

El nacimiento  
y la evolución  
de la muñeca

Barbie:  
Propuestas  
para la  
intervención  
pedagógica.

## ¡Y Barbie cumplió 40 años! (I)

Carmen Pereira / Encarnación Sueiro

Barbie nace en 1959, sus creadores Ruth Handlers y Elliot Mattel se inspiran en la lasciva "Lili", una muñeca adulta alemana, concebida durante la II Guerra Mundial. Era la protagonista de una revista de cómic, vinculada a un mundo de hombres donde satisfacía favores sexuales.

La muñeca fue bautizada con el nombre, en diminutivo, de la hija de su descubridora, Barbie. Y Ken, con el del hijo. Como Bárbara, su hija, se pasaba largas horas recortando y vistiendo muñequitas de papel, a su madre se le ocurrió la idea de diseñar una muñeca de plástico de 29 centímetros, a la que las niñas puedan peinar, vestir, hablar... es decir, darle la personalidad que cada niña deseara recreándose en un mundo de felicidad y fantasía.



Magazine, marzo 99

Su presentación en la Feria Anual del Juguete de New York no obtuvo gran éxito por parte de los padres, mientras que la aceptación rotunda de madres e hijas provocó un incremento de ventas escandalosas.

Pasamos a ofrecer, de modo breve, unas pinceladas para acercarnos y tratar de intervenir pedagógicamente en el fenómeno social "BARBIE".

## A propósito de Barbie y la familia

### Ideas previas

En la misma línea de Inés Alberdi (*La nueva familia española, 1999*), la familia es la institución que vincula a las personas y a la sociedad, y lo hace desde que nacemos, cumpliendo dos funciones: abrimos el camino hacia ella, socializándonos, y ofrecemos apoyo. Los modelos familiares se configuran en las culturas como una estructura crucial en la transmisión de la sabiduría de un pueblo.

La familia es el lugar donde se construye la identidad individual y social de las personas. Éstas se identifican a sí mismas a través de las relaciones interpersonales significativas, que son inicialmente los miembros de su familia, y con las otras generalizadas, y que son los miembros de la sociedad.

Formar una familia es una tarea en la que los componentes son sus propios agentes, quienes se implican en una búsqueda coparticipativa, adecuándose a unas necesidades y recursos comunes.

La familia, es una institución que se encuentra en el centro vital de la sociedad, que se ha visto afectada por todos los cambios socio-económicos, culturales y políticos de estos años y que se ha ido transformando. Coincidiendo en el pensamiento de la autora anteriormente citada, podemos afirmar que a finales de este siglo, nuestra sociedad está dominada, al menos de manera simbólica, por los valores definidos en la ley, reflejados en las actitudes mayoritarias de la población, por las ideas de igualdad, solidaridad y libertad.

Todos los cambios han favorecido la existencia de determinados problemas y convivimos con muchos conflictos derivados de las transformaciones producidas en el ámbito de los valores, como: el nuevo reparto de tareas dentro y fuera de casa, las cifras en alza de divorcios, la reducción del espacio físico de los hogares,... y también, como consecuencia de estas



alteraciones, surgen diferentes modelos de familia: (Pereira, C. y Sueiro, E.: "Familia y Publicidad". Rev. *Padres y Maestros*, nº 242, (1999) pp. 28-35).

- **Familia extensa:** formada por la madre, el padre, hijas/os y nietas/os, pudiendo también convivir tíos y tías solteras/os.
- **Familia nuclear:** constituida por madre, padre y 1 ó 2 hijas/os.
- **Familia uniparental:** integrada por madre e hijo/a o por padre e hijo/a.
- **Familia pluriparental:** establecida por la nueva unión de 1 ó 2 personas divorciadas.
- **Familia de hecho:** alternativa sin vínculo legal.
- **Familia sin hijas/os:** decidido de mutuo acuerdo.
- **Familia homosexual** donde falta uno de los modelos parentales.
- **Persona sola:** en la actualidad, una opción cada vez más frecuente.

### ¿Cómo es la familia de Barbie?

1. Sabemos que la familia de Barbie se compone de:

#### — hermanas y hermanos:

- \* Skipper, hermana presentada en 1964.
- \* Todd, hermano menor que aparece en el mercado en 1966-68.
- \* Tutti, hermana menor, exhibida en 1966-71.
- \* y Shelly, hermana pequeña, surge en 1995.

#### — primos:

- \* Francie, presentado de 1966-76.
- \* y Jazzie, conocido en 1989.

#### — novio:

- \* Ken, su presentación social se hace en 1961, dos años después del "nacimiento" de Barbie. (Tosa, M.: *Barbie, 40 años de fantasía*. Cartago, Palma de Mallorca, 1999).





## 2. Para responder en Pequeño Grupo:

- ¿Podrías enumerar algún miembro de la familia de Barbie que nos falte y que haya "nacido" en los últimos cinco años? ¿Tiene Barbie una madre y un padre? ¿Por qué pensáis que ocurre esto?

- ¿Conocéis a alguna persona que "haya nacido" sin padre ni madre?

- ¿Qué edades tienen sus hermanos cuando aparecen en el mercado? ¿Y Barbie?

- ¿Por qué surge Barbie a esa edad y no a otra? ¿Qué os parece?

- El novio de Barbie, Ken, ¿se podría considerar un miembro de la familia? ¿por qué? Si tomamos como referencia la definición de familia dada anteriormente, la novia o el novio de cualquiera de vuestros hermanos y hermanas, ¿podría ser tenido/a en cuenta como parte integrante de vuestra familia? ¿por qué?

- La muñeca Barbie cumplió 40 años, sin embargo, aún teniendo novio desde hace bastante tiempo y desfilando ambos en variadas ocasiones, con diversos modelos propios de ceremonias nupciales, ¿ha decidido en algún momento casarse o compartir su vida?, ¿ha tenido hijas o hijos?, ¿cómo interpretáis este hecho?

- Barbie, además, tiene múltiples profesiones que la mantienen ocupada fuera del hogar, ¿pensáis que si Barbie sale de casa para trabajar, es motivo para influir en su futura planificación familiar?

- En vuestra familia, si comparáis el trabajo desarrollado por vuestras abuelas con el que realizan vuestras madres o con el que pensáis hacer vosotras, seguro que os percatáis de que cada vez son más las mujeres que trabajan fuera de casa. ¿Qué consecuencias positivas tiene, para la familia, el que las mujeres, cada vez en mayor porcentaje, trabajen fuera del hogar? ¿Cómo afecta esto en el reparto de las tareas domésticas, en el número de hijas e hijos que se tengan, en la educación que se imparte a ellas y a ellos, en la economía familiar, en las relaciones parentales, en la relación de pareja, ...?

- Si volvemos a la definición de familia mencionada anteriormente, ¿creéis que Barbie realmente tiene una familia? ¿Por qué?

3. Una persona portavoz de cada Pequeño Grupo expondrá al Gran Grupo lo que han realizado. Se discutirán las respuestas dadas en Gran Grupo.

4. Se propone a los miembros del grupo-clase que busquen y traigan de casa, para el próximo día o semana, la publicidad variada de revista o prensa donde se aprecien diversas tipologías de familia. Para ello, se apoyarán en los modelos referenciados en los párrafos anteriores.

5. A continuación, en Pequeño Grupo se selecciona y clasifica la publicidad traída al aula, en función de los diferentes tipos de familia hallada. Cada grupo intenta señalar en qué modelo de los encontrados estaría la familia de Barbie y por qué.

6. Por último, en Gran grupo se exponen, analizan y se reflexionan los resultados propuestos.

## Sobre la imagen corporal de Barbie

### Ideas previas

Sabemos que la imagen corporal es uno de los elementos que componen la autoestima y ésta es la suma de los juicios que una persona tiene acerca de sí misma; es decir, la capacidad que las personas tienen de sí mismas (cómo se ven, se presentan, representan, interpretan, etc ...) y la valoración o grado de satisfacción con dicho tema (si se gustan o no, si se

ven positivamente o no, se aceptan o rechazan, etc...), (López, F., *Educación sexual de adolescentes y jóvenes*, Siglo XXI, Madrid, 1995).

La persona que se considera capaz y valiosa, se conoce y es consciente de sus cambios, crea su propia escala de valores y desarrolla sus capacidades y se acepta y respeta, decimos de ella que posee una **autoestima alta**. Por el contrario, aquella persona que no se conoce, que tiene un concepto pobre de sí misma y que no se acepta ni respeta, pensamos que posee una **autoestima baja**.

Si bien cada ser humano hace una valoración global acerca de sí mismo, condicionado por la existencia de las dimensiones específicas de la autoestima, que serían las siguientes:

- **Dimensión física:** hace referencia a la combinación entre el aspecto exterior o imagen corporal y las capacidades físicas.

- **Dimensión social:** atañe al modo de sentirse aceptado o rechazado por las personas del mismo grupo, formando parte del mismo.

- **Dimensión afectiva:** aunque muy relacionada con la capacidad anterior, alude a cómo sentirse simpática o antipática, estable o inestable, valiente o temerosa, tímida o asertiva, tranquila o inquieta, de buen o de mal carácter, generosa o tacaña y equilibrada o desequilibrada.

- **Dimensión familiar:** son los propios sentimientos que tiene el ser humano como partícipe del primer núcleo social: cómo se siente estimado, valorado, seguro... desde el afecto y respeto que recibe de quienes la componen.

- **Dimensión escolar/laboral:** referida a nuestro ámbito formativo y de trabajo. Aquí, la autoestima vendría dada por la valoración que hace la persona acerca de si es, o no, lo "suficientemente buena".

- **Dimensión ética/moral:** relacionada con cómo conseguir ser una buena persona, de confianza, con actuaciones y comportamientos adecuados, frente a la persona mala y poco deseable.

- **Dimensión Global:** se refiere a la valoración integral que realiza la propia persona, basada en la evaluación de todas las áreas antes mencionadas.

Centrándonos en la imagen corporal, podemos señalar que la misma es la expresión externa de cómo somos, es la manera a través de la cual nos ven las de-

más personas y nos vemos en el espejo. Es por eso que la imagen corporal está presente en todas las relaciones y valoraciones que hacemos sobre nosotras y nosotros mismos.

### ¿Qué imagen manifiesta Barbie?

1. Reunir, con la colaboración de toda la clase, cinco modelos diferentes de muñecas Barbie.

2. Se divide el aula en cinco Pequeños Grupos y se distribuye un modelo a cada uno, para que respondan a:

- Observar el conjunto de la muñeca para describir sus características como mujer, ¿cómo se presentan sus rasgos fisiológicos?, describidlos.

- Marcar con una X en el siguiente cuadro, al lado del calificativo que creáis que corresponde a la muñeca que tenéis delante y por qué:

CARIÑOSA	
INTELIGENTE	
ESBELTA	
SANA	
VALIENTE	
EXPRESIVA	
GUAPA	
EMPREDEDORA	
SIMPATICA	
RESPONSABLE	
GENEROSA	
ATRACTIVA	
SEXY	

- De los calificativos señalados, ¿cuáles hacen referencia a la imagen corporal y cuáles a la forma de ser?

- ¿Cuáles os parecen los calificativos positivos y Cuáles los negativos?

- De todos los adjetivos marcados, debéis escoger aquel que más os gustaría que se aplicase a vosotras/os mismas y por qué.

- Las cualidades de cariñosa, inteligente, sana, emprendedora, simpática, generosa, valiente y responsable, ¿podrían aplicarse también a una muñeca





menos guapa, menos esbelta, menos atractiva, más gruesa...? y ¿a una persona con minusvalías?. ¿qué características valoráis en un ser humano?, describidlas.

- Si comparásemos los atributos referidos a la imagen corporal con los que hacen referencia a la manera de ser, ¿cuáles creéis que son más estables, duraderos y valiosos con el paso del tiempo?

- ¿Sería posible que existiese alguna persona sin calificativos positivos?

- Y volviendo a Barbie, ya sabéis que esta muñeca "nace" el 9 de marzo 1959, con una edad indefinida, entre los 16 y 25 años. Su tamaño, de 29'5 centímetros, asume un prototipo de belleza, inalcanzable e irreal, es decir, con unas medidas corporales de 100-45-80 centímetros, una estatura de 1'70 centímetros y un peso de 50 kilogramos. Aunque estas medidas oscilan según los cambios efectuados durante las cuatro décadas por las que ha pasado. En este intervalo de tiempo, ha pasado por dos cambios de imagen importantes: en su último retoque, en 1997, le han quitado diez años de encima, adaptándola a los nuevos cánones de belleza: reduciéndole el busto, redondeándole las caderas y adoptando un rostro más risueño y un aspecto más juvenil y deportivo. A lo largo de estos 40 años ha sido patrón de imitación de las principales top-models, actrices, cantantes, y personajes del mundo histórico, literario y político.

- ¿Cuántas mujeres conocéis que con esa edad se parezcan a Barbie? ¿no creéis que en esa evolución cronológica hay algo que no encaja?, ¿lo podéis explicar?, ¿cómo interpretáis cuando alguien dice "es como una Barbie" o "la Barbie" o "la mujer 10"?,

¿qué connotaciones llevan cada uno de estos apelativos?

3. En Gran Grupo se comenta acerca de los dos conjuntos de calificativos mostrados en el cuadro anteriormente, ¿cuál os gustaría poseer para vosotras mismas y por qué?

4. A todo el grupo-clase se proyecta la imagen en transparencia de la "Campaña de autoestima" promocionada por una conocida cadena de belleza de productos naturales. Su protagonista, Ruby, una hermosa y descarada muñeca nos comunica que: -Hay 3.000 millones de mujeres en el mundo y sólo 8 son "super-modelos"-:

- ¿A qué problemas actuales sobre: imagen social, salud, cánones de belleza y moda se está refiriendo esta campaña?

- ¿Qué valores quiere destacar la mascota Ruby?

5. Como remate de este apartado y ante todo lo cuestionado, el gran grupo resalta sus propias conclusiones.

(continuará en el nº 250)

**Hay 3.000 millones  
de mujeres en el mundo  
y sólo 8 son "super-modelos"**

**THE BODY SHOP**  
CAMPAÑA DE AUTOESTIMA

Body Shop