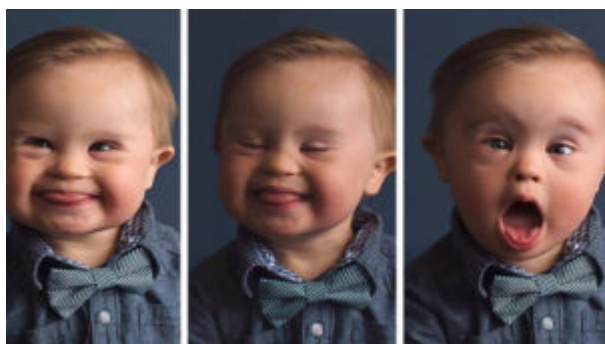


Asher no da la talla



Asher Nash es un niño estadounidense de 15 meses. Su madre, Megan, envió 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.