Asher no da la talla

Asher Nash es un niño estadounidense de 15 meses. Su madre, Megan, envío días atrás su foto a una empresa publicitaria que preparaba una campaña para la firma textil OshKosh B'Gosh, y que pedía imágenes de chicos pequeños que pudieran modelar. Asher reunía los requisitos exigidos en cuanto a talla corporal y color de ojos y pelo, sin embargo, no pasó satisfactoriamente el casting.

Asher es un niño con síndrome de Down…

Cuando Megan preguntó a la agencia el motivo de la negativa, le dijeron que Oshkosh B'Gosh no había pedido "niños con necesidades especiales" –o lo que es lo mismo: que para comprar y vestir sus prendas sí que valen, pero no para modelarlas–. La joven madre compartió entonces las imágenes de Asher en la página de Facebook "Kids with Down Syndrome", donde han recibido miles de opiniones afectuosas y han sido compartidas más de 123.000 veces.

Tras el revuelo, Oshkosh B'Gosh se ha puesto en contacto con Megan "para entender mejor su perspectiva y darle información adicional sobre nuestro proceso de casting. (…). Tenemos muchas ganas de reunirnos con Asher y su familia, así como dar pasos para incrementar la representación de niños diversos en nuestro marketing". Ignoro si ha sido por la presión desde Facebook, pero ahora mismo la web de la empresa, entre las fotos de cuatro niños bajo la invitación *Share your genuine style*, muestra dos de chicos con Down.

La diversidad, sería preciso recordarle a la firma, no va solo de orientación sexual, ni debe ser tenida en cuenta únicamente por la influencia de un *lobby*. En todo caso, en lo que el "*lobby* Down" –si es que lo hay– cobra fuerza, vale tomar nota de que hace mucho, pero mucho más tiempo que las personas con necesidades especiales están aquí. Y que si compran la ropa donde mismo lo hacemos todos, algún derecho tendrán a ver a los suyos luciéndolas.