los estereotipos de belleza, que ha impuesto la sociedad.

Locutora 1: Para mayor información puedes acudir a los talleres que se impartirán en tu escuela o en las Utopías más cercanas de tu alcaldía, los días jueves en un horario de 13:00 a 14:30 hrs. ¡¡ No faltes!! ¡¡Te esperamos!!

Locutora 2: Se habla de Hipersexualización infantil cuando: Se lleva a los niños y niñas a realzar su “belleza” en la forma de vestir y actuar de un adulto.

Locutora 1: Por esto es importante prestar atención a este tipo de conductas en los niños y niñas!! ¡No faltes a los talleres que se impartirán! Para mayor información llámanos al: 49-13-90-23.

OP: Sube tema de salida is not your friends- the wookies.

Tiempo Total: 3 min 30 seg.

Tipo de actividad: Mediática, digital, interpersonal, artística

Objetivo: Crear y difundir un podcast informativo que ayude a orientar a padres, madres y tutores sobre lo que es la hipersexualidad infantil. Así mismo se pretende sensibilizar a las personas con respecto al tema.

Descripción de la actividad: Se planificará, una lista de las dudas que se tiene en relación del cuidado infantil, así mismo de como cuidar la salud mental de un menor y el desarrollo adecuado a su crecimiento. Lo que afecta y no afecta en su crecimiento. Con diversos invitados como psicólogos infantiles, pedagogos, padres y madres de familia, que relaten sus dudas e inquietudes, a los locutores del programa.

Duración: 30 minutos

Espacio geográfico: Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM)
Plantel San Lorenzo Tezonco, en cabinas de radio.

Recursos técnicos y humanos:

- Guionistas (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura)
- Editores (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura)
- Podcasters (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura)
- Especialistas en el tema (Pasantes en la licenciatura de Promoción a la Salud).
- hojas blancas
- escaleta
- cabina de radio e isla de edición
- celular
- internet

Táctica 7:

Campañas de publicidad (carteles)

Campañas de información y prevención sobre la hipersexualización infantil. Donde se realizará carteles, mini folletos, vídeos e imágenes para redes sociales.

Tipo de actividad: Publicitaria, difusión, digital, artística.

Objetivo: Sensibilizar y concientizar a los adultos e infantes sobre el consumo inadecuado de redes y medios sociales que provoca la hipersexualización infantil. Así mismo se crearán publicidades para la reflexión y entendimiento fácil y directo de lo que es hipersexualidad infantil y sus consecuencias.

Descripción de la actividad: Consiste en la creación de carteles, vídeos, con mensajes escritos en tipografía grande, superpuesta sobre imágenes de niñas y niños.

Duración: 3 semanas

Espacio geográfico: Redes sociales como Facebook, Tiktok, Instagram, twitter, escuelas públicas, pilares, NUBES, Utopías.

Recursos técnicos y humanos:

- Programas de diseño (Adobe Illustrator y Canva).
- computadoras

- laptops
- tablets
- celulares
- hojas blancas
- Impresiones de plotters
- Diseñador gráfico (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura)
- Comunicólogos (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura)

Táctica 8:

Talleres de pláticas sobre la diversidad corporal. “Mi valor no depende de un like”

Tipo de actividad: Interpersonal, artística e informativa.

Objetivo: Este taller, da una retroalimentación de la diversidad corporal que quite las ideas del estereotipo de belleza, que han impuesto las redes sociales y medios de comunicación , en el que contribuya a su bienestar emocional.

Descripción de la actividad: Se realizarán charlas sobre la importancia de una autopercepción equilibrada y conocer el valor que tiene cada cuerpo, la cual no debe estar sujeta a la aprobación externa, como los likes y reacciones de redes sociales .

Duración: 2 horas

Espacio geográfico: Escuelas públicas, pilares, NUBE, Utopías.

Recursos técnicos y humanos:

- mesas
- sillas
- micrófono
- bocinas
- consola de audio
- hojas
- bolígrafos
- botiquín de primeros auxilios.
- Especialistas en el tema (Pasantes en la licenciatura de Promoción de la Salud)
- Talleristas (Pasantes en en la licenciatura de Comunicación y Cultura)
- Pasantes de la licenciatura en Protección Civil y Riesgos.
- Técnicos en audio (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura)

Táctica 9:

Grupo de orientación. “Pregunta y opina sin prejuicios”

Tipo de actividad: Interpersonal.

Objetivo: Orientar a los padres, madres y tutores sobre las restricciones y uso correcto de las redes sociales y medios de comunicación que pueden utilizar para proteger a sus hijos también explicar que es la hipersexualización infantil,

qué sucesos y comportamientos desarrollan hipersexualidad en los/as niños/as, cómo abordar el tema sexual, así mismo como no alentar los comportamientos que se adelanten a su edad, como los medios y redes sociales pueden detonar este tipo de comportamientos. Con ello mantener un desarrollo sano en la infancia.

Descripción de la actividad: Se hará una sesión grupal de padres, madres y tutores en donde expertos en psicología infantil orienten a los adultos sobre cómo abordar el tema sexual con sus hijos/as, así mismo como evitar alentar el comportamiento que desarrolle hipersexualización infantil.

Duración: 2 horas

Espacio geográfico: Escuelas públicas, Utopías, pilares y NUBES.

Recursos técnicos y humanos:

- mesas
- sillas
- bolígrafos
- lápices
- hojas blancas
- botiquín de primeros auxilios.
- Talleristas (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura)
- Pasantes de la licenciatura en Protección Civil y Riesgos.
- Pasantes de la licenciatura de Promoción a la Salud.

Táctica 10:

Cursos on-line para padres, madres y tutores sobre el cuidado y uso de las Tic 's para el desarrollo sano de las infancias. “La red social de la responsabilidad”

Tipo de actividad: informativa, digital, mediática.

Objetivo: Que los padres, madres o tutores desarrollen habilidades para proteger a sus hijos/as del material o contenido que se muestra en redes sociales así mismo, de evitar caer en estereotipos de belleza mostrados en los medios de comunicación que alientan a las personas a querer cambiar su físico.

Descripción de la actividad: Crear en una plataforma virtual asincrónica para padres y madres con talleres virtuales, que incluye clases grabadas, material de apoyo y recursos descargables para el cuidado de los infantes en las redes sociales y medios de comunicación.

Duración: 2 horas

Espacio geográfico: Plataforma digital, portal o ciber sitio.

Recursos técnicos y humanos:

- Internet
- Programa de diseño Adobe Illustrator.
- Ingenieros en programación y software
- Especialistas en el tema (Pasantes en la licenciatura de Promoción de la Salud)
- Comunicólogos (Pasantes en licenciatura de Comunicación y Cultura)

Táctica 11:

Foros de discusión on-line para padres, madres e hijos/as “Comparte y acompáñate”

Tipo de actividad: informativa, digital, mediática

Objetivo: Conocer la importancia de la problemática, en la que al intercambiar opiniones, inquietudes y experiencias, les permita sentirse acompañados en esta etapa del cuidado y el desarrollo de los niños, niñas y adolescentes. Así mismo que sepan que los padres como los hijos/as que no están solos en los cambios que se desarrollan, y que si han alentado comportamientos sexualizados en sus hijos, estos pueden cambiar y no sentirse juzgados entre ellos/as.

Descripción de la actividad: Se intercambiarán opiniones e ideas entre padres madres y tutores, así mismo entre los infantes, de las experiencias que viven entre familia, si han o no inconscientemente alentado comportamientos hipersexuales en sus hijos/as. Teniendo guías en todo momento, el cual abrirá tema e informará sobre la discusión u opinión de todos los que participen con respeto ante todo punto de vista de opinión.

Duración: 30 minutos

Espacio geográfico: Digital

Recursos técnicos y humanos:

- Internet
- Software Zendesk
- computadoras
- celulares
- tablets
- Diseñadores de páginas web de foro de discusión (Pasantes en Ingenierías en Software y programación).
- Creadores del foro (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura)
- Especialistas en temas a discusión (Pasantes en la licenciatura de Promoción a la salud)
- Administradores (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura)
- Moderadores (Pasantes en en la licenciatura de Comunicación y Cultura)

Táctica 12:

Sociodrama. “Abre los ojos: Detección anticipadas en el desarrollo infantil”

Tipo de actividad: Artística, Interpersonal.

Objetivo: El objetivo es que los padres, madres y tutores, junto con los niños y niñas, logren identificar conductas que llevan a la hipersexualización infantil, a

través de este sociodrama, en el que su mensaje principal, es invitar a los adultos responsables, a estar atentos, con los niños y niñas, observar los contenidos y a las personas con las que interactúan en redes sociales, para protegerlos de peligros y sobre todo salvaguardar su infancia e integridad.

Descripción de la actividad:

Se recreará una historia donde una niña llamada Romina, y su hermana Sofía pasan mucho tiempo en redes sociales y sus padres las dejan sin supervisión alguna y no ponen filtro, o restricciones a sus celulares. En el desarrollo de la historia, se verá que con el paso del tiempo las niñas, tienen problemas con su etapa de niñez, en el que ya no le interesa jugar, ni socializar con los niños y niñas de su edad, ya que ellas están más preocupados en realizar vídeo, para satisfacer a sus seguidores en sus redes sociales, donde les piden hacer o recrear bailes y poses eróticas.

Un día, la tía de las niñas, al estar en sus redes sociales las encuentra en su cuenta de Tik tok , ve sus vídeos y los comentarios, que los seguidores les hacen; enseguida ella habla con los padres, pero no le hacen caso y la tachan de exagerada.

Días después, un seguidor le dice a las hermanitas que quiere conocerlas y que si aceptan la invitación, él puede llevarlas a ser famosas.

Al otro día, las niñas al ir de camino a la escuela primaria, en vez de ir a sus clases, van en camino, al lugar donde las cito, el seguidor.

El seguidor las invita a su automóvil, ellas acceden, pero su tía las ve, corre inmediatamente y las jala de la mochila, el automóvil del seguidor acelera y huye, enseguida la tía llama a sus padres y ellos van por ellas, las abrazan, le piden perdón a la tía y hablan con las niñas.

Al final, los padres buscan soluciones con especialistas, ponen filtros y están más pendientes de lo que consumen sus hijas en redes sociales.

Duración: 45 minutos

Espacio geográfico: Escuelas públicas, pilares, NUBE, Utopías.

Recursos técnicos y humanos:

- vestuario
- maquillaje
- guiones
- hojas
- sillas
- Escenografía (de Cartón)
- botiquín de primeros auxilios.
- Guionistas (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura)
- Talleristas (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura)
- Actores y actrices voluntarios (Pasantes en licenciatura de Comunicación y Cultura y Arte y Patrimonio Cultural)
- Pasantes de la licenciatura en Protección Civil y Riesgos.

Táctica 13:

Aplicación en Play Store Pregúntale a Lily y a Paco IA.

Tipo de actividad: Digital, mediática y artística.

Objetivo: Informar, apoyar emocionalmente, reforzar la confianza en los infantes y dar respuesta a las inquietudes que no se animan a preguntar a las demás personas respecto a su sexualidad y temas tabús.

Descripción de la actividad: Consiste en crear una aplicación, práctica y creativa que se podrá descargar en Play Store que tendrá juegos y dos asistentes virtuales o bot IA, llamados Lily y Paco. Los cuales ayudarán y te responderán cualquier duda o inquietud sobre los cambios corporales de los infantes, así mismo algunas inquietudes y dudas que se tengan en cualquier momento en el ámbito sexual o del desarrollo de su cuerpo, así mismo aconsejar en situaciones emocionales e informar y auxiliar a los infantes que pregunten alguna duda en tono de riesgo.

Duración: Tiempo indefinido

Espacio geográfico: Digital, mediático, creativo y dinámico

Recursos técnicos y humanos:

- Internet

- Creación de cuenta de desarrollador de Google
- Nombre y descripción de aplicación
- Política de privacidad e información general
- Permiso y moderación de Play Store
- Portal desarrollador
- Desarrollo y creación de aplicación
- Datos de usuario
- Tablets
- computadoras
- celulares
- Creadores y administradores de aplicación (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura)
- Pasantes en Ingenierías en Software y programación.

Táctica 14:

Festejar la infancia en su mes.

Tipo de actividad: Interpersonal, social, dinámica.

Objetivo: Su objetivo es que los niños y niñas, conecten con su infancia, vivan y jueguen acorde, con dinámicas acorde a su edad para que con ello tengan conocimiento del valor de su edad, de su niñez y del valor como personas.

Descripción: Celebrar en el mes de abril, que es el día del niño/as, a los infantes con actividades acorde a su edad, sin música sexualizada. En que se realizarán juegos dinámicos con objetivos de subir autoestima, crear ideas propias del respeto y valor por su cuerpo y su niñez, así mismo que crear actividades donde su concentración no sea en lo físico y convivan fuera del mundo digital.

Duración: Una semana

Espacio geográfico: Escuelas públicas, pilares, NUBE, Utopías.

Recursos técnicos y humanos:

- Juegos de mesa
- mesas
- sillas
- plumones
- cordones para gafetes.
- cartulinas
- lonas
- dulces
- botiquín de primeros auxilios.
- Talleristas (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura)
- Pasantes en Promoción a la salud.
- Pasantes de la licenciatura en Protección Civil y Riesgos.

Táctica 15:

Taller: “Así soy yo sin filtros”

Tipo de actividad: Interpersonal, social, artístico.

Objetivo: Fomentar el reconocimiento y valoración de la identidad individual en niños y niñas, promoviendo una visión crítica frente a los estereotipos de belleza difundidos en redes sociales y medios de comunicación.

Descripción de la actividad: Se realizará un taller lúdico-reflexivo donde cada niño o niña crea una representación de sí mismo usando materiales como hojas, colores, revistas para recortar, plastilina o incluso dibujos libres. Se les mostrará imágenes variadas (pueden ser recortes o impresiones) de personajes de redes sociales, caricaturas o anuncios. Se les pregunta de forma guiada: ¿Cómo creen que “debería ser” una persona según esas imágenes? ¿todas las personas son así en la vida real?. Después cada participante elabora un collage o dibujo titulado “Así soy yo”, donde incluya: lo que le gusta, como es su personalidad, que lo hace diferente o especial (no solo físicamente).

Al finalizar se hará una reflexión grupal y compartir su creación, seguido de reflexiones como no todos somos iguales, lo que vemos en redes no siempre es real, no necesitamos parecernos a alguien para ser más valioso.

Duración: 35 minutos

Espacio geográfico: Escuelas públicas, pilares, NUBE, Utopías.

Recursos técnicos y humanos:

- Wifi
- Celular con Android
- Red social de Whatsapp
- botiquín de primeros auxilios.
- Profesores de primaria
- Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura
- Pasantes de la licenciatura en Protección Civil y Riesgos.
- Pasantes de la licenciatura de Promoción a la Salud

Elaboración del presupuesto

Para este apartado, se presentará la aproximación del presupuesto necesario para la realización de las tácticas y estrategias que conforman este Plan Comunicativo, puesto que es una herramienta fundamental que nos permitirá tener un control y planificación sobre los recursos materiales y humanos, para poder realizar las actividades.

Cabe mencionar que algunos de los insumos, tendrán la cifra de \$0.00 debido a que se solicitará el apoyo de las escuelas, PILARES, NUBE y Utopías; como son el préstamo de los espacios, así como el inmobiliario, que son, sillas, mesas y cosas de uso digital y tecnológico: computadoras, cámaras, tablets, bocinas, proyectores, laptops y micrófonos, además algunos programas de diseño (Adobe Illustrator), que proporciona la universidad (UACM). En algunas actividades, los participantes podrán hacer uso de su dispositivo móvil, en el que sea necesario para desarrollar alguna actividad y con esto evitar un gasto mayor.

En el caso de los estudiantes universitarios y/o prestadores de servicio social, se solicitará apoyo con servicio estudiantiles, de las carreras, de Comunicación y Cultura, Promoción de la Salud, Protección Civil y Riesgos e Ingenierías en Software y programación, que estén haciendo su servicio social o bien, se propongan como voluntarios, para realizar una difusión a través de redes sociales, de las páginas de Facebook “Hipersexualización infantil” y Tik Tok “hipersexualización Infantil”.

Elaboración del presupuesto.

INSUMOS PARA ACTIVIDADES			
Actividad	Material necesario	Costo unitario	Costo total
1. Creación de páginas de Facebook “Hipersexualización infantil” y Tik Tok “hipersexualización Infantil”	Internet	\$0.00	\$0.00
	2 Computadoras	\$0.00	\$0.00
	2 Tablets	\$0.00	\$0.00
	2 Celulares	\$0.00	\$0.00
	2 Cámaras	\$0.00	\$0.00
	2 Micrófonos	\$0.00	\$0.00
Personal	Creadores y diseñadores de de la página y cuenta/ perfil social (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura).	\$0.00	\$0.00
	Administradores de cuentas y perfil social (Pasantes en	\$0.00	\$0.00

	la licenciatura de Comunicación y Cultura).		
<i>2: Taller lúdico “Las sillas del elogio, generando contenido de amor propio”</i>			Total: \$0.00
	2 bocinas	\$0.00	\$0.00
	1 laptop	\$0.00	\$0.00
	2 bolsas de dulces	\$45.00	\$90.00
	1 botiquín de primeros auxilios.	\$ 100.00	\$100.00
Personal	2 Talleristas (Pasantes en licenciatura de Comunicación y Cultura)	\$0.00	\$0.00
	2 Técnicos en sonidos y eléctricos. (Pasantes en la Ingeniería de Software)	\$0.00	\$0.00
	2 pasantes en la licenciatura de Protección Civil y Riesgos.	\$0.00	\$0.00
	2 Pasantes en la licenciatura de Promoción a la Salud	\$0.00	\$0.00

			Total: \$190.00
3. <i>Círculo de Lectura</i> “¿Qué onda con mi cuerpo, mi imagen y mi voz en redes sociales?!”	30 sillas	\$0.00	\$0.00
	5 mesas	\$0.00	\$0.00
	2 bolsas de dulces	\$45.00	\$90.00
	1 botiquín de primeros auxilios.	\$ 100.00	\$100.00
	10 libros (donación)	\$0.00	\$0.00
Personal	2 Talleristas (Pasantes de la licenciatura en Comunicación y Cultura)	\$0.00	\$0.00
	2 Pasantes de la licenciatura en Protección Civil y Riesgos.	\$0.00	\$0.00
	2 Pasantes en la licenciatura de Promoción a la salud	\$0.00	\$0.00
			Total:\$190.00
4. <i>Cine club</i> “Cine-emoci	30 sillas	\$0.00	\$0.00
	2 mesas	\$0.00	\$0.00
	1 proyector	\$0.00	\$0.00
	1 laptop		

<i>onate: Mis emociones ante la pantalla”</i>		\$0.00	\$0.00
	2 bocinas	\$0.00	\$0.00
	7 películas (Netflix)	\$200.00	\$200.00
	2 bolsas de palomitas grandes	\$60.00	\$120.00
	1 botiquín de primeros auxilios.	\$ 100.00	\$100.00
Personal	2 Operadores técnicos (pasantes en ingeniería de software)	\$0.00	\$0.00
	2 Personales de logística y difusión (Pasantes en la licenciatura Comunicación y Cultura)	\$0.00	\$0.00
			Total:\$360.00
5. Taller dinámico “La Flor del Autoestima	30 sillas	\$0.00	\$0.00
	6 mesas	\$0.00	\$0.00
	100 hojas de color	\$50.00	\$50.00
	2 cajas de plumones	\$145.00	\$290.00
	2 cajas de colores	\$105.00	\$210.00
	10 tijeras	\$10.00	\$100.00

<i>: Creciendo seguros en un mundo digital”</i>			
	10 resistol/pritt's	\$17.00	\$170.00
	1 botiquín de primeros auxilios.	\$ 100.00	\$100.00
Personal	2 Talleristas (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura).	\$0.00	\$0.00
			Total: \$920.00
<i>6.Podcast en Spotify “Voces Infantilandia”</i>	1 Cabina de radio e isla de edición	\$0.0	\$0.0
	100 hojas blancas	\$50.00	\$50.00
	1 Escaleta	\$0.00	\$0.00
	2 Celulares	\$0.00	\$0.00
	Internet	\$0.00	\$0.00
Personal	2 guionistas (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura)	\$0.00	\$0.00
	2 editores (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura)	\$0.00	\$0.00
	2 Podcasters (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura)	\$0.00	\$0.00
	2 Pasantes de la licenciatura Promoción a la	\$0.00	\$0.00

	Salud.		
			Total:\$50.00
7.Campañas de sensibilización y concientización sobre la hipersexualización infantil.	Programas de diseño (Adobe Illustrator y Canva).	\$0.00	\$0.00
	2 computadoras	\$0.00	\$0.00
	2 laptops	\$0.00	\$0.00
	2 tablets	\$0.00	\$0.00
	2 celulares	\$0.00	\$0.00
	2000 hojas blancas	\$50.00	\$1,000.00
	10 impresiones de plotters	\$80.00	\$800.00
Personal	2 diseñadores gráficos (Pasantes en la licenciatura en Comunicación y Cultura).	\$0.00	\$0.00
	2 Comunicólogos (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura)	\$0.00	\$0.00
			Total:1,800.00
8. Talleres de pláticas sobre la diversidad corporal. “Mi valor no depende de un like!”	5 mesas	\$0.00	\$0.00
	30 sillas	\$0.00	\$0.00

	2 micrófonos	\$0.00	\$0.00
	2 bocinas	\$0.00	\$0.00
	100 hojas blancas	\$50.00	\$50.00
	2 cajas de bolígrafos	\$48.00	\$96.00
	1 botiquín de primeros auxilios.	\$ 100.00	\$100.00
Personal	2 Especialistas en el tema (Pasantes de Promoción a la Salud)	\$0.00	\$0.00
	2 Talleristas (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura)	\$0.00	\$0.00
	2 Pasantes de la licenciatura en Protección Civil y Riesgos.	\$0.00	\$0.00
9.Grupo de orientación. “Pregunta y opina sin prejuicios”			Total:\$246.00
	5 mesas	\$0.00	\$0.00
	30 sillas	\$0.00	\$0.00
	2 cajas de bolígrafos	\$48.00	\$96.00

	2 cajas de lápices	\$180.00	\$360.00
	100 hojas blancas	\$50.00	\$50.00
	1 botiquín de primeros auxilios.	\$ 100.00	\$100.00
Personal	2 Talleristas (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura)	\$0.00	\$0.00
	2 Pasantes de la licenciatura en Protección Civil y Riesgos.	\$0.00	\$0.00
	2 Pasantes de la licenciatura de Promoción a la Salud.	\$0.00	\$0.00
			Total:\$606.00
<i>10.Cursos on-line para padres, madres y tutores sobre el cuidado y uso de las Tic 's para el desarrollo sano de las infancias. "La red social de la responsabilidad"</i>			
	Internet	\$0.00	\$0.00
	Programa de diseño Adobe Illustrator.	\$0.00	\$0.00

Personal	2 Especialistas en el tema (Pasantes en la licenciatura de Promoción a la Salud)	\$0.00	\$0.00
	2 Comunicólogos. (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura)	\$0.00	\$0.00
			Total:0.00
11. Foros de discusión on-line "Comparte y acompáñate"	Internet	\$0.00	\$0.00
	Software Zendesk	\$1000.00	\$1000.00
	2 computadoras	\$0.00	\$0.00
	2 celulares	\$0.00	\$0.00
	2 tablets	\$0.00	\$0.00
Personal	Diseñadores de páginas web de foro de discusión (Pasantes en Ingenierías en Software).	\$0.00	\$0.00
	Creadores del foro (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura)	\$0.00	\$0.00
	Especialistas en temas a discusión (Pasantes en la licenciatura de Promoción a	\$0.00	\$0.00

	la salud)		
	Administradores (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura)	\$0.00	\$0.0
	Moderadores (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura	\$0.00	\$0.00
			Total: 1000.00
<i>12.Sociodrama. “ Abre los ojos”: Detección anticipadas en el desarrollo infantil”</i>	30 piezas de vestuario (donaciones)	\$0.00	\$0.00
	10 kits de maquillaje	\$ 150.00	\$1,500.00
	2 guiones	\$0.00	\$0.00
	100 hojas blancas	\$50.00	\$50.00
	30 sillas	\$0.00	\$0.00
	1 botiquín de primeros auxilios.	\$ 100.00	\$100.00

	5 escenografías de Cartón	\$ 150.00	\$300.00
Personal	2 Guionistas (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura)	\$0.00	\$0.00
	2 Talleristas (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura)	\$0.00	\$0.00
	10 Actores y actrices voluntarios (Pasantes en licenciatura de Comunicación y Cultura y Arte y Patrimonio Cultural)	\$0.00	\$0.00
	2 Pasantes de la licenciatura en Protección Civil y Riesgos.	\$0.00	\$0.00
			Total: 1,950.00
<i>13.Aplicación en Play Store Pregúntale a Lily y a Paco IA.</i>	Internet	\$0.00	\$0.00

	Creación de cuenta de desarrollador de Google	\$0.00	\$0.00
	Nombre y descripción de aplicación	\$0.00	\$0.00
	Política de privacidad e información general	\$0.00	\$0.00
	Permiso y moderación de Play Store	\$0.00	\$0.00
	Portal desarrollador	\$0.00	\$0.00
	Desarrollo y creación de aplicación	\$0.00	\$0.00
	Datos de usuario	\$0.00	\$0.00
	2 tablets	\$0.00	\$0.00
	2 computadoras	\$0. 00	\$ 0.00
	2 celulares	\$0.00	\$0.00
Personal	Creadores y administradores de aplicación (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura)	\$0.00	\$0.00
	Pasantes en Ingenierías en	\$0.00	\$0.00

	Software .		
			Total: \$0.00
<i>14. Festejar la infancia en su mes.</i>	20 Juegos de mesa (donaciones)	\$0.00	\$0.00
	5 mesas	\$0.00	\$0.00
	30 sillas	\$0.00	\$0.00
	3 cajas de Plumones	\$145.00	\$435.00
	5 metros de cordón para gafetes.	\$ 8.00	\$ 40.00
	10 cartulinas	\$7.00	\$70.00
	2 lonas	\$330.00	\$660.00
	1 botiquín de primeros auxilios.	\$ 100.00	\$100.00
	3 bolsas de Dulces	\$45.00	\$135.00
Personal	2 Talleristas (Pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura)	\$0.00	\$0.00
	2 Pasantes en Promoción a la salud.	\$0.00	\$0.00
	2 Pasantes la licenciatura		

	de Protección Civil y Riesgos	\$0.00	\$0.00
			Total: \$1,440.00
15. Taller: “Así soy yo sin filtros”	Revistas y hojas recicladas.		
	50 paquetes de plastilinas (donadas, por Pilares)	\$0.00	\$0.00
	40 cajas de colores (donadas, por Pilares)	\$0.00	\$0.00
	1 botiquín de primeros auxilios.	\$ 100.00	\$100.00
	2 Profesores de primaria	\$0.00	\$0.00
	2 Talleristas pasantes en la licenciatura de Comunicación y Cultura.	\$0.00	\$0.00
	2 Pasantes de la licenciatura de Promoción a la Salud.		
			Total: \$100.00
COSTO TOTAL DE LOS MATERIALES DE LAS ACTIVIDADES.			COSTO TOTAL: \$8,852.00

Cronograma del plan táctico

Actividades	Comienza	Concluye
Establecer relaciones y solicitar permisos a las siguientes instituciones: escuelas, PILARES, NUBE y Utopías.	Enero 2026	Febrero 2027
Instalación de espacios para la realización de talleres.	Enero 2026	Enero 2027
Creación de páginas y cuentas sociales.	Enero 2026	Enero 2027
Creación de Carteles y mini folletos.	Enero 2026	Marzo 2026
Contenido en redes sociales : vídeos y publicaciones.	Enero 2026	Marzo 2026
Taller lúdico “Las sillas del elogio, generando contenido de amor propio”.	Enero 2026	Marzo 2026
Círculo de Lectura “¿Qué onda con mi cuerpo, mi imagen y mi voz en redes sociales!?”.	Enero 2026	Marzo 2026
Cine club “Cine-emocionate” Mis emociones ante la pantalla.	Enero 2026	Marzo 2026

Taller dinámico “La Flor del Autoestima: Creciendo seguros en un mundo digital”	Enero 2026	Marzo 2026
<i>Podcast en Spotify</i> <i>“Voces Infantilandia</i>	Febrero 2026	(Actividad permanente)
Campañas de sensibilización y concientización sobre la hipersexualización infantil.	Febrero 2026	Agosto 2026
Talleres de pláticas sobre la diversidad corporal. “Mi valor no depende de un like”	Febrero 2026	Mayo 2026
Grupo de orientación. “Pregunta y opina sin prejuicios”.	Febrero 2026	Mayo 2026
Cursos on-line para padres, madres y tutores sobre el cuidado y uso de las Tic 's,para el desarrollo sano de las infancias. “La red social de la responsabilidad”	Febrero 2026	Enero 2028
Foros de discusión on-line	Marzo 2026	Febrero 2027

“Comparte y acompáñate”		
Sociodrama. “ Abre los ojos : Detección anticipadas en el desarrollo infantil”	Marzo 2026	Mayo 2026
Aplicación en Play Store Pregúntale a Lily y a Paco.	Marzo 2026	(Actividad permanente)
Festejar la infancia en su mes.	Abril 2026	Abril 2026
“Así soy yo sin filtros”	Abril 2026	Junio 2026

Propuesta de diseños

Actividad 1

Creación de páginas de Facebook “Hipersexualización infantil” y Tik Tok “hipersexualización Infantil”



 TikTok

Buscar

 Para ti

 Siguiendo

 amigos

 explorador **nuevo**

 VIVIR



hipersexualizacionxm

En contra de la hipersexualización

Seguir

4 Siguiendo 38 Seguidores 0 Me gusta

Campaña para evitar la hipersexualización en adolescentes y niños

Actividad 2

Taller lúdico “Las sillas del elogio, generando contenido de amor propio “.

LAS SILLAS DEL ELOGIO

LA INFANCIA SOLO SE VIVE UNA VEZ

Ven y participa en el juego de las sillas y gana un premio

TE ESPERAMOS

Escanea el código para más información

¡Infancias seguras, futuro mejor!

- Escucha y acompaña
- Protege su bienestar
- Habla y genera confianza
- Juntos por su seguridad

Actividad 3

¿ Qué onda con mi cuerpo, mi imagen y mi voz en redes sociales?

¿Que onda con mi cuerpo, mi imagen y mi voz en redes sociales?

LA INFANCIA SOLO SE VIVE UNA VEZ

ESTA ACTIVIDAD ES UN **CÍRCULO DE LECTURA**

¡Escanea el código para más información!

Ven, escucha, comparte, reflexiona y haz que tu voz se escuche.

¡TE ESPERAMOS!

- Leemos historias que nos hacen pensar
- Compartimos nuestras ideas y experiencias
- Aprendemos a cuidar nuestra imagen y nuestra voz
- Construimos un entorno digital más seguro para todas y todos

Actividad 4

Cine club “Cine-emocionate” Mis emociones ante la pantalla.

CINE-EMOCIÓNATE
MIS EMOCIONES ANTE LA PANTALLA
★ CINE CLUB ★

LA INFANCIA SOLO SE VIVE UNA VEZ

¡Escanea el código para más información!

VEMOS UNA PELI, COMPARTIMOS Y REFLEXIONAMOS JUNTOS.

Ven, disfruta del cine, expresa lo que sientes y descubre que tus **emociones** importan.

¡TE ESPERAMOS!

- Vemos películas con mensajes positivos
- Hablamos sobre lo que sentimos y pensamos
- Escuchamos a los demás y compartimos nuestras emociones
- Fomentamos la empatía y el respeto en un espacio seguro y divertido

Actividad 5

Taller dinámico “La flor del Autoestima: Creciendo seguros en un mundo digital”

LA FLOR DEL AUTOESTIMA:

CRECIENDO SEGUROS EN UN MUNDO DIGITAL

TALLER DINÁMICO Y LÚDICO PARA NIÑAS Y NIÑOS

LA INFANCIA SOLO SE VIVE UNA VEZ

¿QUÉ HAREMOS?

- Reflexionaremos sobre nuestra imagen, nuestras emociones y nuestra voz en redes sociales.
- Crearemos nuestra “flor del autoestima” con papel y colores.
- Compartiremos ideas y aprenderemos juntos a crecer seguros.

¡Escanea el código para más información!

Ven, crea, juega y descubre todo lo increíble que eres.

¡TE ESPERAMOS!

Fortalecemos nuestra autoestima

Aprendemos a cuidarnos en el mundo digital

Expresamos lo que pensamos y sentimos

Crece tu confianza, crece tu voz

Petal 1: SOY ÚNICO Y VALIOSO

Petal 2: ME ACEPTO ME QUIERO ME CUIDO ME RESPETO

Petal 3: MIS EMOCIONES IMPORTAN

Petal 4: ME PROTEJO EN INTERNET

Petal 5: ME RODEO DE BUENAS PERSONAS

Petal 6: CREO EN MÍ

Actividad 6

Podcast en Spotify "Voces infantilandia"

ESCUCHA EL PODCAST

VOCES INFANTILANDIA

Un espacio para escuchar, aprender y crecer juntos.

LA INFANCIA SOLO SE VIVE UNA VEZ

¿QUÉ ENCONTRARÁS?

- Entrevistas con expertos en sexualidad infantil, crianza y tecnología.
- Compartiremos preguntas y testimonios de padres de familia.
- ¡Invitaremos a niños a ser parte del podcast y compartir su voz!

¡Escanea el código para escucharnos!

Hablaremos con expertos sobre:

SEXUALIDAD INFANTIL Y REDES SOCIALES

TU VOZ IMPORTA

- Envía tus preguntas y dudas.
- Comparte tu experiencia como mamá, papá o cuidador.
- Súmate a nuestra comunidad que acompaña y protege.

Un podcast hecho para y por familias que creen en una infancia libre, informada y protegida.

LA INFANCIA SOLO SE VIVE UNA VEZ

Escúchanos en Spotify | Disponible en tu plataforma favorita | Síguenos y forma parte de la conversación

Actividad 7

Campañas de publicidad (carteles)



**LO QUE HOY
PARECE INOFENSIVO,
MAÑANA PUEDE
MARCAR SU
INFANCIA.**

La falta de supervisión en redes sociales puede exponerlos a contenidos que sexualizan su infancia.

ACOMPaña. OBSERVA. PROTEGE.
SU INFANCIA NO ES CONTENIDO.

Escanea y descubre cómo protegerlos en el mundo digital.

1,236
532
309
4,781

LA INFANCIA SOLO SE VIVE UNA VEZ



**SIN SUPERVISIÓN,
LAS REDES PUEDEN
SEXUALIZAR
SU INFANCIA.**

VEN LO QUE NO DEBERÍAN VER.
CREEN LO QUE NO DEBERÍAN CREER.
Y CRECEN ANTES DE TIEMPO.

INFÓRMATE. ACTÚA. PROTÉGELOS.
Escanea para saber más.

LA INFANCIA SOLO SE VIVE UNA VEZ

Actividad 8

Talleres de pláticas sobre la diversidad corporal. “Mi valor no depende de un like”

Actividad 9

Grupo de orientación. "Pregunta y opina sin prejuicios"

**TALLER PARA
PADRES Y TUTORES**

PREGUNTA Y OPINA SIN PREJUICIOS



**LA INFANCIA
SOLO SE VIVE
UNA VEZ**

Un taller para entender las consecuencias de la **hipersexualización infantil** en redes sociales y cómo prevenir actitudes que afectan su desarrollo y autoestima.

INFORMAR ES PROTEGER, ACOMPAÑAR ES PREVENIR.



**TU APOYO HOY,
SU BIENESTAR SIEMPRE.**

**¿QUÉ PUEDE PASAR SI NO HAY SUPERVISIÓN?**



Exposición a contenidos sexualizados inapropiados.



Baja autoestima y comparación constante.



Normalización de estereotipos y roles dañinos.



Riesgo de acoso, grooming y explotación.

EN ESTE TALLER:



Conocerás las consecuencias de la hipersexualización infantil en redes sociales.



Aprenderás a prevenir actitudes y comportamientos que ponen en riesgo su bienestar emocional.



Espacio para preguntar, compartir y opinar sin juicios ni tabúes.



Herramientas prácticas para acompañar, escuchar y guiar con diálogo y confianza.

**¡ESCANEA EL CÓDIGO
PARA MÁS INFORMACIÓN!**



**VEN, INFÓRMATE Y SÉ PARTE DEL CAMBIO.**

JUNTOS PODEMOS CONSTRUIR UN ENTORNO DIGITAL SEGURO Y RESPETUOSO PARA NUESTRAS NIÑAS Y NIÑOS.

**PRÓXIMAMENTE**

Consulta fecha y hora en nuestras redes.

**LUGAR**

Espacio seguro y familiar.

**PARA PADRES,
MADRES Y TUTORES**

¡Tu participación hace la diferencia!



Actividad 10

Cursos on-line para padres, madres y tutores sobre el cuidado y uso de las Tic 's para el desarrollo sano de las infancias. “La red social de la responsabilidad”

TALLER ONLINE PARA
PADRES, MADRES Y TUTORES

LA RED SOCIAL DE LA RESPONSABILIDAD

HERRAMIENTAS PARA UN ACOMPAÑAMIENTO SANO

NUEVO CURSO ONLINE
SOBRE TICS Y
DESARROLLO INFANTIL

EN ESTE TALLER:

- Conocerás las consecuencias de la hipersexualización infantil en redes sociales.
- Aprenderás a prevenir actitudes y comportamientos que ponen en riesgo su bienestar emocional.
- Espacio para preguntar, compartir y opinar sin juicios ni tabúes.
- Herramientas prácticas para acompañar, escuchar y guiar con diálogo y confianza.

¡ESCANEA EL CÓDIGO PARA MÁS INFORMACIÓN!

¿CÓMO FOMENTAR UN USO SALUDABLE DE LAS TICS?

- Establecimiento de límites claros y horarios de uso.
- Fomento de contenidos educativos y recreativos de calidad.
- Configuración y uso de herramientas de control parental.
- Desarrollo de pensamiento crítico sobre la información.

VEN, INFÓRMATE Y SÉ PARTE DEL CAMBIO.
JUNTOS PODEMOS CONSTRUIR UN ENTORNO DIGITAL SEGURO Y RESPETUOSO PARA NUESTRAS NIÑAS Y NIÑOS.

PRÓXIMAMENTE
Consulta fecha y hora en nuestras redes.

LUGAR
Espacio seguro y familiar.

PARA PADRES, MADRES Y TUTORES
¡Tu participación hace la diferencial

Actividad 11

Foros de discusión on-line para padres, madres e hijos/as "Comparte y acompaña"

 **FOROS DE DISCUSIÓN ONLINE**

**"CONSTRUYENDO UNA COMUNIDAD DE DIÁLOGO"**

COMPARTE Y ACOMPÁÑATE

ENCUENTRA APOYO Y COMPARTIR CON OTROS PADRES, MADRES E HIJOS/AS

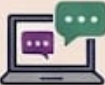


EN ESTE FORO:

-  Conocerás las mejores prácticas para mediar y compartir experiencias artísticas en línea. (enfaticando la creación)
-  Aprenderás a construir acuerdos familiares para un uso responsable y auténtico de las TICs (enfocado en identidad sin filtros)
-  Espacio para preguntar, compartir y opinar sin juicios ni tabúes, celebrando tu unicidad.
-  Herramientas prácticas para acompañar, escuchar y guiar la auto-expresión auténtica.

¡ESCANEA EL CÓDIGO PARA MAS INFORMACIÓN!



**Foros accesibles y temáticos para todas las edades.**

**Moderación experta para guiar y enriquecer las discusiones.**

**Recursos descargables y guías de conversación.**

**Participa en talleres de juego creativo y desconexión digital para todas las edades.**

**VEN, AUTO-EXPRESIÓN Y COMPARTE LA COMUNIDAD AUTÉNTICA. JUNTOS PODEMOS CONSTRUIR UN ENTORNO FAMILIAR EQUILIBRADO Y RESPETUOSO PARA NUESTRAS NIÑAS Y NIÑOS.**

**PRÓXIMAMENTE**
Consulta fecha y hora en nuestras redes.

**LUGAR**
Espacio seguro y familiar.

**PARA PAORES, MADRES Y TUTORES**
(Tu participación hace la diferencial)

Actividad 12

Sociodrama “Abre los ojos: Detección anticipadas en el desarrollo infantil”

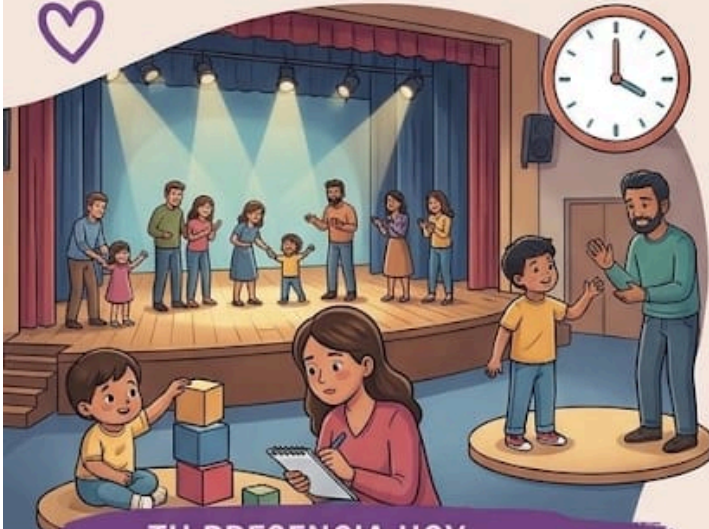
**COMUNIDAD DE APOYO DIGITAL**

**“CREANDO UN SOCIODRAMA DE DIÁLOGO”**

Sociodrama “Abre los ojos: Detección anticipadas en el desarrollo infantil”

¡Sé parte de la obra
que cambia vidas!
Aprende a reconocer
las señales.

TU PRESENCIA HOY, SU SEGURIDAD SIEMPRE.



**TU PRESENCIA HOY,
SU SEGURIDAD SIEMPRE.**

EN ESTE SOCIODRAMA



Observa las etapas clave del desarrollo infantil en vivo.



Identifica factores de protección y riesgo temprano.



Participa en debates post-función con expertos.



Conecta con otros padres y recursos de apoyo.

¡REGÍSTRATE PARA LA FUNCIÓN Y RECIBE UNA GUÍA DE REGALO!



**¿CÓMO FUNCIONAN LOS FOROS DE DISCUSIÓN?**



Registro sencillo y acceso a múltiples salas temáticas.



Moderación experta para guiar y enriquecer las discusiones.



Recursos descargables y guías de conversación.



Red de apoyo entre familias con desafíos similares.

**VEN, INFÓRMATE Y SÉ PARTE DE LA CONVERSACIÓN.**

JUNTOS PODEMOS CONSTRUIR UN ENTORNO DIGITAL SEGURO Y RESPETUOSO PARA NUESTRAS NIÑAS Y NIÑOS.



PRÓXIMAMENTE
Consulta fecha y hora en nuestras redes.



LUGAR
Espacio seguro y familiar.



PARA PADRES, MADRES Y TUTORES
(Tu participación hace la diferencia)

Actividad 13

Aplicación en Play Store “Pregúntale a Lili y a Paco”

**COMUNIDAD DE APOYO DIGITAL**

PREGÚNTALE A LILI Y A PACO



ENCUENTRA RESPUESTAS Y COMPAÑÍA CON LA APP “PREGÚNTALE A LILI Y A PACO”

¡TU APOYO SIEMPRE DISPONIBLE, TU SEGURIDAD PRIORITARIA!



 GET IT EN
Google Play

¡DESCARGA GRATIS EN PLAY STORE!

EN ESTE FORO!

 Conocerás las mejores prácticas para mediar y compartir experiencias en línea.

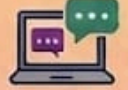
 Aprenderás a construir acuerdos familiares para un uso responsable de las TICs.

 Espacio para preguntar, compartir y opinar sin juicios ni tabdes.

 Herramientas prácticas para acompañar, escuchar y guiar con diálogo y confianza.

¡ESCANEA EL CÓDIGO PARA MAS INFORMACIÓN!



**Registro sencillo y acceso a múltiples sales temáticas.**

**Moderación experta para guiar y enriquecer las discusiones.**

**Recursos descargables y guías de conversación.**

**Red de apoyo entre familias con desafíos similares.**





PARA PAORES, MADRES Y TUTORES
(Tu participación hace la diferencial)

Actividad 14

Festejando la infancia en su mes

 **COMUNIDAD DE APOYO DIGITAL**

**“CREANDO ESPACIOS DE JUEGO REAL”**

Festejando la Infancia en su Mes



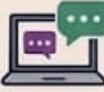


EN ESTE MES:

-  Observa cómo los niños desarrollan habilidades a través del juego físico y social.
-  Aprenderás a crear un entorno familiar seguro y equilibrado sin depender de la tecnología.
-  Espacio para preguntar, compartir y opinar sin juicios ni tabúes sobre el equilibrio familiar.
-  Herramientas prácticas para acompañar, escuchar y guiar con diálogo y confianza.

¡ESCANEA EL CÓDIGO PARA MÁS INFORMACIÓN!



**Registro sencillo y acceso a múltiples salas temáticas.**

**Moderación experta para guiar y enriquecer las discusiones.**

**Recursos descargables y guías de conversación.**

**Participa en talleres de juego creativo y desconexión digital para todas las edades.**

**VEN, INFÓRMATE Y SÉ PARTE DE LA CELEBRACIÓN DESCONECTADA.**
JUNTOS PODEMOS CONSTRUIR UN ENTORNO FAMILIAR EQUILIBRADO Y RESPETUOSO PARA NUESTRAS NIÑAS Y NIÑOS.



**PRÓXIMAMENTE**
Consulta fecha y hora en nuestras redes.

**LUGAR**
Espacio seguro y familiar.

**PARA PADRES, MADRES Y TUTORES**
(Tu participación hace la diferencial)

Actividad 15

“Así soy yo sin filtros”

 **COMUNIDAD DE APOYO DIGITAL**

**“CREANDO ESPACIOS DE JUEGO REAL”**

Así, soy yo sin filtros

¡Tiempo para jugar, tiempo para crecer sin pantallas!



EN ESTE MES:



Conocerás las mejores prácticas para mediar y compartir experiencias artísticas en línea. (enfaticando la creación)



Aprenderás a construir acuerdos familiares para un uso responsable y auténtico de las TICs (enfocado en identidad sin filtros)



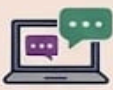
Espacio para preguntar, compartir y opinar sin juicios ni tabúes, celebrando tu unicidad.



Herramientas prácticas para acompañar, escuchar y guiar la auto-expresión auténtica.

**¡ESCANEA EL CÓDIGO PARA MAS INFORMACIÓN!**





Registro sencillo y acceso a múltiples salas temáticas.



Moderación experta para guiar y enriquecer las discusiones.



Recursos descargables y guías de conversación.



Participa en talleres de juego creativo y desconexión digital para todas las edades.

**VEN, AUTO-EXPRESIÓN Y PARTE LA COMUNIDAD AUTÉNTICA.**

JUNTOS PODEMOS CONSTRUIR UN ENTORNO FAMILIAR EQUILIBRADO Y RESPETUOSO PARA NUESTRAS NIÑAS Y NIÑOS.



**PRÓXIMAMENTE**

Consulta fecha y hora en nuestras redes.

**LUGAR**

Espacio seguro y familiar.

**PARA PAORES, MADRES Y TUTORES**

(Tu participación hace la diferencial)



Propuesta de evaluación

A continuación presentaremos nuestra propuesta de evaluación, que ayudará a recolectar información sobre la experiencia que vivió cada persona durante las actividades, así mismo, si el propósito de las actividades cumplieron su función, la cual es concientizar y sensibilizar a las personas sobre la problemática.

Selección y justificación de propuesta de evaluación

Se realizarán tres propuestas de evaluación, las cuales tratarán de analizar los resultados de las actividades; si las personas que participaron reflexionaron, si les pareció útil y si recomendarían alguna actividad.

La primera prueba consta de poner a los niños y niñas frente a una tablet, en donde evaluarán las actividades del plan (propuestas en el apartado de tácticas), las cuales serán evaluadas de la siguiente manera: se les pedirá que tomen una tablet que tendrá, virtualmente, cinco preguntas cortas como por ejemplo ¿qué te pareció el juego de las sillas del elogio?, en donde se arrojan respuestas múltiples acompañados de un emoji y una palabra que describe el nivel de satisfacción por ejemplo, mucho, poco o regular. En donde solo tendrán que escoger un solo emoji.

Esto con el fin de obtener un resultado cuantitativo para desarrollar un análisis sobre los beneficios de las actividades; si se encuentra alguna deficiencia no contemplada durante la actividad y si se cumplió el objetivo de cada una de ellas. Se escogió una encuesta de modo virtual, con *emojis*, con

preguntas cortas, acompañado de la interacción digital para que los niños/as presten mayor atención a la hora de responder cada una de las preguntas y que sea algo dinámico y didáctico para ellos.

La segunda propuesta de evaluación se hará a los padres, madres y tutores de familia quienes participaron en las actividades. La prueba de evaluación consistirá en el llenado de un cuestionario breve con 10 preguntas de reflexión, en donde se analizará las respuestas de los padres y madres para saber que tanto alcance tuvo la actividad. Se hace este estilo de prueba escrita para que se motiven a expresar sus experiencias y reflexiones sin límites.

Para la tercera evaluación se ocupará de una encuesta rápida a los padres, madres o tutores de familia la cual será creada en google encuestas con el fin de obtener una información tangible y con gráficas sobre lo aprendido durante las actividades, si les pareció entretenida, divertida e informativa.

Presentación de los instrumentos de evaluación

A continuación se mostrarán las tres evaluaciones desarrolladas y mencionadas anteriormente.

- Primera evaluación para niños y niñas “Emojis” largo plazo

1.- ¿Qué te pareció la actividad?

- a) Buena 😊
- b) Regular 😐
- c) Mala 😞

2.- ¿Cómo te sentiste al hablar de tu cuerpo y tus sentimientos?

- a) Bien 😊
- b) Regular 😐
- c) Mal 😞

3.- ¿Crees que es bueno respetar el cuerpo de los demás?

- a) Sí, siempre
- b) A veces
- c) No creo que importe

4.- ¿Cómo te sientes acerca de los cambios que experimenta tu cuerpo en este momento?

- a) Bueno, entiendo que es normal 😊
- b) Regular, a veces me siento confundido/a 😐

c) Malo, me siento incómodo/a con esos cambios 😞

5.- ¿Qué opinas sobre la importancia de la educación sexual que te dan en la escuela?

a) Buena, me explican y le entiendo 😊

b) Regular, me explican pero me quedo con dudas 😐

c) Mala, no explican y es incómodo 😞

6.- ¿Qué tan cómodo/a te sentiste durante la actividad?

a) Bien 😊

b) Regular 😐

c) Mal 😞

7.- ¿Te gustó jugar durante la actividad como un niño/a?

a) Sí

b) No

c) Tal vez

8.- ¿Entendiste lo que es hipersexualidad infantil?

a) Sí

b) No

c) Tal vez

9.- ¿Crees ser un niño/a que tenga conductas hipersexualizadas?

a) Sí

b) No

c) Tal vez

10.-¿Hablarías de este tema con tus amigos/as y familiares?

a) Sí

b) No

c) Tal vez

- Evaluación encuestas por google a padres, madres y tutores “Fugaz” a mediano plazo

1.- ¿Sabe qué es hipersexualización infantil?

a) Sí

b) No

2.- ¿Ha alentado este comportamiento en algún infante?

a) Sí

b) No

3.- ¿Ya sabes cómo erradicar la hipersexualidad infantil?

a) Sí

b) No

4.- ¿Qué daños causa la hipersexualidad en los infantes?

5.- ¿Qué riesgos corren los infantes cuando desarrollan hipersexualidad?

6.- ¿La hipersexualización es un maltrato infantil?

- a) Sí
- b) No
- c) No sé

7.-¿Qué te parecieron las actividades?

8.- ¿Crees que sirva de algo la información dada durante los talleres?

9.- ¿Tu hijo/a se divirtió durante las actividades?

10.-¿Qué aprendizaje te llevas?

11.- Pon alguna sugerencia que ayude a mejorar las actividades y la información

- Evaluación de preguntas abiertas para padres, madres y tutores
“Reflexión” a corto plazo

1.- ¿Cómo se sintió durante esta actividad?

2.- ¿Qué entendió por hipersexualización infantil?

3.- ¿Cree que ha alentado este comportamiento en su hijo/a?. ¿Por qué?

4.-¿Qué sentimientos desarrolló durante las actividades?. ¿Por qué?

5.-¿Cambiaría la forma de atender la infancia en su hogar?. ¿De qué manera?

6.- ¿Qué reflexión le dejaron las actividades?

7.-¿Qué actividad no le gustó? y ¿por qué?

Alcances y límites del Plan de comunicación

En este apartado se darán a conocer los alcances y las limitaciones que pudimos observar durante la creación de este plan comunicativo.

Un alcance importante de este plan es que se asocia con programas gubernamentales, escuelas públicas y espacios recreativos gratuitos para que la gente tenga fácil acceso a la información, ya que hay que destacar, que el plan es parte de un desarrollo sostenible y se busca disminuir el problema social a través de este plan comunicativo, tomando en cuenta al sector más vulnerable, para que este tenga una forma más accesible, como ya se mencionó, de integrarse a lo que es la prevención de salud pública.

Otro alcance del plan es que, esta problemática (hipersexualidad infantil) se puede atender de una manera eficaz, a través del uso de los medios de comunicación que se han propuesto anteriormente, difundiendo información, clara, precisa y de manera constante, con los infantes, los padres, madres y tutores. Ocupando esta nueva tecnología y las *apps*, que hacen que se vuelva un medio rápido para que el mensaje llegue a más personas y no solo eso, sino, que es una herramienta entretenida para todo el público en general.

Ahora bien, las limitaciones que encontramos en el plan fueron el hecho de que el plan va dirigido únicamente a niños y niñas de 11 y 12 años, pudiendo expandir la información a infantes de edades más tempranas. También se limita al hecho de que va dirigido a un solo sector de clase social como lo es la clase C y D, en donde su mayor población se encuentra en la alcaldía Iztapalapa, que de igual manera el plan solo contempla esta zona geográfica. También se ve limitado por falta de recursos o patrocinios que hagan que este plan tenga un mayor alcance y difusión.

Reflexiones éticas y Conclusiones generales

Para la realización de un Plan Comunicativo, una parte importante que se debe tener siempre presente, es la cuestión Ética.

“Yo me pregunto si se puede hablar de una mirada dirigida hacia el rostro, pues la mirada es conocimiento, percepción. Yo pienso más bien que el acceso al rostro es, de entrada, ético” (Lévinas, 2000).

En nuestro Plan Comunicativo, presentamos información clara, veraz y objetiva, la cual está sustentada por documentos académicos, información y metodologías que se utiliza en cada apartado, los cuales fueron sustentados por fuentes de información fidedigna, tomando como respaldo las bibliografías, que se encuentran al final de este Plan.

Por consiguiente, nuestro trabajo tiene el compromiso de respetar la información, ideas y pensamientos de los participantes, dándoles un trato de forma profesional, ética y respetuosa, sin afectar su bienestar e integridad. Con el fin de dar soluciones a la “Hipersexualidad en las infancias”, cambiando hábitos y formas de pensar, al reforzar valores en los infantes.

Uno de los principales objetivos, fueron los diseños de la estrategias, ya que su fin es el de dar una solución ética y profesional al problema, con tácticas en el que abordan temas de diversidad corporal, así como reforzar el autoestima y en especial , temas de educación sexual, en la que se hable libremente sin tabúes y sin prejuicios.

Como hemos visto a lo largo del Plan, en la sociedad la hipersexualización infantil, es y ha sido normalizada, debido a que actualmente hay deficiencias en cuanto a la educación sexual, por los prejuicios y la cultura que hay en nuestro país.

Otro de los factores, son los estereotipos de belleza que imponen las redes sociales y medios de comunicación, los cuales son más identificados y utilizados para el marketing, que como consecuencia, da una falsa percepción de que el éxito personal y social, vienen de la imagen y la aprobación de otras personas. Además, de incitar a los menores, a una sexualidad adulta que no corresponde a su edad.

No obstante, los riesgos de una sexualidad adelantada, son diversas situaciones que ponen en peligro la integridad, que a mayor exposición, se incrementa la vulnerabilidad ante delitos, como la pornografía infantil, trata de personas, prostitución, así también, deficiencias en la salud mental, psicológica y afectaciones del desarrollo físico de los niños/as.

Cabe señalar que desde el enfoque de los Derechos Humanos, sin duda esta es una problemática social, ya que los derechos de los menores, se infringen; cómo son sus derechos sociales, civiles, culturales y económicos; derechos, que son obligaciones de la familia, el Estado y la sociedad, los cuales se deben preservar y cumplir, de una manera justa, en cuanto a recursos, salud, dignidad, libertad y sobre todo la protección de su integridad como personas, siendo un principio básico de su infancia.

Por esta razón, este problema social, no debe dejarse pasar por alto, si no que también se debe llevar a cabo a las autoridades correspondientes, en que se tomen acciones y se desarrollen más investigaciones que permitan observar la magnitud y el peso de este problema social, así como los riesgos que se puede tener con el uso de los medios de comunicación, en el que se haga disfunciones de tema a la población.

Asimismo, junto con las campañas publicitarias, talleres, foros, etc es preciso dar información, a los padres, madres y/o tutores, que deben estar presentes cuando las y los niños navegan en internet, y redes sociales, apoyándolos y orientándolos, sobre los peligros a los que pueden estar expuestos.

Por ello, la importancia de crear, estrategias, tácticas y actividades, para hacer reflexionar a los adultos responsables de la importancia de salvaguardar y proteger a los niños y niñas, de la importancia que tiene la hipersexualización en las infancias, así como la cultura del consumo, los cánones de belleza, que se han impuesto en la sociedad.

Es por esto que se les debe hacer un llamado a los gobiernos, que tomen acciones y se creen más programas para padres, madres y tutores, que se les brinde herramientas para evitar futuros riesgos, si no hay una supervisión adecuada por parte de ellos, por esto es importante llegar a hacer acuerdos con los niños y niñas, en cuanto a el tiempo de uso de aparatos digitales, y poner

filtros y restricciones, como la aplicación más conocida, Family Link, y con esto los adultos puedan supervisar su uso y además puedan tocar temas, sobre los riesgos al interactuar con desconocidos, como lo son las citas y encuentros con conocidos virtuales, por eso es importante la atención a las conversaciones telefónicas de los menores. Con el fin de proteger y favorecer a un desarrollo, saludable e íntegro en su infancia.

Referencias Bibliográficas

- American Psychological Association. (2007). *Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls*. APA.
- Consejo Nacional de Población. (s/f). Diversidad Corporal. gob.mx.
Recuperado de
<https://www.gob.mx/conapo/documentos/diversidad-corporal>
- Claves para entender el complejo de Edipo y Electra ,Instituto Europeo de Educación. Recuperado de
<https://ieeducacion.com/complejo-edipo-electra/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20complejo%20de,mismo%20pero%20a%20la%20inversa.>
- Díaz M, Rodriguez C, Narros M, “*Sexualización percibida en los estilismos de moda de niñas: Un análisis transcultural en España-China*”. s/f.
Recuperado de:
<https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=65&articulo=65-2020-07>

- Diversidad corporal. (s/f). Narapsicologia.es Recuperado de [Diversidad corporal | Nara \(narapsicologia.es\)](https://narapsicologia.es/diversidad-corporal/)

- Económico, C. (2001). social de las Naciones Unidas. *Comisión de Derechos Humanos*. Recuperado de :
<https://www.un.org/dgacm/es/content/regional-groups>

- Freud, S. (2020). Sigmund Freud. In *Los Pioneros de Psicoanálisis de Niños* (pp. 1-37). Routledge.
 - Gaceta del Senado. (s/f). Gob.mx. Recuperado de:
https://www.senado.gob.mx/65/gaceta_del_senado/documento/122114

 - Galindo, J. (2009). Comunicología, etnometodología y comunicometodología. La comunicación como acción y como representación reflexiva constructiva. *Razón y palabra*, (67).

 - Hoy, G. (2021, enero 27). *Granada lanza una campaña contra la hipersexualización de las niñas*. Granada Hoy. Recuperado de https://www.granadahoy.com/granada/Granada-lanza-campana-hipersexualizacion-ninas_0_1541846223.html

 - Humanos, D. (2019). CNDH.
<https://www.cndh.org.mx/pagina/servicios-que-proporciona>

- Infancia. (2020, enero 6). Significados. Recuperado de [Infancia: qué es, etapas y características - Significados](#)
- *Iztapalapa, la alcaldía con más reportes de acoso escolar: Consejo Ciudadano.* (2022, mayo 3). *La Silla Rota.* Recuperado de [Iztapalapa, la alcaldía con más reportes de acoso escolar: Consejo Ciudadano | La Silla Rota](#)
- *(Ley General de los Derechos de las niñas, niños y adolescentes(S/f).* Recuperado de :[Art. 68 Ley General de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes de la Federación Artículo 68 De conformidad con lo establecido en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión respecto a - Legislación mexicana 2021 \(leyes-mx.com\)](#)
- *Movimiento Mundial por la Infancia MMI-LAC.* (2014, octubre 28). Movimiento Mundial por la Infancia MMI-LAC; Movimiento Mundial por la Infancia de Latinoamérica y El Caribe. Recuperado de <https://www.movimientoporlainfancia.org/>
- Museo Memoria y Tolerancia. (s/f). Org.mx. Recuperado de https://www.myt.org.mx/tolerancia_url/estereotipo-prejuicio
- Observatorio de la Infancia y Adolescencia de Andalucía. (2021, octubre 23). Hipersexualización infantil y adolescencia. Junta de Andalucía.

Observatorio de la Infancia y Adolescencia de Andalucía (OIAA)

- Profamilia, (s/f). "Sexualidad. Cuadernillo estudiantil". Recuperado de:
[santiago_sexualidad_p.pdf \(unesco.org\)](#)

-

- Psico Almería. (2022, octubre 24). Los 4 pilares de la autoestima (y consejos para mejorarla). pymOrganization. Recuperado de [Los 4 componentes de la autoestima \(explicados\) \(psicologiaymente.com\)](#)
- ¿Qué es la Sexualidad Humana según la OMS (2023, septiembre 28).

Recuperdo de:

<https://personasque.es/que-es-la-sexualidad-humana-segun-la-oms/>

<https://ieeducacion.com/complejo-edipo-electra/#:~:text=El%20complejo%20de%20Edipo%20y%20Electra%20aparece%20entre%20los%203,refiri%C3%A9ndose%20al%20complejo%20de%20Edipo.>

- Servicios que proporciona. (s/f). Org.mx. Recuperado de [Servicios que proporciona | Comisión Nacional de los Derechos Humanos - México \(cndh.org.mx\)](#)
- Sevilla, 2021. GranadaHoy. *"Campaña contra la hipersexualización de las niñas"*. 2021. Recuperado de:
https://www.granadahoy.com/granada/Granada-lanza-campana-hipersexualizacion-ninas_0_1541846223.html

- Simkin, H., & Pérez-Marín, M. (2018). Personalidad y Autoestima: Un análisis sobre el importante papel de sus relaciones. *Terapia Psicológica*, 36(1), 19–25. Recuperado de [Personalidad y Autoestima: Un análisis sobre el importante papel de sus relaciones \(scielo.cl\)](https://scielo.cl/documento/Personalidad_y_Autoestima:_Un_analisis_sobre_el_importante_papel_de_sus_relaciones)

- *Sobre Alumbra – Alumbra*. (s/f). Alumbramx.org. Recuperado de <https://alumbramx.org/sobre-alumbra/>

- Sundholm, M. (2013, septiembre 5). *UNICEF: Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia*. Office of the Secretary-General 's Envoy on Youth. Recuperado de <https://www.un.org/youthenvoy/es/2013/09/unicef-fondo-de-las-naciones-unidas-para-la-infancia/>

- Villalobos, A. 1999 “Desarrollo psicosexual”. *Adolescencia y salud*. Recuperado de: https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-41851999000100011

[La importancia de hablar sobre educación integral en sexualidad desde la niñez | Sistema Nacional de Protección de Niñas, Niños y Adolescentes | Gobierno | gob.mx \(www.gob.mx\)](https://www.unfpa.org/es/educaci%C3%B3n-sexual-integ)

<https://www.unfpa.org/es/educaci%C3%B3n-sexual-integ>

ANEXOS



Entrevista a un especialista en psicología infantil

1.- ¿Podría platicarnos un poco de su profesión?

-¡Claro!, con mucho gusto! Mi nombre es Edgar Córdova, soy psicólogo y mi profesión va dedicada a la especialización en el área de psicología infantil y el desarrollo del comportamiento humano, en adolescentes que van desde los 12 años hasta los 18, que abarca más o menos la adolescencia, en cuanto a cómo se va generando parte de su personalidad y cómo los factores sociales influyen dentro de ellos.

De toda mi carrera me interesó, la parte de los niños y los criterios porque conocí, lo que es un autor, el cual es Eric Erikson que habla parte de la etapa de la vida y cómo influye en la construcción de una identidad de cada persona, de cada individuo.

2.- ¿Qué fue lo que lo motivó a escoger esta profesión?

-Más que nada, un poquito abarcando más de la infancia, es el comprender la mente o tratar de comprender, porque nunca se va a poder comprender al 100 % la mente humana, sino ciertos factores o ciertos rasgos que determinan esta parte del desarrollo.

La verdad es que siempre me han interesado mucho los comportamientos, soy una persona que observa mucho a las demás personas y ciertos

comportamientos, muchas veces mi pregunta es el ¿por qué? ¿por qué se comporta de tal forma?, ¿por qué era así?, ¿En qué se basa? y ¿desde que parte?

Entonces, creo que y considero que no sólo a mí, sino que a varios de mis colegas, el estudiar esta carrera te enseña esa parte, obviamente depende mucho el criterio de cada persona, pero siempre es el buscar un porqué, más que nada encontrar una respuesta que claro, obviamente mientras más vas avanzando pues más preguntas salen, ok, ya vi el ¿por qué de esto?, pero desde dónde viene o qué genera?

3.- ¿Cuál es la importancia que tiene la infancia?

- La importancia de la infancia, es la etapa del desarrollo humano fundamental, porque existen muchos tantos procesos biológicos como cognitivos que forman parte de la construcción de una personalidad, parte de todo nuestro futuro o parte de nuestra personalidad en el futuro son las bases que nos sustentan. Es por esto que me gustaría mencionar mucho a un psicólogo que se llama Jean Piaget que sostiene, bueno una de sus teorías que habla sobre el desarrollo precisamente infantil, mencionaba diferentes etapas como lo es la sensoria, motriz, preoperacional, operaciones concretas y operaciones formales. ¿Eso qué quiere decir? para no entrar tanto en detalle, son todas las etapas que como todo ser humano debemos de pasar en nuestra infancia. Iniciamos con la sensación motriz cuando empezamos a nacer pues lo que hacemos es querer tocar todo, probar todo, comer todo. Por ejemplo, cuando observamos al niño que se está metiendo algo en la boca es por esa curiosidad de, quiero saber ¿qué es?, siendo la parte en la que el niño explora el mundo.

4.- ¿Cómo es la interacción infantil actualmente y de qué manera influyen los medios de comunicación y redes sociales ?

- En este aspecto realmente, ha cambiado mucho debido a la tecnología, considero que parte importante de todo esto es que la infancia se ve muy afectada por la tecnología actual y más que nada por la crianza que se tiene por parte de los padres. Existen muchos factores como por ejemplo, solo lo voy a dejar unos 10 minutos en el celular en lo que voy a hacer unas cosas, o para que deje de llorar le pongo su vídeo favorito, esto afecta mucho al niño o la niña, por esto me gustaría enfatizar en la teoría del aprendizaje, la que a través de la interacción social, ya que el ser humano, es un ser social, quiere decir, que aprendemos a partir de lo social, de las experiencias que tenemos con otros o interacciones que tenemos con otros seres humanos y no sólo con los medios digitales.

-

5.- ¿Qué importancia tiene la interacción infantil en el desarrollo del ser humano?

- Me gustaría citar a dos autores que para mí han sido importantes en todo lo que fue la carrera, que son Vygotsky y Bandura que se basan técnicamente en lo mismo, que es el proceso social y la parte de interacción entre humanos, en que explican, cómo los niños aprenden a imitar a otros. Y a que en la infancia, se dice que los niños son como esponjas, absorben todo lo que ven, todo lo que hace la otra persona, todo una forma de decir, no sé si a lo mejor mi papá dice de una forma

una palabra, a mí puede que se me pegue y yo la voy repitiendo de la misma frase. Al punto que quiero llegar, es que un ambiente saludable fomenta la empatía y la regulación tanto emocional y tal vez no tanto cognitiva, puesto que muchas veces la parte de la cognición no se entiende al 100 %, pero a lo que me refiero son el desarrollo motriz, el desarrollo tanto aspectos mentales, por así decirlo, como lo son diferentes tipos de pensamientos.

Ya que, si esta parte no se lleva al 100 % puede afectar tanto a la autoestima de lo que son los niños y adolescentes e incluso tener problemas en las habilidades sociales.

6.- ¿Qué se entiende por hipersexualidad en el contexto infantil?

- Se refiere a la exposición de los niños a estereotipos o conductas, por así decirlo, sexuales que no son inadecuadas para la edad que tienen en ese momento.

Realmente se entra mucho en controversias, pero la mayoría de estas, son promovidas por los medios tanto culturales como populares.

Siguiendo por ejemplo la teoría de nuevo de Erikson, la preadolescencia, es una etapa entre la infancia y la adolescencia, que va de los 9 a los 13 años, la cual es una etapa de exploración e identidad y esta parte de hipersexualizar a los niños y niñas, interfiere tanto en el proceso natural y biológico de los niños, forzando una tal vez maduración prematura y es un conflicto que puede causar muchos efectos colaterales en la crianza y a futuro de los niños.

7.- ¿Las redes sociales afectan en la infancia y en su desarrollo?

- ¡Claro! qué afecta, en gran manera, esta parte tanto positiva como negativamente, puesto que la tecnología nos ha venido a revolucionar toda la parte de hacer algo bueno, pero la situación aquí es que el ser humano, no sé si la palabra sea correcta, se ha corrompido en cierto aspecto en general, tanto no sé cómo podría definirlo, esta parte de que los niños tengan tanto acceso a tantas tecnologías, pues obviamente que se ve influenciado en el entorno; de nuevo, repito, los niños son esponjas que absorben todo. Por ejemplo, Sí, yo veo en redes sociales que mi youtuber favorita se vistió de tal forma o tiene alguna expresión “famosa”, pues claro que el niño va a querer imitar. Ahorita se me viene a la cabeza y que me llamó mucho la atención, donde dicho suceso, fue hace tres años, que salió en las noticias de un chico que recién escuchaban a cantante, el cual no pudo asistir a un concierto de él y al no poder ir, entró en pánico, y decidió suicidarse, siendo un niño de 12 años, teniendo ese criterio de sabes que no puedo ir a esto, porque yo sé que mí es mi artista favorito, porque ya trae que esto, ya trae que el otro, entonces realmente sí afecta mucho en las redes sociales.

8.- Este fenómeno de la hipersexualidad infantil, parece estar muy presente en la sociedad actual. ¿Cómo cree que los niños y las niñas se ven afectados por la exposición temprana a contenidos sexualizados, ya sea a través de los medios de comunicación, las redes sociales o incluso la publicidad?

- Ok, mira, creo que aquí tocamos un punto muy importante en este ámbito, para empezar, como lo he mencionado antes, es que puede generar

conflictos tanto en la identidad y el autoestima de los niños y adolescentes.

-

Me gustaría tomar de ejemplo y que me recuerde mucho a un psicoanalista, al padre del psicoanálisis, que es Freud, que habla precisamente de las instancias psíquicas y también de lo que es esta parte de las etapas psicosexuales y que la teoría de Freud se basa, en que los niños se encuentran en una etapa de latencia, donde lo que es la parte sexual y no se encuentra para nada activa en lo que es el momento de la niñez.

Exponer a los niños y sexualizarlos ante este tiempo puede alterar su proceso y generar ansiedad o una percepción distorsionada de su sexualidad..

9.- ¿Quiénes son más propensos a desarrollar estos comportamientos, los niños o las niñas?

- Aunque ambos pueden verse afectados por esta parte de ser hipersexualizados, las niñas son más vulnerables debido a los estereotipos de género. ¿Por qué menciono esto? Como lo mencioné igualmente hace rato, si veo que mi youtuber favorita, que trae un vestido, pero yo me lo compro y no se me ve igual, oye, pero tienes 11 años, tienes ocho años y ya entras en esos tipos de problemas que son conflictivos tanto para la mente como las emociones de lo que es la niña.

Realmente que las mujeres son más sociabilizadas, por así decirlo, desde más pequeñas son, tienen ya una construcción, obviamente los hombres también, pero los hombres son más un tipo diferente de construcción. Es por esto que la

teoría de objetivación de Fredrickson y Roberts , señala que las mujeres son socializadas desde pequeñas para verse como objetos lo que las hace más propensas a internalizar la hipersexualización.

Incluso, yo considero que iniciar a maquillar a mi hija, a temprana edad como a los cuatro o cinco años, para mí es adelantar una etapa que no es la correcta y de ahí ya empieza la hipersexualidad, ¿por qué? Porque ya estoy adelantando a mi hija una etapa que no corresponde. Y como mencioné, ambos son afectados, pero se considera que las mujeres tienen una alta probabilidad de caer en este tipo de estereotipos.

10.- ¿Cuáles son los principales efectos psicológicos que se observa en los niños y las niñas que viven en un entorno donde se promueve la hipersexualización?

- Aquí hablamos de diferentes tipos de entornos, ya que existe el núcleo familiar, el núcleo escolar, existe toda esta parte de conocidos, amigos, etc.

Yo al tener un entorno que expone a mi hijo o hija o niño o niña a la parte de hipersexualización, puede traer consigo muchos trastornos de la personalidad, como lo es la depresión que es caracterizada por la baja autoestima, por la parte de no llevarse, también puede tener un trastorno de ansiedad, el trastorno ansiedad se da más que nada por problemas de no generar o el estrés generaliza también el estrés postraumático, el estrés que genera realmente es difícil y muchas veces también se puede generar la insatisfacción con su propio cuerpo y la dificultad para establecer relaciones saludables.

Y como lo habíamos mencionado antes, si se adelanta al infante a una etapa que no le corresponde, como consecuencia le generará conflictos emocionales y sociales en ellos.

11.- ¿En qué medida la hipersexualización influye en el desarrollo de la identidad sexual y emocional de los infantes y adolescentes?

- Pues bien, eh influye en la distorsión de la percepción de su cuerpo y en la sexualidad, aunque suene repetitivo la teoría de Erickson menciona que en la etapa de la adolescencia empiezan a formar una identidad, una personalidad, un carácter y la hipersexualización puede llevar a una crisis de identidad al basar un valor personal en una apariencia física, habilidades o logros, digo, realmente esta parte de caer toda mi estabilidad emocional tanto personal como cognitiva en esta parte de “sabes que, si yo no tengo este cuerpo, esta figura voy a tener problemas emocionales”.

12.- Sabemos que las redes sociales juegan un papel crucial en este fenómeno. ¿Cómo influyen plataformas como Instagram, TikTok o YouTube en la percepción de los niños y las niñas sobre su cuerpo y su sexualidad?

- Dentro de lo que son las plataformas como Youtube y Tik tok ofrecen una variedad exhaustiva de lo que es contenido, es decir, encuentras de todo, realmente. Aquí ya entraría, como repito, la crianza, que yo le doy a mi hijo. Obviamente que mi hijo debe tener un teléfono. No a la edad de 8

años, pero se que con el tiempo debe de tener un teléfono, por emergencias y por toda situación en la se encuentra el país, etc. Pero parte importante es que los padres estén presentes en el contenido que miran sus hijos y que tipo de contenido le pongo.

Digo también retomando un poquito la noticia en donde en un programa de Youtube salía que tenía un tipo de mensajes no aptos para niños, en donde fortalecen la hipersexualización, en donde había niñas de 7 y 8 años ya maquillándose y niños ya teniendo armas. En donde adelantaba a un niño que no sabe y que hacía preguntas. Aquí es importante la participación activa de padres, ver que esta haciendo mi hijo; tener un control de la tecnología, si bien es algo bueno hay cosas que no se deben prohibir, pero analizar qué es lo que le voy a enseñar a mi hijo, que si puede ver ahorita en su etapa sin caer en el adelanto de etapas de desarrollo infantil

13.- Desde su experiencia profesional, ¿cuáles son los factores familiares que pueden ayudar a los niños y a las niñas a resistir la presión de la hipersexualización?

- Soy partícipe en que las personas adultas hablen de temas sexuales sin tabúes. Si el niño no lo sabe va a empezar a buscarlo, si a mi, mi familia no me explica lo que es bueno y lo que es malo cómo sabré yo que estoy cayendo en algo que estoy haciendo mal.

Es parte importante que los padres hablen sin tabues, obviamente con el tema a la edad correspondiente que tiene cada persona. También fomentar el pensamiento crítico de los niños. Obviamente , no le vas a exigir al niño que tome una decisión que personas de 18 años aun no pueden tomar. Pero esta parte de ya cuestionarse si es bueno o es malo, y el por que, es decir por que mi papá o mi mamá me dicen que es bueno o por qué me dicen que es malo. Justamente a esta parte crítica es a la que me refiero, el estarse preguntando todo el tiempo el por qué. Incluso, el establecer límites ante el uso de redes sociales.

Otro ámbito es aprovechar la unidad de la familia mexicana unida, en donde se le pregunte al niño cómo se siente emocionalmente con ciertas cosas. Aquí se estaría fomentando la confianza y la comunicación entre padres e hijos, esto permite que los niños confien al cien en sus padres y poder resolver las dudas que vayan surgiendo durante sus etapas de crecimiento. Un ejemplo seria si mi hijo me pregunta de dónde vienen los bebes, se que no le voy a soltar toda la información así sin filtros o temas que no entiende todavía ya que eso lo podría confundir y causar aún más dudas. Claro!!... que sí, es un adolescente de 13 o 14 años en donde ya es alguien hipersexualizado, se habla de los cambios físicos que le van a producir cambios en cómo ve el mundo y como percibe al compañero o compañera aquí es donde entra la participación activa de los padres.

14.- ¿Cuáles son los métodos de prevención de la hipersexualidad infantil?

- Que se ocupen programas educativos y de bienestar social, que se encuentren fuera y dentro del aula escolar en donde se implemente la identificación de emociones, el saber que estoy sintiendo, ya que muchas veces como adultos decimos estoy mal, pero que es estar mal. Fomentar el autoconocimiento desde la infancia, saber lo que les gusta y que no les gusta. Conocer los límites de cada persona.

Que se trabaje de la mano con la pedagogía, el trabajo social y la psicología para que se promueva el autoconocimiento, la aceptación propia y el pensamiento crítico.

15.- ¿Qué consejos les daría a los padres y madres para abordar este tema de manera saludable con sus hijos e hijas y cómo prevenir los efectos nocivos de la hipersexualización?

- Todas las familias son diferentes, pero podemos empezar, pidiendo a los padres que escuchen a sus hijos y creen vínculos de confianza, que se enseñe a expresar sus sentimientos para que se cree un vínculo de comunicación que haga que los padres estén alertas a las necesidades de sus hijos.

Evitar juzgar y explicar el motivo de los regaños y los límites que se le ponen.

16.- A nivel educativo, ¿cómo pueden los docentes y las escuelas contribuir a la formación de una visión crítica frente a la hipersexualización en las infancias?

- No estoy tan adentrado en las estructuras escolares, sin embargo, considero yo que en las escuelas la educación es bastante anticuada, preguntar que tipo de educación le están enseñando a mi hijo. Un plan de estudios diferente en donde se implemente la educación sexual con respecto a la edad. Hay niñas que empiezan a tener su periodo a los 10 años y no saben realmente qué es lo que está pasando por el mismo tabú que se encuentra dentro de la educación en México. Hay que explicarle a niños y niñas los cambios biológicos que habrá durante la etapa de su desarrollo. De igual manera, explicar la parte de la sexualidad y repito, conforme a la edad, así se evitan los abusos sexuales, ya que pueden experimentar algún abuso y no saber que se está abusando.

-

También es reeducar a los docentes sobre los temas sexuales, meter cursos a los mismos profesores y buscar talleres en donde profesores como niños puedan empezar a conocer su sexualidad.

17.- ¿Qué cambios consideras necesarios en la sociedad, tanto en la cultura popular, como en las políticas públicas, para proteger mejor a los infantes frente a la hipersexualización?

- Empezar con el cambio nuclear, es decir desde adentro o sea la familia.
Aprender a escuchar a los niños en la forma en la se expresa, ya que los padres están en otra etapa de la vida en la que viven rápido y más con los medios digitales y redes sociales , se genera distanciamiento por el ámbito social en el que se vive actualmente. Así, como fortalecer la educación sin tabúes, en escuelas y familias, y crear mejores políticas públicas que penalicen y den formas de prevención de la hipersexualización infantil.