

DIUMENGE  
8 DE MARÇ DEL 2015  
NÚMERO 1548  
—  
2,50 EUROS  
—



Avui i fins al 10 de març,  
el disc d'Ovidi Montllor  
**20 anys de vacances,  
20 cançons**

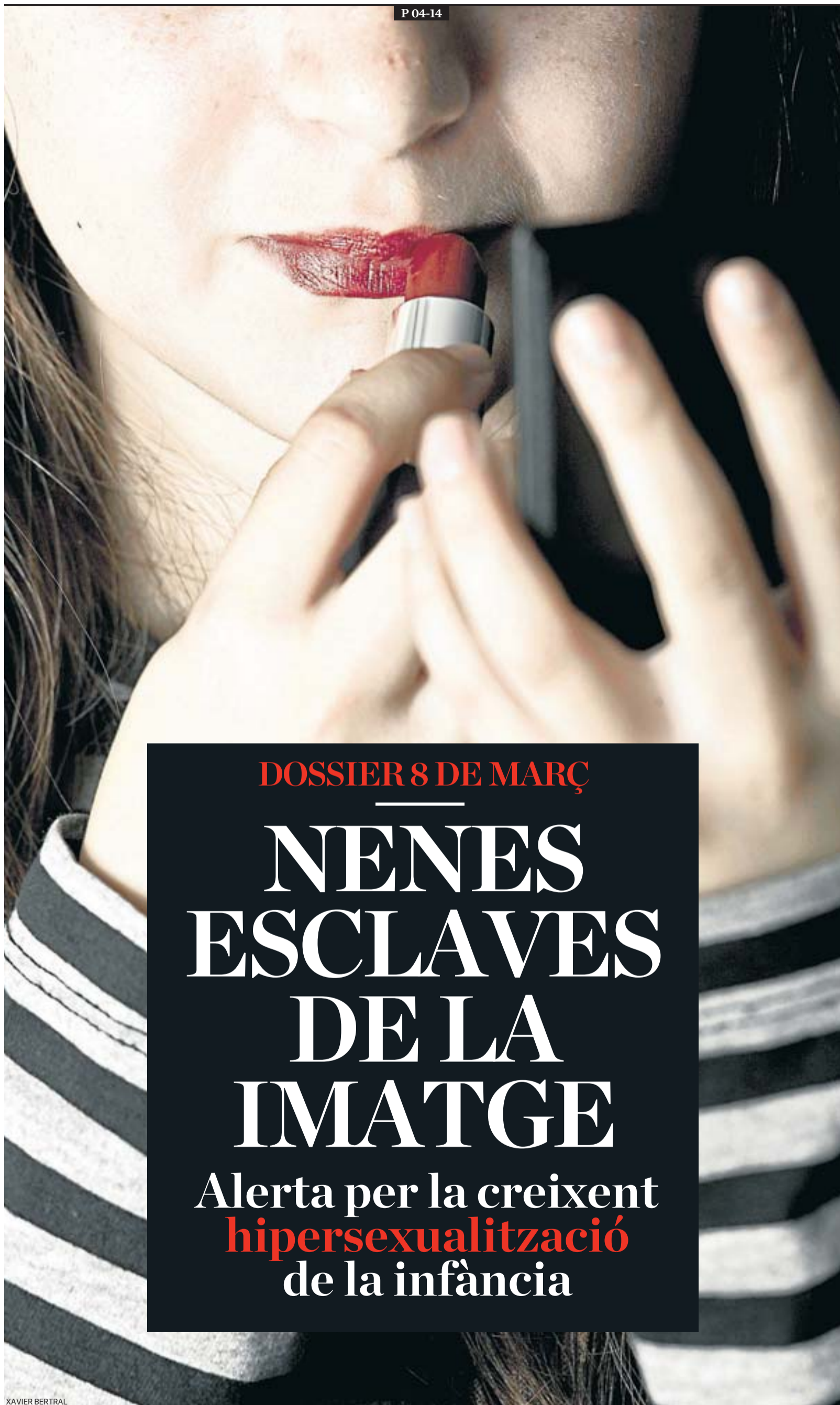
**De Barcelona a  
Manchester**

A partir de  
**48€**  
per trajecte,  
impostos inclosos

  
**Jet2.com**  
Friendly low fares

Preu més baix seleccionat, subjecte a disponibilitat.  
Cal tenir en compte les condicions generals  
per a més informació consulta la web. El preu de  
correcte en la data de publicació.

P 04-14



**DOSSIER 8 DE MARÇ**

# NENES ESCLAVES DE LA IMATGE

Alerta per la creixent  
**hipersexualització**  
de la infància

a

L'EDITORIAL

# La hipersexualització de les nenes, un pas enrere en els drets de les dones

**A**vui es celebra el Dia Internacional de les Dones. Una data que ha servit tradicionalment per fer balanç del punt en què estem pel que fa a la igualtat de gènere i per reivindicar les millores necessàries cap a una justa igualtat. Al dossier d'avui, però, no ens centrem en la bretxa salarial entre homes i dones, que ha augmentat amb la crisi –a tot l'Estat, ara les dones guanyen un 24% menys–, ni tampoc en l'evidència que la pobresa és femenina. Avui parlem d'un problema que preocupa cada cop més als experts i a la societat en general perquè pot tenir greus conseqüències sobre la futura igualtat de gènere, ja que afecta els valors que s'estan imposant en un grup tan sensible com és la infància i l'adolescència. Parlem de la hipersexualització de les nenes, de com moltes noies se salten la infància per mirar de ser sexis amb actituds i maneres de vestir que no lliguen amb la seva edat.

La hipersexualització és un producte de la societat de consum i afecta tots els grups d'edat, però en els últims anys s'ha accelerat i ha arribat també a les escoles i els instituts. Hi ha una part d'estètica que ve incentivada pels models que els venen les joguines, les sèries, els videoclip, els videojocs, el cinema o les xarxes socials, però no és només una moda. I, en tot cas, no és una moda innòcua. El més preocupant, com recorda Mari-

na Subirats al seu article, és el canvi d'actitud i de valors que reflecteix. L'últim estudi del CIS mostra que ha crescut, fins a un 33%, el nombre d'adolescents i joves que troben normal que en algunes circumstàncies la seva parella controlï on van, a qui veuen i què poden fer a la vida. Les noies joves troben molt més justificable aquest control que les seves mares i àvies, que van patir un educació més sexista.

Que l'actual model de moltes adolescents sigui la submissió, la seducció com a objectiu principal, l'acceptació de la persona com un objecte sexual que està supeditada al desig de l'altre, és un pas enrere important

en la lluita per aconseguir la igualtat de drets. Afecta l'autoestima de la persona, les seves possibilitats de decidir sobre com viure la vida tant en l'àmbit personal com professional, i, en definitiva, és un element que manté a la llarga la desigualtat entre sexes en tots els camps. Aquest és un tema que ens interpel·la a tots, ho-

mes i dones, i que no té una solució fàcil. En aquest canvi de valors hi han intervingut molts factors i és evident que l'escola en solitari no té prou força per revertir-los. Caldrà que la societat en conjunt i els pares i mares en concret prenguin consciència del problema per, sense moralismes però amb fermesa, aconseguir que aquesta hipersexualització i el sexisme que comporta surtin del món de la infància.

## El futur de moltes adolescents pot quedar hipotecat per la seva submissió al model dona objecte

DE FIT A FIT



**dietarivv**  
VICENÇ VILLATORO

## 8 DE MARÇ

### Tot allò que és pecat ha de ser també delictes?

Un amable lector em recrimina que en un article recent distingís entre el judici moral i el legal. "Per anar bé –em diu–, tot allò que és moralment reprovable hauria de ser legalment perseguit". És a dir, per anar bé, tot allò que és pecat hauria de ser també delictes. Però com que això del pecat és molt elàstic, potser més aviat hauríem de dir: tot allò que jo crec que és pecat hauria de ser delictes. Discrepo del tot. Al meu parer, el fonament de la democràcia és precisament distingir entre pecat i delictes. Ni tots els pecats són delictes ni tots els delictes són pecats. La confusió volguda entre pecat i delictes feia que la Inquisició lliurés els culpables del pecat d'heretgia al braç secular per ser cremats a la foguera. I, encara avui, aquesta confusió fa que certs tribunals islàmics castiguin l'adulteri (amb la mort per lapidació per a la dona) o l'apostasia, que pel fet de ser coses que es consideren moralment reprovables es jutgen com a delictes. Però això no tan sols és propi dels totalitarismes religiosos dels integrismes, sinó de tota mena de totalitarismes. De dreta i d'esquerra. Tots fan coincidir el judici moral i el legal. Com que estan en possessió de tota la veritat, no ho poden distingir.

Les nostres cases tenen alguna cosa que mai has vist en cap altra casa: un assessor personal.

**Solvía.cat**

Un assessor personal avui.  
La nostra manera de pensar en la teva casa de demà.



Informa-te'n trucant al 902 333 131 o a les oficines del grup Banc Sabadell.



**Solvía** **B S**  
Immobilària

## Dia Internacional de les Dones Sexualitat precoç

# Esclaves de la imatge als 12 anys

## La hipersexualització precoç de les nenes fomenta una baixa autoestima i actituds de submissió

N. MARTÍNEZ / E. ESCRICHE  
BARCELONA

Tenen entre 12 i 15 anys. Comencen a utilitzar maquillatge i a decantar-se per sabates amb una mica de taló. La roba que escullen potencia una sensualitat que no els pertoca per la seva edat. Són les princeses del segle XXI, que, pressionades pels canons de bellesa que bombardegen les noves tecnologies, s'han convertit en esclaves de la seva imatge. Els experts asseguren que aquest fenomen de les *sexinenes* no és nou, però sí que ha esclatat en els últims dos anys i ha arrossegat les edats més joves –sobretot entre el sexe femení– per culpa de la proliferació de les xarxes socials i dels dispositius mòbils. “Faciliten uns estereotips molt sexualitzats i, en el cas de les nenes, hipersexualitzats”, denuncia la presidenta de l'Institut Català de les Dones, Montserrat Gattel, coincidint amb el Dia Internacional de les Dones.

Aquesta esclavitud té conseqüències. “Com a societat ens preocupem excessivament per la imatge i això implica que pesi massa el que els altres pensen”, alerta Milagros Sáinz, la directora del grup d'investigació de gènere i tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) de la UOC. Aquest fet, segons argumenta, provoca que les nenes no tinguin un “desenvolupament maduratiu” adequat a la seva edat i, de retruc, els pugui generar una “falta d'acceptació d'elles mateixes”. Encara és més preocupant que el còctel d'hipersexualització i de falta de maduresa es materialitzi en les noves princeses en una falta d'“anàlisi crítica” que s'acaba traduint en actituds submises, sobretot cap al sexe masculí. “Són uns estereotips de gènere que perpetuen de manera flagrant les indústries cinemato-

gràfica, musical i literària”, lamenta la presidenta de l'Institut Català de les Dones.

D'exemples n'hi ha molts: la novel·la i pel·lícula *Crepuscle* –en què la protagonista vol renunciar a ser humana per poder estar amb el noi que li agrada–; les cançons de *reggaeton*, en què es tracta la dona com una “esclava”, i l'èxit editorial i, ara cinematogràfic, *Cinquanta ombres d'en Grey*. La investigadora Meritxell Esquirol, de la UOC, i Cristina Pujol, de la UAB, han analitzat l'imaginari sexual femení que ven la trilogia protagonitzada per Anastasia i Christian Grey i la conclusió és rotunda: “Tot i que sembla que democratitza la representació de la dona, en realitat fa referència a un ideal femení que consumeix sexe com qui compra un objecte glamurós o sofisticat. L'alliberament sexual de la dona que ven, doncs, és mentida”.

És difícil trobar estudis que xifrin com l'esclat de les noves tecnologies i les xarxes socials ha influït en la hipersexualització de les nenes. Sí que n'hi ha de les conseqüències. A finals de gener el ministeri de Sanitat, Serveis Socials i Igualtat va publicar l'enquesta *Percepció social de la violència de gènere en l'adolescència i la joventut*, feta a 2.500 joves de tot l'Estat d'entre 15 i 29 anys, que mostrava que una de cada tres noies considera inevitable o acceptable controlar els horaris de la parella, impedir-li que vegi amics o familiars, i fins i tot no permetre que treballi o estudiï. L'estudi també assenyala que la població jove és més tolerant que la població en general cap a les conductes de control. La secretària

d'estat de Serveis Socials i Igualtat, Susana Camarero, va expressar durant la presentació que estan “especialment preocupats pels joves i la seva percepció de la violència de gènere”, perquè veuen que les seves relacions afectives i socials tenen comportaments “discriminatoris i inadmissibles, veritables senyals incipients de violència”.

### Els pares, els referents

Un altre estudi del Centre d'Investigacions del Reina Sofia xifra en un 28% les adolescents espanyoles que han patit un control de la seva parella, un 14% les que han tingut por, un 22% les que pateixen situacions d'aïllament i un 23% les que asseguren que han sigut insultades per les xarxes socials. A nivell català, l'Institut Català de les Dones té previst fer aquest any una segona enquesta sobre la violència masculista (la primera es va fer fa cinc anys), en què incorporarà el ciberassetjament. “Ens donarà una fotografia de com estem”, concreta la presidenta de l'organisme. De moment, per minimitzar aquest impacte, la institució té en marxa un programa de sensibilització i prevenció de relacions abusives entre adolescents i joves a partir dels 10 anys. Té tres línies de treball: els adolescents, els docents i les famílies a través de les associacions de pares i mares d'alumnes. “Aquest és el sector al qual ens costa més arribar”, reconeix la presidenta.

Però quin és el paper que han de fer els pares per evitar la hipersexualització de les seves filles? “Continuen sent el pilar principal



**Denúncia**  
El cinema i la música perpetuen el fenomen de les 'sexinenes'

tant pel que expliquen com també pel que callen”, puntualitza Elena Crespi, sexòloga i autora del llibre *Parlem de sexe a casa*. La clau, segons matisa, és ensenyar tant als nens com a les nenes que el cos és seu i, alhora, posar les bases perquè en el moment que vulguin compartir-lo amb algú sàpiguen amb qui ho han de fer. “El problema és que ara se'ls dona informació amb 15 i 16 anys quan, en molts casos, ja l'estan compartint, però potser no amb qui realment volen”, denuncia. En la mateixa sintonia, el pedagog Jaume Funes alerta que la “falta de formació” és la responsable

**Més tolerància davant del control**

**23%**  
d'adolescents, insultades

Un 23% de les adolescents espanyoles asseguren que han patit insults a les xarxes socials (sobretot per WhatsApp) i un 28% mantenen que la seva parella les ha controlat, segons un estudi del Centre d'Investigacions Reina Sofia publicat aquest febrer.

**33%**  
acceptarien el control

Un de cada tres joves considera inevitable o acceptable en algunes circumstàncies controlar els horaris de la seva parella, impedir que vegi la seva família o amistats, no permetre que treballi o estudiï o dir-li les coses que pot o no pot fer. Són dades que es desprenen de l'informe del CIS *Percepció social de la violència de gènere en l'adolescència i la joventut*, presentat també aquest mateix any.

**14%**  
han sentit por

L'estudi *Joves i gènere. L'estat de la qüestió*, del Centre d'Investigacions Reina Sofia, també alerta que el 14,3% de les noies asseguren que han sentit por, un 22,4% un intent d'aïllament de les seves amistats i un 3% haver patit maltractament físic.



# Shirley R. Steinberg

PROFESSORA D'ESTUDIS JUVENILS A LA UNIVERSITAT DE CALGARY

## “Cal donar als joves eines per entendre missatges mediàtics”

AURI GARCIA MORERA  
BARCELONA

Shirley R. Steinberg, professora d'estudis juvenils a la Universitat de Calgary, està especialitzada en pedagogia crítica. És cofundadora i directora de The Paulo and Nita Freire International Project for Critical Pedagogy, i ha publicat uns quants llibres sobre la matèria. El mes passat va visitar Catalunya, convidada pel Centre Especial de Recerca en Teories i Pràctiques Superadores de Desigualtats de la Universitat de Barcelona. Després de l'entrevista, va oferir una conferència al CCCB amb el títol *L'aprenentatge de l'amor. Una pedagogia crítica contra la violència de gènere*.

### Quina tesi defensa en aquesta conferència?

Inicialment pensava parlar de la feina de Jesús Gómez, que va publicar un llibre sobre amor radical que jo vaig traduir al·l'anglès, però llavors es va estrenar aquesta pel·lícula, *Cincuenta sombras de Grey*, i em va fer canviar d'opinió. Que s'estrenés el dia de Sant Valentí i que els dos primers dies fos la pel·lícula més taquillera de la història a Espanya, després d'haver llegit els llibres, em va horroritzar. Vaig refer el que havia preparat i vaig decidir fer una anàlisi del film des del punt de vista dels estudis culturals.

### ¿Hi ha relació entre aquesta pel·lícula i la violència de gènere?

La meva anàlisi comença amb el capitalisme. Si una cosa pot donar diners, es fa, no importa què sigui. Hem estat veient gent que explota, mort, violacions... Tot això no ens sorprèn. Però és el primer cop que veiem aquesta promoció del sadomasoquisme i de la dominació. Hem trencat una altra barrera. Jo no condemnaré els hàbits sexuals de la gent, però planteja la pregunta de quin sentit té ser dominat en una relació igualitària. ¿És realment igualitària, o algú és una víctima?

### ¿El que es veu al cinema després es trasllada a la vida real?

Tot això es reflecteix tremendament en la societat. ¿Com sabem si s'hi trasllada directament? Quan als EUA els nens miren un film o juguen a un videojoc, i l'endemà maten 20 o 30 persones a l'escola, ¿podem dir que el film o el videojoc els ha afectat? No ho podem afirmar, però podem fer una aproximació. Molta gent ha demostrat que la cultura ens canvia. Si no, no aniríem a l'escola. Que la societat accepti una cosa fa que passi en la vida real? No ho sé.

### La seva recerca es concentra en la pedagogia crítica. ¿A l'escola es pot fer prevenció?

No, a l'escola eduques, però no pots prevenir res. Tenim tots aquests adolescents fent cua per veure aquesta pel·lícula. Si estan en una relació violenta, valida la violència. Què hi podem fer? La meua pedagogia és sobre l'alfabetització mediàtica. A aquesta edat l'única manera que t'escollin és parlar-los de pel·lícules i videojocs, i donar-los eines per entendre els missatges mediàtics. No és fàcil. ¿Com li expliques a algú apassionat per una cosa que els missatges són poc saludables?

### Parla de pel·lícules i videojocs. ¿I les xarxes socials o certes aplicacions?

Això encara és pitjor. El sexting és extraordinari. He de dir, tot i que no ho vull defensar, que això s'ho han inventat els mateixos adolescents. No ha sigut una gran empresa qui els hi ha dit. Les aplicacions no es van crear per al sexting, al principi. Va ser la gent qui les va començar a utilitzar per a això. No crec que sigui fantàstic, però tampoc crec que sigui perillós per si sol. El que és perillós és quedar en el món real sense saber qui et trobaràs.

### Ha publicat llibres d'alfabetització mediàtica en multiculturalisme i altres qüestions, a part del gènere.

Sí, la islamofòbia és l'àrea principal dels meus estudis, juntament amb la joventut. Veiem, especialment al nord d'Europa, que hi ha països que volen expulsar una determinada nacionalitat. ¿Com podem educar sobre el racisme a les escoles, si el mateix país ho impulsa? I el mateix a l'hora de parlar del poder de les grans empreses. ¿Com parles de la dominació de Microsoft o Apple, si estan finançant les escoles i regalant productes als professors?

### Hi ha motius per a l'optimisme? Estem millorant?

Odio aquesta pregunta. Sempre me la fan, i jo no sóc una persona optimista. Abans de *Cinquanta ombres d'en Grey* era una mica més optimista, però ara ho sóc una mica menys. No crec que estiguem millorant. Hem d'obrir un debat, i això és difícil. Als pares els costa parlar amb els fills sobre sexe. És una conversa molt difícil. Però ho haurem d'intentar, perquè no hi ha alternativa. No estem parlant de la violència contra la parella a les escoles i ho hem de fer. És important. —



FERRAN FORNÉ

de l'actitud de submissió de moltes de les adolescents. “S'ha d'ajudar a fer que tinguin idees pròpies, que es qüestionin aspectes de la seva vida”, insisteix. El camí dels pares comença, segons els experts, per trencar els “micromasclismes” que encara s'imposen i per ajudar els seus fills a gestionar la pluja d'informació que reben de les xarxes socials i les noves tecnologies. “Com més eduquem els adolescents en habilitats i naturalitzem a nivell educatiu la sexualitat, més bé els anirà. S'ha de tenir en compte, però, que res és garantia d'èxit”, conclou Crespi. —

Segons els experts, cada cop més les nenes comencen a preocupar-se per la seva imatge en edats més joves.

XAVIER BERTRAL

## 92% veuen inacceptable la violència

El 96% de les dones i el 92% de les joves consideren inacceptable la violència de gènere, segons l'informe del Centre d'Investigacions Sociològiques, un organisme que depèn del govern espanyol. L'estudi també posa de manifest que, en tots els trams d'edat, les dones són més intransigents que els homes davant de qualsevol tipus de maltractament tant físic com psíquic.

## Dia Internacional de les Dones Sexualitat precoç



Mireu el vídeo  
a Ara TV



**PARLEM DE SEXE?**  
Alumnes de l'Institut J. Pla i  
Farreras durant un taller sobre  
l'embaràs. C. CALDERER

ELISABET ESCRICHE  
SANT CUGAT DEL VALLÈS

“L'aparença és tan important com la manera de ser. Si a tu no t'atreu el físic, no et pares a conèixer la persona”. Paula Molina, una estudiant de 3r d'ESO de 14 anys, ja ha convertit en una rutina diària dedicar uns minuts a posar-se una mica de maquillatge –“poc”, deixa clar– i a cuidar-se el cabell, que la fa anar de bòlit. A la roba també hi dona una importància, però relativa. L'aspecte físic –defensa– explica com ets tu. “Si et cuides, els altres veuran que ets una persona segura”. Les seves amigues, de la mateixa edat, corroboren la seva tesi. Amb elles comparteix sortides, xerrades i aficions com la lectura. Entre els llibres que s'ha llegit hi ha *Cinquanta ombres d'en Grey*. Confessa que ho ha fet d'amagat del seu pare, però no de la mare. “És una mica fort per a la nostra edat”, admet. Tot i que li agrada la relació “passional” entre els dos protagonistes, ella prefereix un noi amb qui tingui “més confiança” i un tracte “més afectuós”.

L'arribada a secundària amb només 12 anys ha provocat que les nenes vulguin convertir-se en dones abans d'hora. “Ens trobem criatures que imiten models de noies de 16 o, fins i tot, majors d'edat”, explica Merche Montes, professora d'un institut de Sant Cugat del Vallès. És habitual que els docents presencin en els passadissos com aquestes nenes intenten “seduir” els seus companys quan encara no saben exactament el que és. “Assumeixen un

## “Si no m'atreu el físic, no em paro a conèixer la persona”

Adolescents, professors i pares expliquen com afronten i gestionen l'evolució sexual dels joves

rol d'adult quan no estan preparades i gestionen la relació d'una manera immadura”, alerta Montes. A la majoria de nens de la seva mateixa edat els “desorienta” veure com la seva amiga “de l'ànima” de cinquè o sisè de primària té aquest canvi d'actitud. “Es nota molt quan una noia vol lligar. S'acosten i et riuen les bromes, que de vegades no fan ni gràcia”, explica Ferran Oriola, que també és estudiant de 3r d'ESO. Al final, però, els dos sexes agafen el mateix rumb i la majoria de nens acaben sucumbint al reclamat estereotip de *tia bona*. “A l'hora d'escollir els meus amics m'és igual el seu aspecte físic, però sí vull alguna cosa més... sí que hi dono importància. M'agraden les noies que es cuiden!”, explica el Ferran.

### “Vull ser la mare, no l'amiga”

Intentar frenar la hipersexualització és difícil sobretot perquè hi ha nombrosos obstacles: Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp... i tot un reguitzell d'aplicacions desconegudes per a la majoria d'adults. Tot i així, per aconseguir-ho cal que el professorat i els pares vagin de

**Avís**  
“Assumeixen el rol d'adultes quan no estan preparades”, alerta una docent

**Ocasió**  
“Aprofito per parlar-hi quan fa algun comentari”, explica una mare

bracet. “A escola intentem guiar, donar consells i ajudar... però és bàsic que a casa també es treballi”, apunta Montes. Treure el tema en edats en què les emocions tant dels nens com de les nenes semblen una muntanya russa i varien en poques hores és gairebé una proesa. “Aprofito l'oportunitat quan ell fa algun comentari”, explica Eva Miró, mare d'un adolescent. Esperar que ells en parlin obertament és una utopia i asseure'ls per fer-los la “típica” xerrada tampoc és efectiu. “Sempre tria el moment més inoportú, però intento utilitzar-lo perquè reflexioni sobre les fotografies que algunes de les seves amigues posen a Instagram. ¿Cal que pengi una imatge així?, li pregunto”.

La Paula té una bona relació amb la seva mare. “Li tinc confiança”, reconeix. L'orienta sobre quina roba li queda millor o en quina fotografia està més afavorida per, després, penjar-la a les xarxes socials. “Sóc més de Twitter perquè es toquen els temes d'actualitat”. Raquel Rodríguez, mare d'una nena encara petita, pren nota de tot el que veu com a professora per quan li toqui afron-

tar la situació. Una cosa sí que la té clara: “No vull ser l'amiga dels meus fills, sinó la seva mare”. Té un bon model a seguir, el de la seva pròpia mare. “M'ha ensenyat que molts cops s'ha de dir *no*”.

Tenint en compte que les xarxes socials són la base dels referents tant “bons” com “dolents” que arriben a les adolescents precoces, els docents aconsellen posar l'ordinador de casa en un lloc comú. “Pots vigilar què miren, sense que tinguin la sensació que les controles”, explica Rodríguez. Les mares reconeixen que temen el vessant fosc de les noves tecnologies: el control d'un sexe sobre l'altre, els insults i, fins i tot, el ciberassetjament en edats en què les nenes ja comencen a tenir els primers nòvios.

La Paula ja s'ha enamorat, però ell –a qui mai l'hi ha dit– no “em va correspondre”. “Era un *borde*”, deixa anar mentre se li escapa el riure. Neus Torrecilla, en canvi, va tallar amb el seu últim nòvio perquè s'havia de fer el que ell volia. “A mi també m'agrada que em deixin opinar”, reivindica. Les dues noies expliquen que va ser un “xoc” passar de primària a secundària. “Jo he canviat totes les meves amistats. No tinc relació amb cap company dels que tenia a primària”, explica la Neus. Els casos més difícils de gestionar –i que cada any es repeteixen als instituts– són els de les nenes que arriben perdudes a l'institut i que canvien en pocs mesos el xandall per roba sexi. “Passa, però treballant-hi s'aconsegueix que trobin el seu lloc, que no és ni un ni l'altre, si no un terme mitjà”, matisa Montes. ■

## Dia internacional de les dones Sexualitat precoç

## Tot per amor

Ser dona objecte ja no és una mutilació: vençudes per la seducció, s'accepta esdevenir segon sexe

## Anàlisi

MARINA SUBIRATS  
SOCIÒLOGA

Sovintegen al meu voltant comentaris sorprenents: una amiga m'explica, trasbalsada, que en un institut d'ensenyament secundari va sentir el diàleg entre una parella d'uns 13 anys: "Si no acceptes de fer-ho sense preservatiu és que no m'estimes", deia ell. I la noia, crispada: "Bé, d'acord, fem-ho com tu vols". Una professora d'institut de la rodalia de Barcelona, parlant amb les alumnes, explica que va sortir el tema de la violència de control, un concepte que ha sorgit en estudis recents. "Sí, és cert que els nois ens controlen el mòbil, que hi ha pallisses si has anat a la disco sense la parella". Davant la sorpresa de l'adult: "Què vols? És normal, per amor s'accepta tot". I així us en podria desgranar dotzenes, d'anècdotes preocupants.

Massa signes mostren que assistim a un retrocés en el terreny del canvi de les relacions entre els sexes, en els canvis dels gèneres. Un dels últims estudis del CIS n'és una prova clara: la proporció de nois i noies joves que accepten i justifiquen el control dels nois sobre les noies és superior a la que es troba en les generacions adultes i ancianes. Els arguments d'ells son curiosos: la culpa és d'elles. Els durs, castigadors, xulets i malotes triomfen entre les adolescents, els agraden més que els tendres i sentimentals. Just el contrari del que pensàvem durant anys, quan semblava evident que els homes amables, companys i propers serien cada vegada més atractius per a les dones actuals.

Què ha passat perquè s'hagi produït aquest canvi? Com sempre, fac-

ENRERE?  
Es detecta un retrocés en les relacions entre nois i noies. GETTY

tors diversos: els futurs professionals de nois i noies són cada vegada més desdibuixats i, per tant, menys estimulants. El perfil de dona professional alliberada, que apareixia amb bastanta força en els projectes de les adolescents dels 90, s'ha anat esvain, sobretot en una classe treballadora que ha perdut l'esquer de l'ascens social. Els somnis de riquesa tampoc tenen espai. Amb quins vïmetes es pot teixir un projecte de futur? Sort que queda l'amor, l'opi de les dones.

Però hi ha altres raons: assumir la feminitat tradicional ja no es presenta com una mutilació i una re-

Imatge  
La intensa sexualització de les nenes és cada dia més evident

núncia. Les normes deien: "No pots anar a la universitat, no pots fer esport, no pots sortir al vespre" i un llarg etcètera de "tu no". Fins a cert punt era fàcil la revolta enfront de tanta injustícia i repressió. Ara les coses van d'una altra manera: "Ho pots fer tot". "Posa't uns talons d'un pam i seràs la més maca del món"; "Opera't els pits, el nas i el cul, i el teu èxit serà indescriptible". La sexualització de les nenes és cada dia més evident: a 5 anys, tenyides, pintades, fent posturetes, sent princeses per un dia, tot rosa i tuls. Ser dona objecte ja no és una mutilació, és un plaer, aparentment. No accepten

per força esdevenir el segon sexe, sinó que arriben a desitjar-ho, vençudes per la seducció. Una trampa mortal, esclar, però tan ben embolicada que la rebel·lió es fa difícil i, a més, qualsevol crítica és de seguida titllada de "moralina", de posar un fre carca a un joc innocent.

Ara triomfa als cines *Cinquenta sombras de Grey*, treta d'una novel·la rosa farcida de sexe dur. El llibre va fer furor entre les dones. Tot per amor, fins i tot les pallisses. Si l'estimem, ¿què importa que ens arrenqui la pell, que ens lligui, que ens destrossi, que ens faci pols? Que ens tracti com una cosa, que ens obligui a renunciar a la pròpia vida, als projectes propis? Que ens ho prengui tot, si tot ens ho dona en cada bufetada, perquè és la seva manera d'estimar-nos? El nostre sacrifici potser servirà per guarir-lo de nafres inconfessables, de dolors recòndits. Segur que el farem canviar! I llavors farem realitat el conte de la Ventafocs, i serem feliços per sempre!

## Viure en l'engany

La nostra voluntat femenina de viure en l'engany, en la il·lusió, és inescapable. No crec que les dones siguem masoquistes per naturalesa. Ens van educar perquè ho fòssim; eduquem encara, en gran part, per assumir aquest paper de viure pels altres, de buscar sempre una raó transcendental. Però no ens agrada especialment el dolor, encara que hi hagi qui ho pretengui, jugant *pro domo sua*.

La combinació letal de consumisme i negror en el futur professional fa que la gent jove tiri enrere, als estereotips de sempre: seré agosarat, temut i admirat, triomfador; seré una dona bella i desitjada, ho tindrè tot. Conduïts per camins, cal dir-ho, ben perillosos, en què més d'un i més d'una s'ofegaran, mentre d'altres hi fan l'agost. —

Emporta't amb l'ARA el disc d'Ovidi Montllor

20 anys de vacances  
20 cançons

Es compleixen 20 anys des que la cançó va perdre un dels seus grans representants: **Ovidi Montllor**. Per commemorar la seva contribució a la nostra música, presentem un **nou recull amb les seves 20 cançons més emblemàtiques**. Gaudeix de la seva música. Gaudeix com mai d'Ovidi Montllor.



Promoció als quioscos limitada a Catalunya. Pròximament disponible a través de la Botiga de l'ARA: Botiga.ara.cat  
Fotografia coberta CD: (C) Francesc Fàbregas // Fotografia fons: (C) Juan Miguel Morales

## Dia Internacional de les Dones Sexualitat precoç

SELENA SORO  
BARCELONA

Thylane Blondeau, filla d'un futbolista i d'una dissenyadora de moda, va començar a fer de model als 4 anys. Va saltar a la fama als 10, després de protagonitzar un reportatge a *Vogue* França maquillada i vestida com una adulta: la hipersexualització de la nena va despertar la indignació a les xarxes, i l'episodi va acabar amb la destitució de l'editora en cap de la revista, Carine Roitfeld, que ocupava el càrrec des de feia una dècada. A causa de l'escàndol el govern francès va iniciar una reforma legal per prohibir els concursos de bellesa en menors de 13 anys, arran d'un informe que alertava de la hipersexualització com un "fenomen cada vegada més present", i que detectava en "les expressions, les postures i els codis de vestuari dels menors de 12 anys", que considerava "massa precoços". "Es disfressa les nenes de llaminadures sexuals en una cursa per l'aparença, la bellesa, la seducció i el culte del jo", va denunciar aleshores la senadora Chantal Jouanno. L'exministra destacava que els nens d'avui dia constitueixen la seva identitat a partir d'"una regressió en el model d'igualtat" entre home i dona, i que els estereotips s'havien infiltrat "als videoclips, les joguines i la televisió".

## Passarel·la

El 72% dels adolescents són actius a Instagram, on s'exposen per buscar aprovació

Ara, plataformes com Instagram o Pinterest s'han convertit en un nou altaveu que exposa molts menors davant milers de desconeguts. Kristina Pimenova, coneguda a internet com *la nena més bonica del món*, té més de 630.000 seguidors a Instagram i ja ingressa més de 40.000 euros a l'any. Al febrer va ser a Barcelona, i havia de desfilat per al 080, tot i que al final l'expectació mediàtica va fer que la marca decidís fer-la seure al *front-row*. A finals de desembre Pimenova ja havia atret l'atenció dels mitjans després que la seva mare –la model Glikeriya Pimenova, dona de l'exfutbolista Ruslan Pimenov– publicés una imatge de la nena a Instagram en *shorts*, que va ser acollida amb moltes crítiques i alguns comentaris pujats de to. No és, ni de bon tros, l'única menor que desfila a les xarxes.

## Els adolescents i les xarxes

A Instagram hi ha centenars de comptes amb milers de seguidors que, amb títols com *Sexy Teens* o *Sexy Teens Exposure*, publiquen imatges de nenes de 12 a 15 anys en postures absolutament sexualitzades i mig nues. No es considera pornografia infantil perquè són les mateixes adolescents les que publiquen les fotografies als seus comptes.

Un article al portal *Identities*, titulat *The disturbing way some teens are really using Instagram*, alertava que, en quatre anys, aquesta xarxa social s'havia convertit en una porta oberta als depredadors sexuals, i as-

# Les nenes model s'exposen a les xarxes

Plataformes com Instagram s'han convertit en un expositor de menors a l'abast de qualsevol desconegut



## Trastorns alimentaris

## Tumblr i Pinterest, el paradís de la 'thinspiration'

El fenomen de la *thinspiration* –de l'anglès *thin* (prima) i d'*inspiration* (inspiració)– és el nom que reben a internet les comunitats que elogiaven la primor, amb eslògans presumptament motivacionals com ara "Fes que es penedeixin del dia que es van atrevir a dir-te grassa", "No deixis d'aprimar-te fins que te'n sentis orgullosa" o "Que quan el teu nòvio t'agafi en braços, no puguis pesar-li gens", sobreposats sobre imatges de noies sense un gram de greix, l'objectiu que es marquen les seguidors de la #thinspo. Són l'herència de les pàgines d'Ana y Mia (comunitats que

fan apologia de l'anorèxia i la bulímia), que han trobat forat en plataformes com Tumblr o Pinterest, on primen el contingut audiovisual i el públic femení. "Les adolescents volen ser com les models que veuen als mèdia", diu a l'ARA la psicòloga infantil i juvenil Anna Claret, que indica: "Abans només hi havia un parell de revistes de moda i ara el bombardeig és a Instagram, Facebook i la resta de xarxes socials". Segons la psicòloga, molts trastorns alimentaris comencen precisament quan no es compleixen els canons de bellesa que les nenes prenen com a model.

A Kristina Pimenova, convidada al 080 Barcelona Fashion, se la coneix com *la nena més bonica del món* i té 630.000 seguidors a Instagram. EFE

senyalava que era el resultat d'una tempesta perfecta, on s'ajuntava la necessitat d'aprovació dels adolescents –que distribueixen públicament les seves imatges sexualitzades– i la certesa dels depredadors que tirar floretes als joves amb "m'agrada" i *follows* és la millor manera de tenir-los ben a prop. "És el tipus de fotografia que s'espera d'una generació que creu que la manera de provar la seva vàlua és fer morros davant el mirall del lavabo", il·lustra l'article d'*Identities*.

De fet, hi ha comptes a Instagram (com ara @ig\_sexy\_teens\_exposure) que, de manera explícita, demanen fotografies a les adolescents a canvi d'aconseguir-los seguidors. "Els adolescents sempre han necessitat l'aprovació del grup", diu a l'ARA la psicòloga Anna Claret, que afegeix: "El que passa és que ara el grup social s'ha transformat també en «m'agrada» d'Instagram i Facebook". A l'article d'*Identities*, la psicòloga Elizabeth Daniels, de la Universitat de Colorado, afirmava: "Dóna-li a algú una càmera i al final acabarà fent-se alguna foto nu. Això no és res nou. El que és nou és la capacitat instantània de fer-la visible a una audiència global. I això crea un nou i gran problema: posar una imatge sexualitzada a internet fa que els depredadors tinguin la possibilitat d'assetjar o extorsionar l'adolescent".

## Esquers

Hi ha comptes d'Instagram que prometen seguidors a canvi d'enviar fotografies picants

I cada vegada més, de contactar-hi: segons una recerca publicada a *Forbes*, el 72% dels adolescents són actius a Instagram, i molts inclouen a la seva *bio* el seu compte de Snapchat (un xat molt similar a WhatsApp, on primen les imatges) o, fins i tot, la localització geogràfica del punt on s'ha pres cada fotografia. "Elles saben el que està bé i el que està malament, però la pressió del grup per ser sexi i guapa és més forta. El desig d'agradar acaba pesant més que el valor de la intimitat i la innocència", reflexiona Claret. I a Instagram, com que és una xarxa que es basa sobretot en imatges, és més fàcil que la persona retratada acabi sent reduïda a un objecte sexual. "Per això és tan important el paper dels pares, que han de vigilar que publiquen els seus fills a les xarxes i assegurar-se que, si tenen Instagram, almenys estigui configurat per ser privat", conclou la psicòloga Anna Claret.

Instagram no és l'única plataforma on els adolescents s'exposen als ulls no sempre benèvols de milers de desconeguts. El gener de l'any passat, per exemple, les alarmes van saltar per una nova moda entre les joves: preguntar als usuaris de YouTube si les trobaven guapes o no. També triomfa a internet i als mòbils l'apli Hot or Not, que anima els usuaris a penjar fotografies seves perquè la gent valori si són atractius o no, amb un lema que apel·la a una eterna ansietat en l'adolescència: "Fes-te veure".

## Dia Internacional de les Dones Sexualitat precoç

# El rosa puja de to

Les ofertes d'oci, les heroïnes infantils i les joguines proposen un model d'hipersexualització de les noies que retorna a estereotips i rols sexistes

S. SORO  
BARCELONA

“El món no és blanc i negre: és rosa i blau”. Amb aquesta frase defineix Kirsten Drysdale, conductora del programa australià *The checkout*, la teoria que afirma que segmentar el mercat en petits grups és bo per al negoci. És el que en anglès es coneix com a *gender marketing* (màrqueting de gènere), que es tradueix en el fet que els productes de color rosa són per a noies i els de color blau per a nois. “Si divideixes el mercat en petits grups pots vendre més versions de la mateixa joguina”, explica Drysdale a l'episodi *Gendered marketing*. Actualment, a les botigues hi ha més de 26.000 productes relacionats amb les princeses Disney, que fa cinc anys van generar 4.000 milions de dòlars en vendes, segons el *New York Times*. Però amb el temps el mercat ha evolucionat i ha trobat la seva mina d'or en una nova tendència: la idea que les nenes no només volen ser princeses, també volen ser sexis.

## Ombra d'ulls i pintallavis

Les heroïnes de Disney han deixat de ser la Ventafores o la Blancaneu: han crescut i ara són Miley Cyrus, Selena Gomez, Ariana Grande i Martina Stoessel, que fan pujar de to el seu maquillatge i salten de les sèries de televisió infantils als escenaris internacionals vestides amb poca roba i amb cançons que diuen coses com ara: “Si em deixes envair el teu espai acceptaré el plaer i acceptaré el dolor”, o “Sé que aquest amor serà la meva fi, però quan estiguis llest vine, vine'm a buscar”. Les Barbies són immortals, però ja no són el més *cool*: ara el model són les nines Monster High, més rebels i que s'apoderen de l'institut amb les seves sabates de plataforma, les minifaldilles i els llavis vermell intens.

El rosa puja de to, i les nenes volen ser adultes, i volen ser sensuais. A la Barbie Store de Barcelona, un espai obert el 2010 amb més de 300 metres quadrats dedicats a la famosa nina, per exemple, hi ha un espai que simula un saló de bellesa i que permet a les petites clientes pentinar-se i maquillar-se amb ombra d'ulls i pintallavis. Al novembre va obrir també a Sabadell i Granollers –amb molta polèmica– Princlandia, un centre per a festes infantils que té com a lema Party & Beauty (festa i bellesa), i que funciona com

un *spa* infantil. El seu objectiu és fer sentir les nenes princeses durant un dia, i per això se les pentina, se les maquilla, se'ls fa la manicura i se les deixa desfilant en una passarel·la. Diversos col·lectius van criticar que Princlandia ensenya a les nenes a ser un objecte i transmet uns clixés i uns rols absolutament sexistes, i van demanar que es tanqués. Des de la botiga van defensar que no intentaven inculcar res i que també permetien l'entrada a nens: “A les nenes els agrada disfressar-se. Jo no obligo ningú a venir”, va dir aleshores la propietària a l'ARA. “Tampoc fan res que no facin ja a casa seva: la majoria ja vénen amb les ungles pintades”, argumentava.

Clara Dachs, antropòloga i experta en qüestions de gènere, opina que

la gran problemàtica “és que l'oci passi pel culte al cos, i que ho faci des d'un vessant estètic, no de salut”. “Al final –il·lustra Dachs–, és la princesa que s'allibera de la docilitat, però que passa a ser un objecte. És una princesa que, tot i el discurs d'empoderament, segueix estant al servei d'un príncep blau. Abans li netejava les sabates, i ara busca la seva atenció a través de la seducció”, afirma. En un cert sentit, resumeix l'antropòloga, seguim igual i alhora tornem enrere: “Abans era la domesticitat, i ara és la seducció”.

En l'article *El sexe de les joguines*, Conxa Royo i Sergi Fàbregues, membres de la Unitat d'Igualtat de Gènere de la UOC, expliquen que, a través del joc i les formes d'oci, “s'adquireixen hàbits i es construeixen expectatives, models i imatges del món”. Segons els investigadors, si limitem les nenes i els nens a un tipus de joc, limitem també el seu desenvolupament: “Hem de tenir consciència sobre el món que estem construint a partir del joc simbòlic que oferim als infants”, conclouen els experts, que deixen clar que la responsabilitat no és dels nens, sinó dels pares i mares.

## Nines sense sabates de taló

“En certa manera, les joguines estan destinades expressament a comunicar els valors i les expectatives dels pares, per entrenar els nens per al seu futur rol com a adults”, il·lustra l'escriptora Peggy Orenstein al llibre *Cinderella ate my daughter*. Precisament perquè cada vegada hi ha més gent que pren consciència que les formes d'oci en la infància modelen els adults del futur, estan sorgint propostes per canviar els valors que es transmeten.

Un exemple és la Lottie, una nina multipremiada internacionalment i que va sortir a la venda el 2012. Té cos de nena, és ètnicament diversa i s'aguanta dreta: no duu talons i té les extremitats mòbils, perquè pugui jugar, i va vestida d'acord amb la seva edat. “La Lottie representa una visió sana de la imatge corporal, i un model de rol positiu”, diuen els creadors de la nina a la seva pàgina web, que per tirar endavant el seu projecte van comptar amb psicòlegs, educadors i experts en nutrició.

Al novembre també es va llançar la Lammily, una nina que vol competir amb la Barbie i que, tot i que té aspecte d'adult, té unes mides corporals més d'acord amb l'estàndard femení. Tampoc duu talons, ni maquillatge, i el lema del seu creador,



**Estètica**  
Els experts critiquen les propostes d'oci que es basen en el culte al cos

**Propostes**  
La Lammily és una nina que vol competir amb la Barbie i no duu talons ni maquillatge

l'artista digital Nickolay Lamm, és que “la imperfecció no és un problema”. “La idea va sorgir perquè em vaig adonar que la majoria de les nines semblen models de passarel·la. Encara que això no tingui res de dolent, volia crear alguna cosa que demostrés a les nenes que també està bé no ser com una model”, va dir a *S Moda*. La seva alternativa a les mides tiràniques de la nina de Mattel va ser molt ben acollida, i gràcies a una campanya de micromecenatge va aconseguir 501.384 dòlars per tirar endavant la joguina, que ara es pot trobar al mercat per uns 20 eu-

## Catàlegs de joguines que no siguin sexistes

¿El blau per als nens i el rosa per a les nenes? La cadena de joguines Toy Planet va decidir trencar amb els clixés, i el Nadal passat va presentar un catàleg on els nens jugaven amb cases de nines i cotxets i les nenes conduïen motos i construïen edificis. La proposta va ser molt ben acollida, igual que ho va ser el vídeo viral de l'empresa de joguines GoldieBlox, que animava les nenes a escollir “més enllà de nines i princeses”, i potenciava que poguessin “construir el seu futur” i ser també “enginyeres”. Al vídeo, les nenes miraven avorrides la televisió, on sortien princeses, fins que decidien posar-se a construir coses.







01

**LES PRINCESES ES VOLEN MAQUILLAR**  
01. A l'espai Princeslandia, al Vallès, les nenes es vesteixen de princesa i desfilen. CRISTINA CALDERER  
02. Una nina de la sèrie Monster High. MATTEL

ros. Una idea similar va tenir l'artista australiana que hi ha darrere la marca Tree Change Dolls, que va agafar les nines Bratz i els va netejar la cara de maquillatge i purpurina: el resultat, una nina molt més natural i gens sexualitzada, que ha vestit amb roba infantil i que sortirà a la venda a través d'Etsy el 14 de març.

**Princeses i superherois**

El 2011, amb cinc milions de visites, el vídeo d'una nena que en una botiga de joguines qüestionava la divisió entre blau i rosa va fer la volta al món, i va posar en evidència que el

**Joc simbòlic**  
Les joguines entrenen els nens i nenes per al seu futur rol com a adults

problema no el tenen els nens, sinó els adults: "Les empreses ens intenten enganyar perquè les nenes comprem les coses de color rosa, en comptes de comprar les coses que volen els nens, oi?", es preguntava la petita Riley, de 4 anys, al vídeo que va gravar el seu pare. "Els també poden comprar coses de color rosa, no?", continuava. "I per què les nenes han de comprar princeses i ells superherois? Hi ha nenes a qui els agraden els superherois i nens a qui els agraden les princeses", conclouia enfadada la Riley, donant cops contra una caps de joguines. —

# Les col·legiales, la moda que va arribar del Japó

## Anàlisi

ISRAEL PUNZANO  
BARCELONA

**E**l manga ha canviat l'imaginari femení en el còmic. Un dels gèneres de més èxit és el *shojo*, adreçat a un públic femení adolescent i de temàtica romàntica. L'estereotip de les noies en aquests còmics ha rebut moltes crítiques, perquè les protagonistes sovint són col·legiales que en alguns casos tenen unes mides més semblants a les de Scarlett Johansson que a les de Pippi Langstrump i que posen a les portades com pin-ups. A més a més, adopten un paper submís en històries en què l'únic objectiu és aconseguir el xicot que està en joc. Amb un uniforme recurrent de minifaldilla i camisa, són omnipresents tant en el manga, com en la seva versió audiovisual, l'*anime*.

Aquest model ha saltat del paper a la realitat perquè els *otakus* —els seguidors del còmic japonès— són molt aficionats a disfressar-se dels seus personatges preferits —el que es coneix com a *cosplay*— en cites massives com el Saló del Manga. La influència de l'estètica nipona també ha arribat al públic masculí. En el mateix *shojo*, l'androgínia dels nois ha inspirat modes adolescents com les dels *emos*, amb llargs serrells que els tapen un ull a l'estil Black Jack, l'heroi clàssic d'Osamu Tezuka.

**Pornografia i filòsofs amb escot**

Més enllà de l'àmbit editorial, el que sempre ha provocat més polèmica és la utilització d'aquests patrons de joves en els dibuixos animats pornogràfics, el *hentai*, un gènere de gran popularitat en les pàgines web de vídeos per a adults. Excepte en el cas del *hentai*, la permissivitat social que es té amb els estereotips del manga contrasta amb les crítiques que reben al-

guns productes locals: els creadors de *Tadeo Jones*, per exemple, van ser criticats perquè la protagonista femenina, la Sara, s'inspirava en Lara Croft, un dels grans mites eròtics contemporanis des que va néixer als videojocs. Massa per a un film infantil.

Malgrat les controvèrsies, l'obsessió dels autors de manga per les col·legiales també ha donat obres surrealistes. Així, el *mangaka* Junji Hotta, un apassionat de la filosofia, va convertir pensadors com Heidegger i Descartes en estudiants escotades que dissertaven sobre l'existència de Déu. —



Una de les col·legiales del manga *Las flores del mal*. © SHUZO MIZUNO / KODANSHA LTD.

LOGITRAVEL.com
Paquets   Creuers   Circuits   Esquí   Gangues   Vols   Oci

**¡No t'imagines el que t'espera!**

**futuroscope**

**ENTRADA FUTUROSCOPE 1 DIA PREU ESPECIAL**

**des de 39€**

Preu per persona, vàlid per a determinades dates de 2015. Despeses de gestió 0€. Consulta les condicions d'aquestes promocions a la nostra web. Preu subjecte a revisió d'acord amb l'ÍNDEX 12007. Agència de viatges en línia amb el C/ BAL.471.

## Dia Internacional de les Dones Sexualitat precoç

## Un nòvio que no és tan dolç

Arriben a l'Estat les "relacions de sucre": un home ric que paga a canvi de la companyia d'una noia

ANNA MASCARÓ  
PALMA

Obrir-se un compte de *sugar babe* és molt senzill: en pocs minuts ja tens accés als perfils de *sugar daddies* de la teva zona, com el d'un jove de Barcelona que als 29 anys busca una noia per menys de 75.000 dòlars, o el d'un pare de família de 47 anys que es presenta com a algú amb "una habilitat especial per connectar amb les dones i per entendre-les". A primera vista, aquesta web de cites és molt similar a altres pàgines com Meetic, amb el to juvenil i desenfadat de Tinder. La distingeix, però, el fet que la relació que s'estableix és de pagament, entre un home ric i la seva *sugar babe*, una noia jove disposada a oferir-li "la seva companyia" a canvi de diners.

Fa prop de nou anys que aquesta web (TheSugarBabes.com) va aparèixer als Estats Units, i des del 2014 té presència a l'Estat. Una promoció de la pàgina assegura: "Sis *sugar babes* per cada *sugar daddy*", i en el cas d'Espanya l'estadística gairebé es compleix: 60 noies (19 de les quals són de Barcelona, 6 de les Balears i 2 del País Valencià) per 12 homes (5 també de Catalunya), tot i que la xifra de *sugar daddies* era més alta a l'estiu, quan s'hi sumaven turistes buscant "conèixer una espanyola" que els "ensenyés la ciutat", tal com demanava un usuari al setembre.

Tot i que la web ofereix l'opció als nois de convertir-se en *sugar boys*, i a les dones de fer el paper de *sugar mommy*, la realitat és que gairebé tota la publicitat i el disseny de la pàgina pressuposen que ha de ser un home qui financï una noia jove i atractiva. El prejudici es compleix: no hi ha cap *sugar mommy* a l'Estat, i només hi ha dos *sugar boys* a Barcelona, interessats en altres homes.

A priori, la web no facilita trobades que necessàriament hagin d'acabar en sexe, però és impactant la franquesa amb què tant usuaris com administradors parlen de diners: "És important que deixis les coses clares", recomana el lloc web mentre et crees un perfil, i requereix que empenis la pestanya d'"ingressos", on pots exigir entre 50.000 i més de 25 milions de dòlars. Estem parlant de prostitució?

La cap de relacions públiques de l'empresa, Angela Jacob Bermudo, ho nega categòricament: "La diferència clau entre ser una *sugar babe* i una prostituta és la paraula *relació*", i descriu les relacions "de sucre" com la típica "de nòvio-nòvia, només que amb un incentiu econòmic afegit". Bermudo assegura, a més, que no permeten "prostitutes conegudes" a la seva web, i deixa clar que "aquest no és un lloc d'últim recurs per a les dones que no tenen més remei que buscar un home ric". És difícil saber com deu ser la



**BUSCANT 'NÒVIO'**  
La web ja és present a tot el món. A l'Estat hi ha 60 noies per 12 homes. XAVIER BERTRAL

**Expansió**  
El 'servei' es va crear fa nou anys als EUA i ara ja té presència a l'Estat

**Defensa**  
"Són com una relació típica però amb un incentiu econòmic", diu l'empresa

seva vida real darrere la imatge del perfil, però és cert que les noies que es fan dir *sugar babes* no sembla que estiguin en una situació desesperada: de les registrades a Espanya, cap no arriba als 28 anys, moltes es presenten com a estudiants i a les fotografies duen roba elegant. A més a més, en cap cas parlen de sexe a les presentacions, malgrat que la pàgina faci especificar, per exemple, si "tot és natural" o si portes "algun pírcing".

Llegint el perfil de la majoria dels *sugar daddies*, com el d'un home de 46 anys que busca "algú amb qui viatjar i compartir les coses boniques de la vida", fa la sensació que aquests homes s'escuren la butxaca per comprar una fantasia: que són capaços d'enamorar una noia bonica i delicada en la flor de la vida. De fet, la mateixa pàgina recomana a les "*babes*" que es mostrin "afectuosos", i les encoratja a intentar que la seva relació amb l'home sigui exclusiva. L'intercanvi, doncs, és senzill: un *sugar daddy* només ha d'entrar al seu perfil per trobar les sol·licituds d'amistat de les joves, triar-ne una i organitzar una trobada, sense que l'empresa hi tingui res a veure ni s'endugui cap comissió (els beneficis els reben de les quotes que paguen els usuaris pel seu compte). Després d'un parell de cites, el "*daddy*" pactarà les condicions econòmiques i, si la noia ho accepta, començarà el joc, i no tornaran a parlar del seu tracte de compra i venda. —

## "Els 'sugar daddies' estan destrossant la nostra joventut"

MARTA RODRÍGUEZ  
BARCELONA

La Mavuso encara no ha fet els 18 anys i porta a coll la seva filla Stheh, de 10 mesos. Del pare de la criatura no en sap res des del moment que li va comunicar que estava embarassada. L'home li doblava l'edat i era el seu "*sugar daddy*", explica la noia amb tota normalitat. Viu en un poblat a Sud-àfrica, on com en altres països africans o de tradició anglosaxona és força usual que les joves tinguin un nòvio que supera els 30 anys, amb un poder socioeconòmic superior a la mitjana de l'àrea on es mou i que surt amb adolescents o joventes amb menys recursos.



La Mavuso jugant amb la seva filla Stheh al seu poblat. MARTA RODRÍGUEZ

Mickey Chopra és responsable del Consell de Recerca Mèdica de Sud-àfrica i ha estudiat el fenomen, acceptat socialment però que té conseqüències sanitàries, com l'augment de malalties de transmissió sexual, els embarassos no desitjats o l'abandonament escolar. "Cada cop que mantenen relacions sexuals o es veuen, l'home els acaba donant petits regals, o una mica de diners, però no és un embolic d'una nit", relata Chopra. El cas de la Mavuso s'ajusta perfectament a aquest retrat. La noia recorda que se'n va enamorar perquè el nòvio la tractava bé i la duia a tavernes o cadenes de menjar ràpid on la convidava "a tot el que volgués".

Més que sentir amor, les noies com la Mavuso queden "enlluernades" per la posició social d'aquests homes i no dubten "a utilitzar el seu sexe" per obtenir "la riquesa que aquests *daddies* projecten", apunta Lebo Ramafoko, de l'Institut de Salut Soul City de Johannesburg. En tot cas, sempre és una relació basada en "el desequilibri", alimentada per la "cultura de materialisme vulgar i de consumisme associada a la llibertat". Fins i tot el govern sud-africà ha sortit al pas per reclamar cautela als homes: "Els *sugar daddies* estan destrossant la nostra joventut". —