

EL VIRUS DE LO ROSA CONTAMINA LAS REVISTAS PARA ADOLESCENTES

Un estudio de la AUC pone de relieve las carencias de estas publicaciones

El cotilleo, el gusto por los contenidos más banales y frívolos y la práctica ausencia de contenidos profesionales, culturales o de interés social son las principales características de las revistas españolas dirigidas a las adolescentes, según pone de relieve un análisis de estas publicaciones realizado por la ASOCIACION DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN.

El estudio, realizado a lo largo del primer semestre del año entre las revistas de mayor audiencia destinadas al público joven femenino, pone de relieve aspectos como los siguientes:

- ❑ Los cotilleos sobre los ídolos adolescentes ocupan el mayor espacio en este tipo de revistas, seguidos a distancia por los temas esotéricos: horóscopos, filtros para conseguir el chico de tus sueños o aprobar, etc.
- ❑ Dedicar escasa atención a aquellos contenidos destinados a potenciar las actividades de ocio: reseñas y críticas de cine, de libros o de discos; juegos informáticos, etc. Estos temas suelen aparecer como fondo para las informaciones sobre la vida íntima de los famosos.
- ❑ El sexo alcanza también una presencia significativa en estas revistas, aunque tratado de una forma testimonial y singularizada y rara vez desde el punto de vista formativo. Así, mientras que un tema como “la primera vez” aparece de forma recurrente, se tratan mucho menos aspectos como el sida y otras enfermedades de transmisión sexual, la prevención del embarazo, etc.
- ❑ Los sentimientos amorosos, las relaciones de amistad, la belleza y los problemas de la vida cotidiana aglutinan el conjunto de “informaciones prácticas” en estas publicaciones. Los temas de carácter intelectual, educativos o profesionales aparecen en mucha menor medida o no aparecen.
- ❑ La publicidad incluida en estas revistas contribuye a ofrecer una imagen de la mujer a la que solo le interesa potenciar su belleza a través de la cosmética y la moda para ser lo más atractiva posible al hombre, o bien ser la perfecta ama de casa, madre y esposa.

Según la ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN, el análisis realizado pone de relieve un preocupante deslizamiento de las revistas dirigidas a las adolescentes hacia el modelo acrisolado por la “prensa del corazón”, en el que lo único importante es el morbo que despierta la vida íntima de las personas, especialmente de los famosos. “En lugar de proporcionar de forma atractiva habilidades a las adolescentes para desenvolverse en la vida personal, profesional y afectiva, estas revistas ofrecen una visión de la realidad mítica, banal e ineficaz, cuando no perjudicial”.