



*Tenemos un problema. Y no es solo legal. Que a veces también lo es. Hablamos de valores. Hablamos de mujeres, no de objetos. De su dignidad*

Quería escribirte sobre esto hace ya tiempo. Ponerlo negro sobre blanco. Quizás nos estemos “aclimatando” a algunas cosas de las que te voy a hablar. Pero -y aquí no hay un “quizás”- me temo que estamos empezando a recoger **alguna que otra tempestad.**

De cualquier manera el blog está para **hacernos pensar...** ¿O no?

Además, si callamos ¿quién dirá que el rey va desnudo? Ya conoces el cuento de **Andersen.**

No voy a hablar del rey -como el niño del relato-. Sí que pretendo denunciar una situación. Sin estridencias, pero con el mismo **desparpajo y claridad** con que lo advirtió el chaval. No me considero feminista, pero no dudo coincidiré con muchas de ellas -y ellos- en mi hartazgo.

**“ Un día cualquiera en una parada de bus**

Un pequeño -como el de aquel cuento, pero este de verdad- sale de casa y nada más pisar la calle se da de bruces con una foto gigante de una joven en ropa interior. En actitud sensual. Aunque el chavalín aún no sabe qué es eso de sensual ni le importa.

Haga calor o frío, llueva, nieve o granice, allá está la esbelta joven, melena al viento. Podríamos decir que lo que el anunciante vende -poca tela y algo de encaje- es lo que menos se ve. Perdona que sea bruto, pero el ejemplo es real: **lo que el pequeño no ha vivido en casa** (y tiene madre y hermanas) **se lo enseñan en la parada del bus escolar**. Día tras día.

### “ Otra mañana cualquiera en una tienda

En este caso es la madre del niño de la parada de bus. Treinta y tantos años. Se dirige a comprar en un comercio consciente de que habrá de superar un gran obstáculo. **Un 40% de las mujeres tiene problemas para encontrar su talla de ropa**: “Los consumidores se quejan de que **las medidas no son reales**”. Lo leíamos hace poco en un diario digital ([aquí](#)).

Más: La presidenta de la Federación de Mujeres Jóvenes, María Jesús Mage, subrayaba recientemente: “La industria de la moda **te exige una imagen perfecta**... Esta situación genera **daños** sutiles y estamos detectando **muchos problemas de anorexia y bulimia**, derivados de esta **obsesión por los cuerpos 10**”.

Mientras tanto, otra joven, a través de *change.org*, inicia una campaña **contra la extrema delgadez de algunas modelos** de pasarela. Y se plantean **denuncias** por la utilización de maniquíes anoréxicas. ¿De qué pretenden ser “modelo”?

Algunas de las que desfilaban han llegado, por cierto, **a perder la vida por trastornos alimenticios**...

### “ Por otros lugares

Ya no madre e hijo, la familia al completo, como tú o como yo, nos encontramos inopinadamente -vayamos donde vayamos- con tuneadas y esculturales **figuras publicitarias**, sobre todo femeninas. No pocas veces con un indiscutible grado de provocación y tan trampeadas como el **Photoshop** lo permita.

Mujeres retocadas **a golpe de cincel digital**, por si el entrenador personal, el bótox o la estética no han llegado a la “excelencia”.

La cruda realidad es que, con esos referentes, **en pleno siglo XXI la mujer** vive en determinados ámbitos **una presión intolerable** para mostrarse en todo momento **“perfecta”** en su apariencia externa.

Algo de eso te contaba en el post **‘De la belleza’** (haz clic [aquí](#)).

Pues bien. Con imágenes similares de similares féminas pretenden vendernos de todo; y todo en una especie de **falso “pack”**: ya sea una bebida, o ese descapotable de lujo al que adjuntan *une femme fatale*, o aquel perfume embriagador que “las atrapa y enamora”.

Podríamos hacer un amplio elenco de la oferta con que -en la vida digital y en la real- nos hacen **spam** en esta materia...

Por no acabar mencionando los -para algunos también “normales”- **anuncios de contactos**, que siguen campando a sus anchas en diarios generalistas o en otros medios, y en los cuales la mercancía de uso y disfrute son, **directamente y sin tapujos, las propias publicitadas. Que se alquilan.**

**“ Y después de este paseo, ¿un rato adicional de ocio?**

Si vamos más allá del plano físico, constatamos que la actual sociedad mediática y mediatizada nos presenta como ¿referentes? a **las “famosas”**.

No te hablo de investigadoras, científicas, académicas, empresarias... No. Aludo a esas que salen tanto en la tele, en revistas... hasta en la sopa, **sin ser ejemplo de nada.**

Mujeres -y hombres- **de exclusiva al por mayor, de pública vida íntima.** Esas que airean a golpe de talonario lo de que **se les rompió el amor...** O -pasada semana y media- lo de que **“se han vuelto a enamorar locamente”** de alguien más. Y suma y sigue...

Cabe finalmente, pero no en último lugar, fijarse en **los modelos “culturales” que se difunden en algunas series, películas, vídeos, videojuegos... y hasta en el deporte**, cuando directa o subliminalmente presentan a la mujer como objeto de exhibición o disfrute. Carrocería.

Todo eso es lo que come, bebe o respira (conscientemente o no) **una parte de nuestra sociedad, infancia y juventud incluida.**

**“ No cabe usar al ser humano**

**Las personas fueron hechas para ser amadas y los objetos lo fueron para ser usados. El mundo va mal porque se aman las cosas y se usa a las personas.**

**Tenemos un problema.** Y no es solo legal. Que a veces también lo es. Hablamos de **valores**. Hablamos de mujeres, no de objetos. **De su dignidad.**

## Mujeres, no objetos

Publicado: Viernes, 22 Julio 2016 02:02

Escrito por José Iribas

---

**Tomemos cartas en el asunto. Hay mucho en juego.** Si no las tomamos... mal nos podremos quejar.

*José Iribas, en [dametresminutos.wordpress.com](http://dametresminutos.wordpress.com).*