

## "Lo rosa apesta"

ADELA MUÑOZ PÁEZ | ACTUALIZADO 06.07.2011 - 01:00

0 comentarios

1 voto



*PINK stinks*. "Lo rosa apesta" podría ser la traducción del *motto* de un movimiento creado en Gran Bretaña en el 2009 por un par de madres preocupadas por la marea rosa que estaba invadiendo la sociedad y que atacaba virulentamente a las niñas. Este movimiento clama contra la vuelta a la feminidad más tradicional y cerril, simbolizada por el color rosa, pero sobre todo contra la hipersexualización de adolescentes y niñas a la que está dando lugar.

El ruido mediático generado ha ido subiendo de tono hasta que ha conseguido que a principios de junio se discuta en el Parlamento británico una normativa que controle la publicidad de objetos de consumo dirigidos a las niñas y los contenidos emitidos por televisión antes de las nueve de la noche. El primer ministro David Cameron se ha mostrado muy preocupado y se ha comprometido personalmente a hacer que se cumpla.

¿Es otra chaladura inglesa? ¿Quizás un intento de materializar el sueño del actual gobierno conservador de volver a los principios morales de la Inglaterra victoriana?

Es una chaladura inglesa, pero no afecta sólo a las inglesas. Aunque la moda empezara algo después que en Gran Bretaña, el deseo de ser princesa y los armarios y dormitorios monocolors son ya habituales entre las niñas españolas; en Estados Unidos la moda empezó mucho antes y tiene su cara más esperpéntica en los concursos de belleza de niñas de cinco o seis años. Pero aunque algunos mal llamados científicos han aprovechado la moda imperante para afirmar que la tendencia a este color es una consecuencia de un instinto que está en los genes de la mujer, esta generalidad de la marea rosa tiene una causa mucho más prosaica. La voraz sociedad de consumo ha encontrado un filón por explotar en las niñas preadolescentes, que tras haber sido convenientemente educadas en la "feminidad rosa" durante la primera infancia, ahora son el segmento de mercado que está experimentando un mayor desarrollo en el mercado de los maquillajes y la lencería.

Si no hay niñas o adolescentes en casa, no tenemos más que pensar en las de la familia, vecinos o amigos. No nos resultará difícil recordar la primera vez que vimos a alguna de ellas con tres o cuatro años contoneándose de una forma que intentaba ser sensual, tratando de imitar a la cantante adolescente del momento siguiendo el ritmo de alguna de sus canciones. Seguro que nos hizo muchísima gracia, como la primera vez que la vimos disfrazada de princesa, vestida de rosa de los pies a la cabeza, tiara incluida. Quizás oímos contar que la cosa no resultaba tan divertida cuando tenía que vestirse cada día para ir al colegio con algo rosa, y si no, había drama. Cuando a los nueve años pedían sujetadores con relleno y tangas, empezamos a pensar lo que habían cambiado las cosas desde que nosotros o incluso nuestras hijas mayores eran niñas. Cuando con doce o trece años las vimos "arregladas" para salir, dejamos de intentar entender de qué iba el asunto.

El asunto va de dinero, de mucho dinero. No conozco los datos de las ventas del mercado rosa de España, pero seguro que ascienden a cantidades considerables. Las pequeñas consumidoras del siguiente eslabón de la cadena hacen que en Estados Unidos el mercado de productos de belleza de niñas entre ocho y doce años supere los 40 millones mensuales, siendo el que mayor crecimiento está experimentando en el sector de cosméticos. Conseguir hincarle el diente a tan suculento pastel requiere una completa operación de marketing, en la cual los padres somos los cómplices principales. Así, la afición innata en niñas, pero también en niños, a pintar y a pintarse la cara, se estimula en las niñas desde la más



tierna infancia. En Gran Bretaña los padres han empezado a preocuparse cuando han visto que en los paquetes de regalo ofrecidos a las niñas que asistían a cumpleaños, junto a las tradicionales chucherías había artículos de maquillaje, incluso en los de niñas de cuatro años.

Pero la cosa no queda ahí. Los vídeos de las cantantes como Hanna Montana o Rihanna, que son los ídolos de consumidoras de menos diez años, son cada vez más explícitos sexualmente, y la forma en que aparecen vestidas las cantantes, que va a intentar ser inmediatamente copiada por sus pequeñas fans, no es la más apropiada para una niña de menos de diez años. Como tampoco lo es el modelo de mujer que representan, siempre disponibles sexualmente. Mientras que las compañías que hacen caja se defienden diciendo que las niñas no saben lo que esos movimientos significan, que no se dan cuenta, más pronto que tarde terminan por aprenderlo. Y en una espiral sinsentido, también más pronto que tarde, muchas de ellas comienzan una vida sexual para la que no están preparadas y que no han elegido.

¿La liberación de la mujer se hizo para llegar a esto?

0 comentarios

1 voto



0 COMENTARIOS

[Ver todos los comentarios](#)

Su comentario

Normas de uso

Este periódico no se responsabiliza de las opiniones vertidas en esta sección y se reserva el derecho de no publicar los mensajes de contenido ofensivo o discriminatorio.

Nombre \*

Email (no se muestra) \*

Blog o web

Publicar información



Introduce el código de la imagen

Acepto las [cláusulas de privacidad](#)

ENVIAR COMENTARIOS

[GALERÍAS GRÁFICAS](#) | [CANALES](#) | [BLOGS](#) | [PARTICIPACIÓN](#) | [HEMEROTECA](#) | [BOLETÍN](#) | [ESPECIALES](#) | [MAPA WEB](#)

[PORTADA](#) | [SEVILLA](#) | [PROVINCIA](#) | [DEPORTES](#) | [ANDALUCÍA](#) | [ACTUALIDAD](#) | [TECNOLOGÍA](#) | [CULTURA](#) | [TV](#) | [OPINIÓN](#) | [COFRADÍAS](#) | [SALUD](#)

© Joly Digital | Rioja, 14-16. 41001 Sevilla [Aviso legal](#) [Quiénes somos](#) [RSS](#)

[www.diariodecadiz.es](#) [www.diariodesevilla.es](#) [www.diariodejerez.es](#) [www.europasur.es](#) [www.eldiadicordoba.es](#) [www.huelvainformacion.es](#) [www.granadahoy.com](#) [www.malagahoy.es](#)  
[www.elalmeria.es](#) [www.anuariojolyandalucia.com](#)



SITIOS RECOMENDADOS

[Master en Sevilla](#) | [Oferta Hoteles Sevilla](#) | [ENTRADAS CONCIERTO](#) | [Real Madrid tickets](#) | [Album digital](#) | [Hoffman](#) | [Pisos y Casas](#) | [Bingo](#) | ["DEPOSITOS"](#) | [Vuelos Baratos](#) | [Venca.es conecta con la moda](#) | [Cursos oposiciones](#) | [jamon bellota](#) | [Entradas Real Madrid](#) | [Alquiler de Coches](#) | [Coches de Alquiler](#) | [Coches de ocasión](#) | [Formación a distancia](#) | [Cursos en Madrid](#) | [Viajes](#) | [Empleo](#) | [HOTELES EN SEVILLA](#) | [Ofertas de empleo](#)