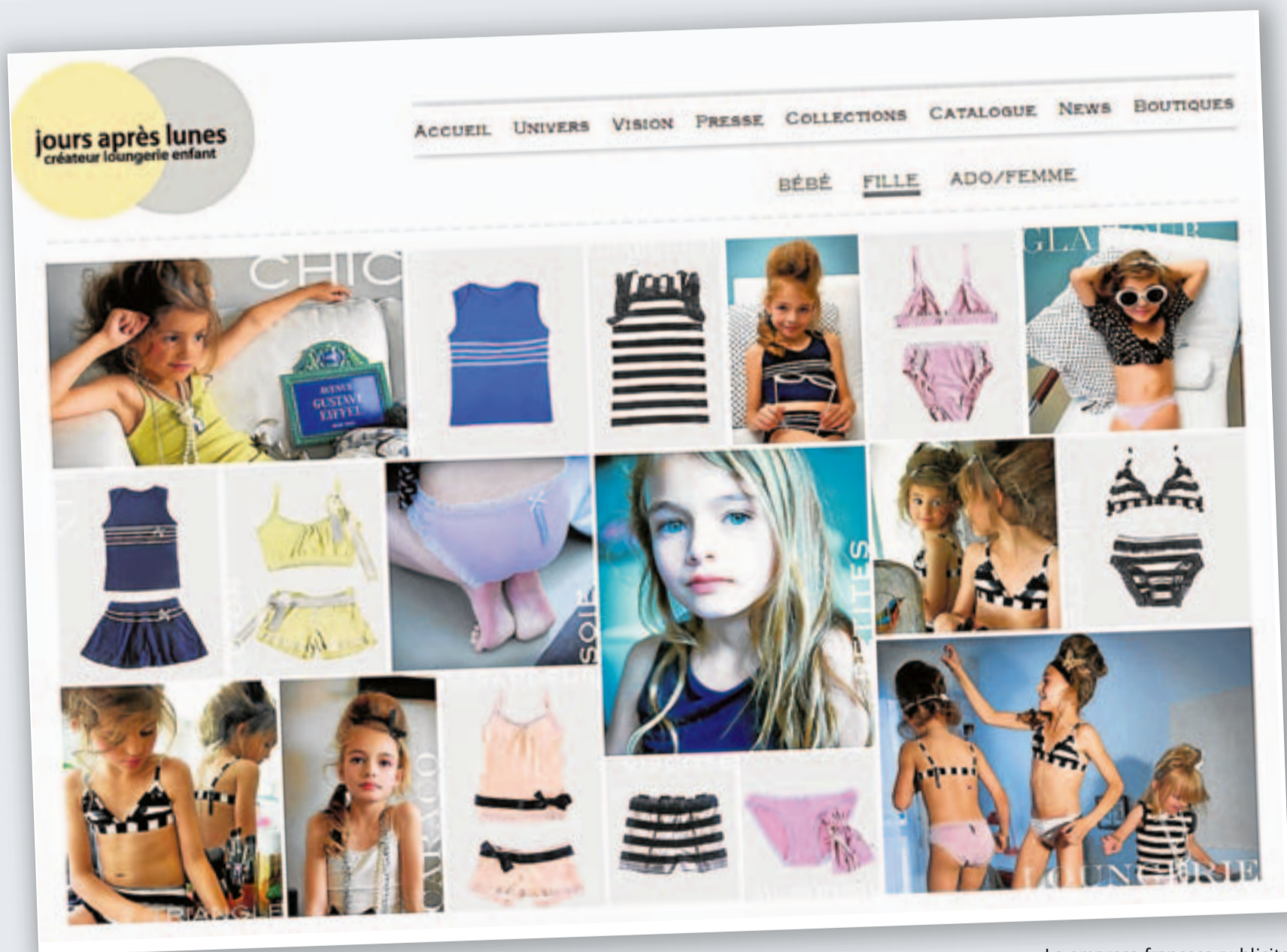


Niñas convertidas en mujercitas sexys. Los franceses la han vuelto a liar al promocionar ropa con insinuantes modelos infantiles. Ni son las primeras ni serán las últimas



La empresa francesa publica con estas fotos en su web la controvertida colección. :: R.C.

De crías todas nos hemos probado los zapatos de mamá y destrozado alguna barra de labios jugando a ser mayores delante del espejo. Eso es un juego de niños (bueno, de niñas). Esto otro no. Maquillaje, pelo cardado, mirada coqueta y postura insinuante. ¡Pero si estas criaturas todavía están en la edad de creer en la magia de Papá Noel!

La firma de ropa francesa Jour Après Lunes acaba de sacar una co-

lección íntima infantil para niñas de 4 a 12 años cortada con patrones similares a la lencería de las mujeres –es una línea de ‘loungerie’, una mezcla de ropa interior y de estar en casa–. La polémica está al rojo vivo. Las fotos de crías con sujetadores minis y collares de perlas han reabierto el debate sobre la sexualización de los menores con la misma intensidad que crece la riada de críticas. La creadora de la colección, Sophie Morin, asegura que «no hay ninguna connotación vulgar» en las imáge-

nes y que las prendas «son totalmente opacas, sin transparencias ni encajes. Las fotos solo tienen una interpretación: son niñas jugando. Si se miran con detalle se ven pequeñas piezas de juguetes: animales de granja, muñecas, accesorios para niñas... Sus peinados son exagerados, como lo son los juegos y el universo de las niñas». Pero, insiste Morin, nada de «tacones, esmalte de uñas o pintalabios», como usaban las chavalas que salieron hace unos meses en la revista ‘Vogue’, crías de 7 años

con máscara de pestañas, tacones de aguja y vestidos ajustados posando recostadas y sugerentes sobre sillones y camas con estampados de leopardo. «Esto no tiene nada que ver con aquello. No sé si de no haberse producido el caso de ‘Vogue’ se habrían dado reacciones así a nuestra colección», claman desde Jour Après Lunes.

Igual no es lo mismo, pero les han llovido críticas igualmente. En algunos blogs de moda se habla de imágenes «asquerosas» y algún medio ha rechazado publicar la



YOLANDA VEIGA

TAVI GEVINSON, GURÚ DE LA MODA



Empezó a escribir un blog sobre moda con 11 años. Ahora tiene 13 y todos los modistos quieren ser amigos suyos.

controvertida colección por el pudor de enseñar a niñas con las piernas y la tripa al aire.

«El problema no es la ropa en sí. Es la manera en la que posan las niñas. Si hubieran estado completamente desnudas, pero sin mirar a cámara, sería menos ofensivo», sentencia Tomi-Ann Roberts, doctora en Psicología de la Universidad de Colorado (Estados Unidos) y estudiosa de la sexualización infantil.

– ¿Qué mensaje transmiten estas fotografías?

– El mensaje es que debes desplegar tu sexualidad para ser considerada una mujer valiosa, – responde por correo electrónico–.

Y no es solo la publicidad, advierte la experta. Son todas las cosas que rodean al universo infantil femenino... Las mismas muñecas. A propósito de esto, Roberts relataba en un artículo una anécdota muy gráfica: «Iba con mi hija de 7 años por una calle de Berlín y sin darnos cuenta nos adentramos en una calle donde había prostitutas abordando a los clientes. Mi hija se quedó fascinada con una de ellas, una chica con cabello largo y negro y botas altas. ‘Es tan guapa, mamá. Se parece a mi muñeca’, me dijo».

La psicóloga estadounidense formó parte hace cuatro años de un equipo nacido en el seno de la asociación americana de psicología para investigar las consecuencias de la sexualización infantil (y femenina): «Son los medios de comunicación y la publicidad, pero también los padres que pagan operaciones estéticas a sus hijas adolescentes (...). Las chicas empiezan entonces a verse como objetos sexuales». Lo que puede tener consecuencias funestas en el futuro, advierten: «Podría derivar en baja autoestima, desórdenes alimenticios, infelicidad... La sociedad no es consciente de este problema».

Ni el mundo de la moda parece estar dispuesto a renunciar a las ‘lolitas’. «Es una estrategia de marketing, se busca la novedad mostrando a niñas en actitudes provocativas y sexys», explica Guadalupe Cuevas, experta en moda y responsable de la web www.fashionassistance.com. Y funciona: «‘Vogue’ logró con sus polémicas fotos un éxito de ventas, pero es muy negativo mostrar a niños como mayores y en actitudes de tipo sexual. Las niñas pequeñas que no tienen pecho bajo ningún

La cría del ‘front row’

«Soy una pequeña gilipollas de 13 años que viste chaquetas poco elegantes y bonitos sombreros», se describe Tavi Gevinson. Y eso dice mucho de ella. Al menos confirma ese algo estafalario que se apunta en su estilismo. Esta adolescente de grandes gafas con pinta de ancianita es una de las bloggers de moda más influyentes. Los grandes creadores le guardan sitio en el ‘front row’, el ‘palco’ de las pasarelas. Y ella encumbra o destierra a golpe de click. Empezó como un entretenimiento escribiendo un blog en internet (‘Style Rookie’) con su parecer sobre este o aquel diseñador. Sus padres no sabían la carrera que había emprendido la niña hasta que les pidió autorización para salir en ‘The

New York Times’. Ahora la acompañan a los desfiles más selectos: Nueva York, París, Milán o Tokio... y los diseñadores le hacen ojitos. Ella alimenta la leyenda con un estilo inclassificable que a simple vista horroriza. Su última excentricidad ha sido teñirse el pelo de color ceniza, lo que le da un aire a la abuela de Caperucita.

– Una adolescente marcando tendencias. ¿En la moda la extravagancia es un plus?

– Hay una fuerte tendencia a la sobrevaloración de personajes que los medios, ayudados por algunos diseñadores, convierten en famosos por sus rarezas y excentricidades. En moda ya no me sorprende nada, – asegura la experta Guadalupe Cuevas–.

concepto deben llevar sujetador», apunta la experta. Desde la firma francesa aclaran que no son sujetadores, que son «trajes de baño», pero «con apariencia de lencería», insisten los críticos con esta colección.

– Y los desfiles de modelos infantiles, ¿son también negativos para los chavales?

– En estos desfiles, los niños llevan ropa que se corresponde a su edad, bailan sobre el escenario o hacen juegos y están maquillados lo imprescindible para las luces y cámaras. Las marcas cuidan mucho las formas y resulta un espectáculo simpático y divertido. No es lo mismo –explica Cuevas–.

Más problemas ve Tomi-Ann Roberts a los desfiles donde modelos adultas y celebrities «van vestidas como niñas, con coletas y grandes escotes». Contra esta moda poco se puede hacer, pero sí se puede intervenir en las cuestiones que afectan a los menores. En

«Las madres españolas se fijan más en cómo visten Sofía y Leonor»

Reino Unido han elaborado una guía de buenas prácticas para las firmas de ropa infantil. Quieren evitar que se cueen en los escaparates vestidos con las imágenes del conejito de Playboy o camisetitas para crías de 10 años con leyendas del tipo ‘Soy un bombón’. El portal de internet ‘Mumsnet’, que aglutina a diversos colectivos de padres, lanzó la campaña ‘Deja a las niñas ser niñas’ para solicitar que se retiraran del mercado productos infantiles y «sexys».

Tomi-Ann Roberts aplaude la iniciativa británica: «Creo que los europeos son más sensibles a estas cuestiones y distinguen entre un cuerpo desnudo en una sauna y otro expuesto para el placer y el consumo de otros», cuenta a V. Y esa sensibilidad, corrobora Guadalupe Cuevas, se aprecia en la ropa: «Nosotros ponemos pololos y vestidos de nido de abeja a nuestros hijos, pero en Estados Unidos las niñas visten leggins, tacones y se tiñen el pelo». Ahí está Suri, la hija de Tom Cruise y Katie Holmes, que lleva zapatos de mujer y bolso. ¿Un ejemplo a imitar o a evitar? «Lo de los tacones debe ser malísimo para un niño, pero Suri crea tendencia. Y también Maddox, el hijo de Angelina Jolie y Brad Pitt, o el hijo de Gwen Stefani, que lleva el pelo azul», enumera Cuevas.

– ¿Los niños españoles no marcan tendencia?

– Aquí les vemos poco y con la cara pixelada. Quizá en España las madres se fijan en las infantas Leonor y Sofía para vestir a sus hijas.

El estilo, en todo caso, nada tiene que ver con el de la pequeña Suri Cruise o con el de Thylane Blondeau, 10 años, hija del internacional francés Patrick Blondeau y de una actriz y presentadora de televisión. Era una de las tres niñas de ‘Vogue’ y sus padres no vieron problema en exhibirla en la revista. Incluso le abrieron un perfil en Facebook, que ahora su madre ha cerrado. ¿Por qué? Ha visto que las fotos de su cría empezaban a colarse en páginas menos reputadas que las de ‘Vogue’.

ÍDOLOS ADOLESCENTES

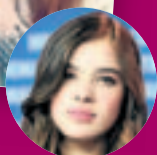
Por su cara bonita



Elle Fanning, de 13 años.



Hailee Steinfeld tiene 14.



¿Están tristes, asustadas o es que esconden algún misterio? Porque eso es lo que sugieren estas portadas que protagonizan dos de las actrices adolescentes del momento: Elle Fanning (13 años), protagonista de ‘Super 8’, y Hailee Steinfeld (14), de ‘True Grit’. Ese aspecto añorado, lejos de perjudicarles, es un plus y en la moda se las disputan. Fanning es imagen de IMG y Marc by Marc Jacobs. Steinfeld da la cara por Miu Miu. Lourdes María, la hija de Madonna (14 años), tiene su propia línea de ropa, ‘Material girl’. Otra cosa es lo de Emma Watson, la ‘niña’ (ya tiene 20) de ‘Harry Potter’. «Ella también es imagen de marca y un icono de estilo, pero siempre se la ha presentado correctamente, de acuerdo a su edad», apunta Cuevas.



La hija de Madonna es fiel seguidora del estilo de su madre.

:: EFE