

Propuestas  
para la  
intervención  
pedagógica.

Continuación de  
Padres y Maestros  
nº 248 (28-32)

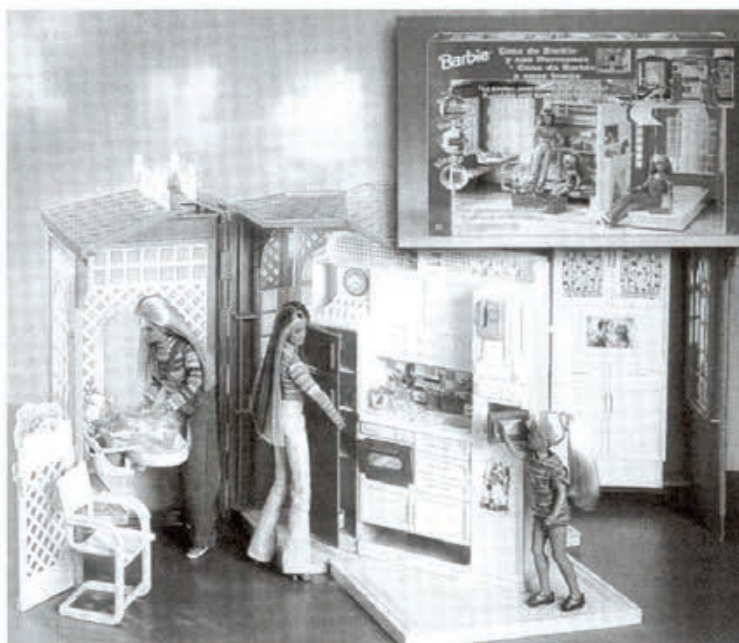
## ¡Y Barbie cumplió 40 años! (y II)

Carmen Pereira / Encarnación Sueiro

### Barbie y la mujer

#### Ideas previas

Tal como afirma Françoise Thébaud, (*Historia de las mujeres: V, El siglo XX*, 1993), en esta época se producen una serie de transformaciones sociales, culturales, económicas y políticas que repercuten en la vida de las mujeres como: el desarrollo tecnológico y científico, la sociedad de consumo de masas, las guerras y otros desastres... originan cambios sociales importantes en todos los aspectos de la vida femenina, así como el derecho al voto, al aborto, a una maternidad libre, sin peligro y planificada, a la irrupción definitiva en el mundo del trabajo, a la educación debido a su reconocimiento como sujeto de derecho...

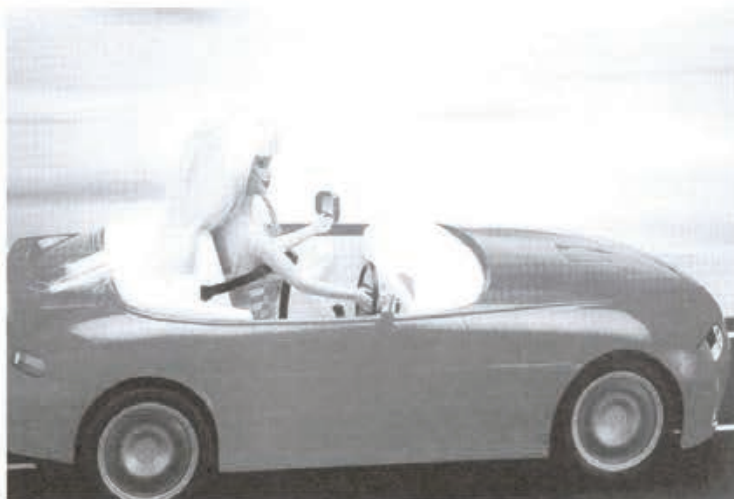


Cada vez, se hace más notoria la presencia de la mujer en el mercado de trabajo, igual ocurre en el mundo cultural y en el político. Asimismo, se ha incrementado su autonomía en relación con la institución conyugal -mediante la creación de empleo, la protección social asegurada, el alivio del trabajo de mantenimiento y cuidado de los miembros de la familia, lo cual permite, a su vez, una mayor participación e implicación en la vida social-, su acceso masivo a la educación y al trabajo remunerado y cada vez más digno, a pesar de la desigualdad de oportunidades escolares y laborales. Aunque consideramos que sigue siendo preciso insistir desde líneas de coeducación y sensibilización hacia el carácter equitativo de los empleos.

Todo esto arrastra consecuencias tales como la desaparición legal de la autocracia marital y el exterminio del ama de casa tradicional, la orientación izquierdista del voto femenino, el advenimiento de una democracia familiar en la vida cotidiana, la representación en cargos de responsabilidad y dirección, la aparición de nuevas relaciones amorosas y la modificación de la imagen y percepciones que mujeres y hombres tienen de sí mismas/os y del otro sexo.

También es el siglo en el que surgen nuevos ideales ambivalentes: el ama de casa-esposa-sumisa de los cincuenta, la mujer rebelde y reivindicativa de los sesenta, la *superwoman* de los ochenta y la mujer comprometida de los noventa; la liberalización sexual se desarrolla paralela a una objetualización del cuerpo de las mujeres, hacia la mejora en las condiciones de vida y a la aparición de modelos de comportamientos consumistas.

En este contexto podríamos situar a Barbie, entre las veinte marcas de más valor en el mercado mundial, el juguete más vendido en el mundo y la inspiración para los mejores diseñadores, innovadores y otros profesionales del ámbito de las artes y de la moda. Su imagen fue elemento de inspiración del artista Andy Warhol. (TAMBINI, M., *El diseño del siglo XX*, 1998). Barbie es uno de los símbolos culturales más influyentes de este siglo; sobre todo, si tenemos en cuenta que siendo una muñeca, no reconoce barreras de raza, lengua, edad, clase social e ideologías. Desde la óptica coleccionista, Barbie se sitúa en puestos de primer orden, logrando altas cotizaciones.



(FENNICK, J., *Muñecas Barbie. Breve guía de estudio e identificación*. Zendera Zariquiey, Barcelona, 1999). Como señalan Kate Mulvey y Melissa Richards, (*La mujer en el siglo XX*, 1998), ocupa el extremo opuesto del ideal de los 90 respecto a la pluralidad de la belleza, pese a lo cual sigue encarnando todo lo que nos parece valioso. Barbie da forma y vida a los sueños y a las aspiraciones de millones de niñas; de ella aprenderán feminidad y cuál ha de ser su papel en la vida y de aquellas aparecerán ideas que modificarán los cometidos y el aspecto de Barbie (*Barbie cumple 37 años*. Documental Canal Plus, 1996).

### **Barbie, ¿modelo a seguir?, ¿realidad o utopía?**

*En Gran Grupo se debatirán las cuestiones que se plantean a continuación:*

1. Después de haber leído lo anterior y guardando relación con lo mismo, vemos como Barbie accede al mundo laboral, para lo cual sus diseñadores le han asignado diferentes profesiones, tales como enfermera, azafata, dentista, astronauta, bailarina, profesora, doctora, piloto de las fuerzas aéreas, cirujana, candidata a la política, bombera, pediatra, propietaria de boutique, ingeniera, gimnasta, reportera.... ¿recordáis alguna otra que no figure entre las ya enumeradas? Sin embargo, no es ama de casa, limpiadora del hogar, modista, dependienta, empleada en una fábrica, camionera, secretaria, barrendera.... ¿A qué creéis que es debido?, ¿qué diferencias existen entre unas y otras profesiones asumidas o no por esta muñeca?
2. Si comparáis a Barbie con la mamá de Mafalda, que figura en la tira cómica que sigue, ¿qué

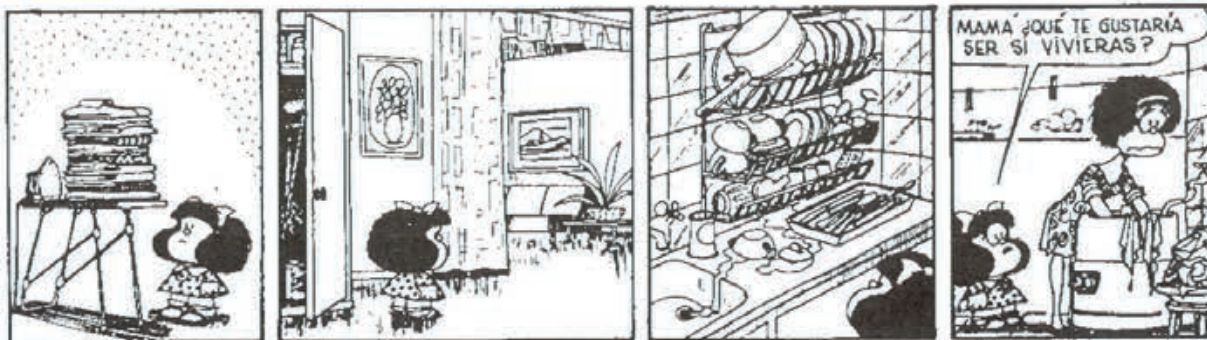
modelo de mujer se refleja?. ¿qué estilos de vida caracterizan a una y a otra? ¿Dónde están las semejanzas y dónde las diferencias entre ambas?

3. Pero Barbie, no sólo tiene variadas y estupendas profesiones, sino que, además, posee una intensa vida social que la obliga a tener más de mil sofisticados vestidos, con predominio del color rosa "chicle" y diseñados por modistos de renombre internacional; (Chanel, Armani, Benetton, Adolfo Domínguez, Lydia Delgado) con sus respectivos complementos, de ahí su concepción: "Barbie de día, Barbie de noche". La cuestión ahora sería: ¿cómo es posible compatibilizar una vida laboral y social tan intensa? ¿Sabéis de alguien, en vuestro entorno más próximo, que se asemeje a lo que de Barbie estamos diciendo?
4. ¿Qué pensáis sobre la frase que ella repite: "las chicas podemos hacer cualquier cosa"? o "Barbie, sí, sí, siempre juntas, sí", o "Los cursos de matemáticas son difíciles". ¿Qué significa ser una *superwoman*, como mencionábamos antes? Barbie, ¿se ajusta a lo que entendemos por una *superwoman*? ¿por qué?
5. Esta conocida muñeca parece tener todo lo que una chica desea y pueda tener: una muy buena figura, un atractivo y sofisticado novio, un trabajo elegante y decente, unos armarios repletos de hermosos y variados vestidos y complementos (sólo en zapatos puede elegir entre los mil millones de pares diseñados para ella), sin olvidar incluir en

su maletín todas las prestaciones de las nuevas tecnologías; además de sus flamantes Ferrari rojo y Jaguar rosa deportivo, su moto scooter, su autocaravana, su *mountain bike*, su equipo de submarinista, y cómo no, sus mascotas constituidas por: 16 perros, 10 caballos, cuatro gatos, un loro, un chimpancé, un oso panda, un león, una jirafa y una cebra. Como podemos comprobar, el fenómeno Barbie es inagotable. Pero es que además Barbie, desborda de una completa y total ausencia de problemas -domésticos, económicos, familiares, sociales, de pareja.... ¿Conocéis casos de hombres y mujeres, que se encuentren en la misma situación? Si no es así, ¿de qué estamos hablando?. ¿de una realidad o de una fantasía?. Si es una fantasía, ¿por qué intentamos imitarla? ¿Somos conscientes de todo lo que posee Barbie?

Podéis sondear algunos precios sobre Barbie y sus complementos en diversas áreas comerciales cercanas y comparar después las impresiones obtenidas. La casa Mattel establece una media de nueve Barbies por niña, ¿qué supone esta probabilidad a nivel económico?

6. Para ser feliz, ¿qué cosas nos parecen necesarias?
7. En el entorno donde nos movemos, ¿qué es más frecuente, encontramos con mujeres como la mamá de Mafalda o como Barbie? Comentad esta cuestión.



## Barbie y el amor

### Ideas previas

Las personas nacemos con diferentes **necesidades interpersonales**, tales como:

- La necesidad de establecer **vínculos afectivos estables y duraderos**: los vínculos de apego.
- La necesidad de disponer de una red de **relacio-**

**nes sociales**, como serían las relaciones de amistad, con nuestras compañeras y compañeros, con las personas que viven y actúan en nuestro ambiente más próximo,...

- La necesidad de **contacto corporal e intimidad**, que puede satisfacerse mediante las relaciones interpersonales íntimas, asociadas al deseo sexual, a la atracción y al amor hacia la pareja.

Todas estas necesidades de establecer relaciones con otros seres humanos interactúan entre sí a lo largo de nuestra vida. De este modo, la capacidad para comunicarnos íntimamente se aprende de la forma en que han ocurrido nuestras interacciones con las figuras de apego durante la infancia; también podemos decir que para muchas personas la mediación afectiva es importante para la práctica sexual, de tal manera que el cómo se desarrolle y funcione una, repercute en cómo lo hagan las otras y la satisfacción de las mismas es la que favorece la supervivencia de la especie.

Además de este carácter interdependiente, nuestras manifestaciones afectivas también son evolutivas. Esto es así en un doble sentido, por una parte, los distintos tipos de relaciones que las personas establecen con otras, son dependientes de las edades de las mismas y, por otra, dichas relaciones están sometidas a un proceso de desarrollo y maduración. Todo esto hace que exista una gran diversidad de orientaciones y preferencias afectivo-sexuales, así como diferentes estilos, modos y maneras, ... de responder a los mismos, dado que la sexualidad en las niñas y en los niños, en las jóvenes y en los jóvenes, en las adultas y en los adultos y en las ancianas y en los ancianos, en suma, en las mujeres y en los hombres, no tiene prefijado sus destinos.

Así pues, la sexualidad se convierte en una manera privilegiada de expresar nuestros afectos y nuestro amor hacia las demás personas, de favorecer el enriquecimiento personal, siendo la relación sexual una forma íntima de interaccionarnos con quien o quienes queremos.

### **Barbie ¿portadora de valores?**

Como ya sabemos, Barbie se relaciona con diferentes personajes: con su familia (Skipper, Tutti, Saacie, Shelly y Todd, hermanitas y hermanito, respectivamente, de Barbie: Francie y Jazzie, sus primos), su novio (Ken), sus amigas y amigos (Midge, Christie, Steffie, Kelley, Cara, Tracy, Whitney, Miko, Steven, Devon, Kayla, Jamal...), novios de su hermana y amigas, y con sus animales y mascotas preferidos (Dancer, Dallas, Fluff Honey, Sachi, Mitz Meow, Puppy Ruff,...).

Cada persona expresa sus sentimientos hacia las demás manifestándolos ante determinados actos. De la misma manera que Barbie quiere y es querida por su familia, novio, amistades y animales y mascotas preferidos, ella también hace y recibe algunas acciones. Con el ánimo de contagiar su felicidad y fantasía, organiza concursos titulados "Civismo, tolerancia y



solidaridad" y "Qué me gustaría ser de mayor". Las personas ganadoras disfrutarán de viajes para transmitir estos mensajes y hacerlos realidad en cualquier lugar del planeta. También en 1990, se celebró la Primera Conferencia Mundial de Barbie, convocando una muestra infantil procedente de más de 30 países distintos, cuyo objetivo era enviar un mensaje que lograra "un mundo mejor". Con motivo de su nombramiento como embajadora de Unicef, en 1997, en defensa de los problemas que atañen al tercer mundo; a través de Cáritas, Mattel donó miles de juguetes para los niños y niñas más necesitados. Además, Barbie se preocupa de añadir a su lista de amistades, entre otras, a personas con minusvalías físicas, a personas de las diversas razas culturas y de múltiples procedencias geográficas e incluso aquellas con ideas y gustos distintos a ella. Tras la caída del muro de Berlín, hace ahora una década, y en solidaridad con los países del Este, llega la Barbie de la amistad.

El éxito de ventas de la Barbie-médica, le llevó a colaborar en la Fundación de Lucha contra la Leucemia, dirigida por el tenor José Carreras. Recientemente extiende también su faceta de ayuda humanitaria en la "Campaña de prevención del cáncer de mama", así como en la elaboración de prótesis para facilitar el movimiento de las articulaciones en aquellas personas que viven estas dificultades.

Su red social es tan amplia que su acceso se obtiene de modo fácil a través de su incontable gama de

accesorios e incentivos (ropa, colonias, comidas), de sus libros y revistas, sus catálogos, sus canciones, sus propios programas de TV, sus películas, sus juegos en CD-Rom, sus páginas web a través de internet..., todo ésto consiguen de Barbie, dicen sus productores, una

muñeca activa, emprendedora, sin barreras profesionales, sin prejuicios raciales, solidaria, independiente y que se hace respetar. (ROGLAN, J., *Los felices 40 de Barbie*. Magazine, pp.64-68, Barcelona, 1999).

1. *A raíz de lo expresado anteriormente, comentad en Gran Grupo las siguientes cuestiones:*

- ✓ ¿Qué acciones realizáis vosotras y vosotros y cuáles recibís de vuestras familias, amistades, parejas...?, destacadlas.
- ✓ En las diferentes relaciones sociales que estableceis ¿notáis semejanzas y diferencias entre ellas?, ¿qué valores resaltáis en ellas?
- ✓ ¿Estáis de acuerdo en la idea que sobre Barbie mantienen sus productores?, ¿es preciso seguir a Barbie para conseguir esos objetivos?
- ✓ ¿Recordáis escenas, comportamientos, actitudes de Barbie como protagonista de acciones violentas y agresivas? ¿Conocéis complementos suyos que favorezcan esos modos de actuar? ¿Qué nos evoca Barbie en todo su conjunto: expresión de la cara, textura de su cuerpo, medidas, tonalidades, posibilidades de movimientos, sus mensajes, su persona, sus relaciones sociales, etc...?

2. *Conjuntamente, en el encerado se elaboran dos listas, una sobre los valores y otra, sobre los contravalores que nos aporta Barbie. Finalmente, se comenta todo lo plasmado.*

3. *A continuación, y en Pequeño Grupo, tenéis que unir con flechas estas dos columnas, en función de quien o quienes te suelen dar los siguientes mensajes de afecto.*

4. *Para responder en Pequeño Grupo:*

- ✓ ¿Cuál es el mensaje de afecto que con mayor frecuencia recibís?
- ✓ ¿Quién es la persona o personas que más manifestaciones afectivas realiza hacia vosotras/ os?
- ✓ Las mujeres y los hombres, ¿elaboran mensajes de afecto diferentes? Si es así, ¿cuáles son los más asiduos en las mujeres y cuáles en los hombres?
- ✓ Un mismo mensaje de afecto, ¿pueden emitirlo diferentes personas? ¿Cómo es posible ésto? Y, ¿hay algún/os mensaje/s de afecto exclusivo/s de alguna persona? ¿Cuál/es es/son? Si no está escrito, podéis escribirlo vosotras/os, Una rela-

ción sexual, ¿es un mensaje de afecto? Explicadlo.

- ✓ Fijaros en el caso de los mensajes emitidos desde la publicidad, ¿pensáis que las mujeres y los hombres reciben los mismos mensajes de afecto? Podeis seleccionar algún ejemplo y comentarlo.
- ✓ Estos mensajes de afecto que hemos enumerado en la tabla anterior, ¿tienen alguna relación con la sexualidad? Argumentad la respuesta dada.
- ✓ Alguno de los mensajes mencionados, ¿los ponéis en boca de Barbie y los personajes que la rodean o de otras/os muñecas/os cuando jugáis o jugasteis con todos ellas/os?

5. *Una persona portavoz de cada Pequeño Grupo expone al Gran Grupo las ideas más destacadas. ■*

Te acompaña a casa

Juega contigo

Te coge de la mano   madre

Te da un beso   padre

Te llama por teléfono   novia

Pasea contigo   novio

Te acaricia   hermana

Te pregunta por tus cosas   hermano

Te acompaña al cine   abuela

Te cuida   abuelo

Te felicita   amiga

Te hace regalos   amigo

Te dice piropos   compañera

Te hace guiños   compañero

Te abraza   otros/otra:  
especificar

Te acompaña a clases