

Elena Valenciano, Carme Chacón, Carmen Lomana, Belén Esteban, Anne Igartiburu, Eugenia Martínez de Irujo y (hasta no hace mucho), su madre, la duquesa de Alba... Aristócratas, republicanas, nacionalistas de distintos espectros, socialistas y peperas, chicas de barrio y pijas, imputadas, presentadoras de televisión, delegadas del gobierno y amas de casa. El abanico de las fans del rubio es muy variado y, a la vez, una buena muestra de que hoy este color no distingue entre ideologías ni estilos de vida. Gusta a una abrumadora mayoría de mujeres, por razones variadas, aunque expertos y usuarias destacan una básica: el rubio sienta bien.

“Es cierto, es una tonalidad que suaviza las facciones, disimula el inicio de las arrugas y aporta mucha luminosidad –explica Jordi Vázquez, director técnico y artístico del grupo Llongueras–. Además, no solamente tapa las canas, sino que las disimula durante más tiempo: todo queda más difuminado, más suave...”. Las canas, que en países del norte de Europa no suelen representar un problema estético tan acuciante como aquí, son otra de las razones de peso para optar por este color. Incluso para aquellas

que no eran “rubias de pequeñas” pero que, al empezar con los reflejos para tapar los primeros cabellos blancos, acaban con melenas claras. “Sí, es frecuente que muchas mujeres, al querer cambiar el color de su pelo u ocultar canas, decidan hacerse mechas y, a menudo, este retoque acaba por volverlas cada vez más rubias”, observa Pablo Robledo, estilista de la firma de productos capilares Pantene. Es lo que le ha ocurrido a Luisa, una barcelonesa de 65 años, que de niña era muy morena y ahora luce una rubísima melena californiana, que aclara cada pocos meses: “Queda mejor, suaviza las facciones y tapa las canas... Yo así me siento mejor y punto”, afirma rotunda.

Otra razón importante para apostar por el aclarado es “que suele gustar lo que no se tiene”, como señala Cristina Cebado, responsable de comunicación del grupo homónimo. Si a esta característica tan humana se le añade “el que hasta ahora los estándares de belleza que veíamos eran mayoritariamente rubios” se entiende incluso más el furor por un tono que triunfa desde hace años en esta empresa de peluquerías, que abrió su primer salón a finales del siglo XIX, en 1892.

El color de la piel, los ojos y el cabello se debe a la presencia de un pigmento llamado melanina del cual existen dos tipos: la eumelanina, de colores café-negro, y la feomelanina, de tono amarillo-rojizo. El rubio natural es el producto de la presencia de un gen, el MC1R, que propicia la feomelanina. Este gen es muy abundante en el norte de Europa, la cuna del rubio natural, donde presenta hasta siete variantes. El cabello es especialmente claro en la zona del Báltico (en países como Suecia y Finlandia), y se oscurece casi de forma radial a medida que se aleja de este núcleo del amarillo puro. Los científicos vinculan esta presencia mayoritaria de los tonos claros en áreas con menos luz solar a la producción de la vitamina D, que requiere del sol para sintetizarse. La gente rubia y de piel clara es mucho más sensible a sus rayos, por lo que adaptando esta coloración saca provecho de sus efectos en zonas donde la luz natural escasea.

En España sólo un 9% de las mujeres es rubia de verdad. Según la encuesta *La mujer española y el Color* (L’Oreal Profesional, 2010) el tono natural más común del cabello es el castaño (74%), seguido del moreno (14%), el rubio (9%) y el pelirrojo (0,7%). El estudio concluye también que 9 de cada 10 españolas se han tintado el pelo en alguna ocasión. Y es aquí donde el rubio irrumpe con fuerza. Este tono (abarcando la gama que va desde el castaño claro al platino) supone entre el 70% y el 80% de las

Ruth Taylor interpretó a Lorelei Lee en la primera versión de ‘Los caballeros las prefieren rubias’ (1928)

GEORGE HORN

Suena el teléfono en una peluquería barcelonesa. Son las tres del mediodía, la peluquera y su ayudante atienden a dos señoras. La primera deja las tijeras y descuelga. Al habla la señora M., una de las clientas estrella del salón y pregunta si puede venir ya a arreglarse el pelo. Tiene una urgencia: “Me veo morena”, dice. En cuestión de minutos aparece la señora M.: una mujer mayor y elegante, con una cuidada melena sin rastro de gris que le correspondería a su edad. La base, en castaño claro, se ve amenizada por alegres reflejos dorados que, reitera, hay que potenciar, porque “se han oscurecido”.

Manos a la obra. Bata, toalla sobre la espalda, tinte, lavado y aclarado. Es una operación laboriosa que se repite cada día en miles de peluquerías y que tiene como fin aclarar las melenas oscuras de las españolas. Pese a la genética, los costes y el triunfo de bellezas ibéricas y tan morenas como Penélope Cruz, el tener el cabello rubio sigue siendo una aspiración de millones de españolas, independientemente de su posición social, territorial e ideológica. La infanta Cristina, Pilar Rahola, Joana Ortega, Dolores de Cospedal, Rosalía Iglesias (la mujer de Bárcenas),

“Es cierto, es una tonalidad que suaviza las facciones, disimula el inicio de las arrugas y aporta mucha luminosidad –explica Jordi Vázquez, director técnico y artístico del grupo Llongueras–. Además, no solamente tapa las canas, sino que las disimula durante más tiempo: todo queda más difuminado, más suave...”. Las canas, que en países del norte de Europa no suelen representar un problema estético tan acuciante como aquí, son otra de las razones de peso para optar por este color. Incluso para aquellas

TODAS RUBIAS

Texto Eva Millet

Un proverbio malicioso dice que muchas mujeres no envejecen, se hacen rubias. Millones de ellas invierten tiempo y dinero para teñirse de un tono –del castaño claro al platino– que ya no distingue clases ni territorios, ni ideologías: es mucho más que una moda



GEORGE HORN

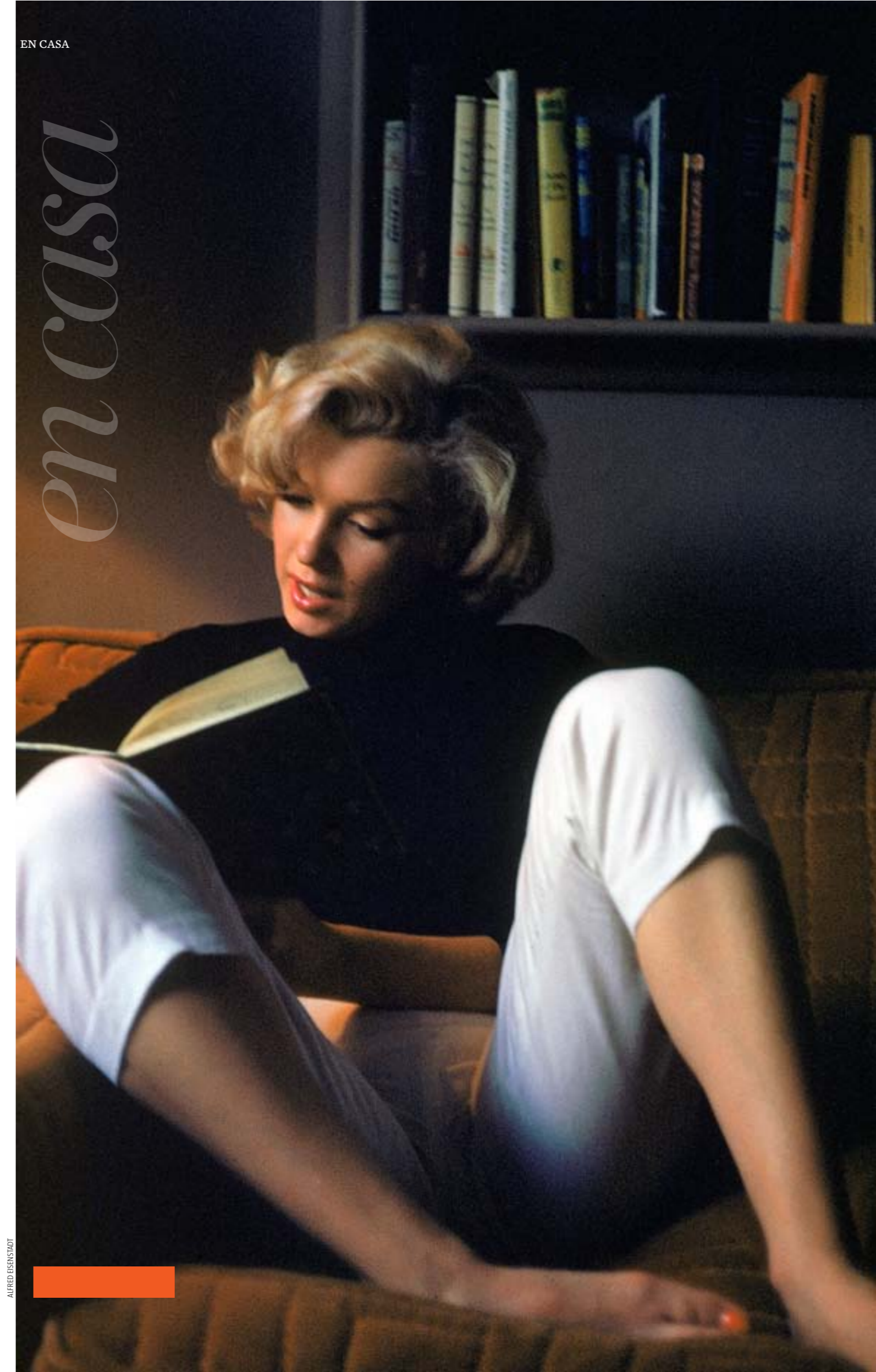
Una amplia paleta
Platino, ceniza, maíz, dorado, arena... El rubio tiene muchos tonos y matices, que hacen que las posibilidades de personalizar este color sean múltiples. Esta es, como señala Cristina Cebado, la tendencia actual: “El platino o una melena de color uniforme es algo que se lleva cada vez menos. La gente matiza y busca tonos muy naturales, propios: la personalización es cada vez más habitual”. El precio para convertirse en rubia varía pero, en general, no es barato, en especial si el tono de base es oscuro. En peluquerías de alta gama, la aplicación de un color ronda los 25-30 €, mientras que los reflejos (las mechas), pueden superar los 60 €. Los precios de los tintes caseros oscilan entre los 5 € y los 10 €.

Marilyn protagonizó la versión de 1953 de ‘Los caballeros las prefieren rubias’

En la figura de Rosalie Duthé estaría el origen del mito de la rubia tonta



AUFRED BEHNSTADT





M.ª Dolores de Cospedal



Eugenia M. de Irujo



Julia Otero



Elena Valenciano

UN ESTUDIO AVALA QUE AÚN SE ASOCIA SER RUBIA CON SER TONTA

► coloraciones que se realizan en los salones de las peluquerías Cebado. Una cifra similar se da en Llongueras, donde el 70% de los tubos de tinte que se sirven también son de tonos rubios. Una demanda que mueve mucho dinero en los salones de belleza profesionales y con los tintes caseros.

Porque el rubio ya ha dejado de ser algo exclusivo para un tipo específico de mujer, de nivel adquisitivo alto y talante más bien conservador, que lucía el *rubio Turó* o el *rubio Pedralbes*, para popularizarse de forma contundente. “Sí, es cierto: cuando yo empecé, hace 40 años, trabajaba en el salón de la parte alta de Barcelona y ¡todas eran rubias!”, recuerda Jordi Vázquez. “Yo vivía entonces por la catedral y allí apenas se veía este color. Ahora está en todas partes, y no sólo entre las mujeres maduras: hay mucha gente joven que se lanza a ser rubia”.

Pablo Robledo también detecta desde hace tiempo lo que llama “boom del rubio”. “Sí, se ha democratizado. Ya no es una cuestión de clases. Las imágenes que llegan de la moda, el cine, el mundo de las famosas influyen en la imagen que las mujeres quieren tener, independientemente de su posición social”, afirma.

“El rubio fue un símbolo inicial de estatus para aquellas mujeres que querían demostrar que tenían acceso a productos de color, implicaba diferenciación, pero ahora las cosas han cambiado y es más una seña de identidad que una voluntad de demostrar estatus”, añade Daniel Córdoba Mendiola, director de la consultora The Hunter. Este cazador de tendencias señala otro matiz histórico del rubio, vinculado a la liberación femenina: “En los sesenta era el tono de las mujeres que venían a visitar España desde otros países de Europa (en especial las británicas y las escandinavas), con todo lo que tenían de sofisticadas y avanzadas”. Sin olvidar la posterior explosión de rubias en la televisión y el cine en los ochenta: “Una década en la que este color adquiere connotaciones de un *empowerment* femenino asociado a aspectos como la independencia, el control y la sexualidad”.

Hace mucho que cabello rubio y seducción van de la mano. Una conexión que, como apunta la encuesta de l’Oreal, es la razón principal por la que las más jóvenes apuestan también por este color. “Las españolas de entre 18 y 24 años han adquirido el hábito de la coloración con el objetivo de sentirse más *sexis*”, asegura el estudio. Así lo declara el 53% de las encuestadas, mientras que el 46% dicen teñirse “movidas por el deseo de llamar la atención” y el 41% alegan que optan por el rubio “por las ganas de impactar con la melena”.

Este nuevo hábito responde a una vieja idea: los caballeros las prefieren rubias. Un concepto que avalan estudios de mercado y controvertidas teorías como la del antropólogo Peter Frost. Este canadiense, estudioso de la trayectoria del color del cabello, los ojos y la piel de los europeos, cree que la evolución del rubio en este continente se debe más a un proceso que él denomina de “selección sexual” que a la genética. Su teoría nos lleva a la fase tardía de la era glacial en Europa, hace entre 13.000 y 10.000 años, cuando los hombres escaseaban ya que eran diezmados por las fieras en sus expediciones de caza. Como la poligamia no era frecuente (los hombres, al habitar en zonas poco adecuadas para que las mujeres recolectaran comida, optaban por una familia), la competencia por conseguir pareja era feroz. Y, entre tantas mujeres para escoger, asegura Frost, las que sobresalían eran las rubias de piel y ojos claros.

Según el antropólogo, cuando hay un exceso de mujeres o de hombres y se ha de competir por una pareja “se acude a las mismas estrategias que los publicistas utilizan para llamar la atención, como el uso de colores brillantes”.

Pero si la rubia es antropológicamente más sexy, existe otro estereotipo, el de la rubia tonta. El cine, la literatura y la cultura popular se han encargado de fomentar este mito. Victoria Sherrow, autora de *The encyclopedia of hair*, señala que esta figura de la rubia tonta tiene su origen en la Francia del siglo XVIII, época en la que vivió Rosalie Duthé (1748-1830), una cortesana de melena dorada, al parecer, tan bella como vacua. Pese a sus supuestas pocas luces, sobrevivió más que holgadamente en el París de la época como compañera de reyes y aristócratas, escribió su autobiografía y fue modelo de Fragonard.

Marilyn Monroe, quizás la rubia más universal, también vivió estigmatizada por ese estereotipo, que sus primeras películas se encargaron de fomentar. En su papel como la explosiva Lorelei Lee en *Los caballeros las prefieren rubias* (Howard Hawks, 1953), los guionistas le hacen pronunciar frases tan idiotas que bordean la crueldad. Lorerei sólo se redime al final, cuando le asegura a su futuro suegro, que ella es muy capaz “de ser inteligente cuando se trata de un asunto importante”. Si bien añade: “Eso, a la mayoría de los hombres, no les gusta”.

En 1999, un estudio de la Universidad de Coventry, en Inglaterra, ratificó que el mito de la rubia tonta persiste. La muestra presentaba a una misma modelo, con cuatro distintos tonos de cabello, y pedía a un grupo de hombres y mujeres que la puntuaran por su inteligencia, timidez, agresividad... La rubia platino fue clasificada (especialmente por ellos) como “la menos inteligente”. El doctor Cassidy, uno de los responsables del estudio, calificó este resultado de “tremendo”, pues demostraba que los que calificaban a la rubia platino como más boba no eran conscientes que lo hacían por su apariencia. El psicólogo vinculó esta tendencia automática al estereotipo de la rubia tonta en películas, televisión y revistas *couché*.

Aunque siente mejor y guste más, ser rubia puede ser arma de doble filo. Las rubias no lo pasan tan bien como se cree. Ya se ve en *Los caballeros...*, donde se asegura que a veces la vida puede ser “muy dura” para una chica como Lorelei: “Especialmente si resulta ser guapa y, como yo, tiene el cabello rubio”. La frase es de Corinna Anita Loos, autora de la novela y el guión. Loos tenía el mismo nombre que una de las rubias del momento: la princesa Corinna zu Sayn-Wittgenstein, quien dijo en una entrevista que “ser mujer y rubia” es una combinación complicada. ■

¿Cree que los rubios y las rubias son más atractivos?
Opine en Lavanguardia.com/estilos-de-vida



Unos lugareños cortejan a una extranjera en una playa italiana en los sesenta