

Barbie. Subversión y conflicto

Carolina Brown A.

0. INTRODUCCIÓN

Tengo muchos recuerdos de Barbie, muchísimos: mi prima Paula tenía una casa Barbie con mueblecitos y todo, la cual yo, por supuesto, siempre envidié secretamente, y que mi hermana heredó cuando para mi era casi demasiado tarde. En las tardes de semana mi hermana y yo cruzábamos el patio hacia la casa de mis vecinas, cargando a nuestras Barbies y sus múltiples accesorios con nosotras, los cuales se confundían con los de nuestras anfitrionas formando un túmulo colorido y gigantesco. Ciertamente Barbie incentivó nuestra creatividad ya que si alguna vez nos faltaba alguno de sus múltiples artículos, no dudábamos en adaptar un par de zapatos de mamá para que Barbie tuviera un auto o una nave espacial según lo requiriera el caso. Recuerdo también que, pasados los diez años y con una visión de mundo más influenciada por la televisión y las superproducciones norteamericanas, las ahogaba personalmente en la pileta del jardín, donde Ken llegaba heroicamente a rescatarlas. Una vez el perro hizo de las suyas con las famosas Barbies y decidimos, inspiradas en Don Francisco, hacer una Barbie- Teletón. Durante mi adolescencia la hermana de mi mejor amigo me persiguió día y noche para que jugara con ella y sus Barbies, fascinada por mi capacidad para imitar voces extrañas e inventar historias fantásticas... Sí, como recuerdo a Barbie. Yo la conozco muy bien.

1. BARBIE, LOS INICIOS.

El nacimiento de Barbie cambió la historia de los juguetes y de las niñas para siempre. Antes de Barbie, la mayoría de los juguetes y muñecas para chicas sólo tenían que ver con el hogar y la maternidad. Las niñas jugaban a ser madres o, en su defecto, a servir el té. Estos juguetes son el reflejo de una época en donde el rol de la mujer eran las tareas domésticas y el cuidado de los hijos, y las niñas eran entrenadas desde pequeñas en estos quehaceres. En este sentido no podemos dejar de reconocerle a Barbie el mérito de ser la primera muñeca que les

mostró a las niñas que sí había algo para ellas más allá de ser madres u obedientes dueñas de casa.

El carácter de Barbie era completamente opuesto al de los viejos juguetes. Barbie es una mujer de mundo, femenina, elegante, independiente y sumamente exitosa, tanto profesional como económicamente. Ha tenido múltiples profesiones durante sus 45 años de vida, desde supermodelo, actriz, deportista consagrada con la medalla olímpica, piloto, doctor, hasta en el año 2000 cuando se postuló para presidenta¹. Conforme al avance de los tiempos, las profesiones de Barbie se volvieron más osadas y múltiples. Ya no era sólo azafata o enfermera, sino piloto y doctora. Barbie tiene su propia casa y un convertible rosado (que evidentemente es de ella y no de su novio, Ken). La vida social de Barbie es muy activa y glamorosa ya que Mattel se ha encargado de fabricarle múltiples amistades. Además siempre luce radiante y su gigantesco guardarropa le permite vestir la tenida perfecta en cualquier ocasión.

Pero algo le ha pasado en los últimos años a Barbie, me atrevo a decir que ha caído en decadencia. Pasó de ser la mujer emancipada, autónoma y profesional a convertirse en el estereotipo del consumismo y la frivolidad; la rubia tonta. Aunque debemos aclarar, en su justa defensa, que ella no es la única. Durante las últimas dos décadas algo muy extraño ha pasado con los juegos para niñas y no precisamente para mejor. Desde los juegos de cosméticos y joyas de juguete, hasta los juegos de mesa donde la niñas compiten entre sí por un chico o “Sólo para chicas” en donde por cada error ganas un barro o una espinilla. Por suerte, yo estaba ya muy vieja para cuando salieron esos. Los juguetes para niñas últimamente parecen ser portadores de valores absolutamente trastocados: vanidad, materialismo, sobrevaloración de los atributos físicos, y una idea absolutamente errada acerca de la pareja. Hasta pareciera que los juguetes típicamente asexuados, como los artículos deportivos, ya vienen predeterminados en color celeste o rosa.

Es evidente que el concepto que hay tras estos nuevos juguetes es una pésima interpretación de la feminidad. Por alguna extraña razón, en algún momento oscuro entre los ochenta y principios de los noventa, muy posterior a la revolución sexual y la píldora, con las mujeres ganando cada vez más terreno en el mundo de los hombres, la idea de mujer fue

¹ Cfr. Brian Zumhagen: **Barbie through the ages, from plastic princess to president.**
http://www.adiosbarbie.com/bology/bology_timeline.html

degenerándose, pasando a ser asociada con lo frívolo, el consumismo y la vanidad². Me encantaría saber por qué. Barbie por supuesto no está ajena a este fenómeno, incluyendo en sus últimos modelos su propio *shopping* privado.

Barbie se ha transformado en un verdadero ícono social, no sólo de los norteamericanos sino del mundo entero. Se ha convertido en la figura más representativa de la niñez en el mundo occidental. Barbie es comercializada en 140 países del planeta. *Cada minuto se venden más de 120 Barbies alrededor del mundo. Alrededor de 800 millones de Barbies y sus amigos se han vendido desde su aparición en 1959. La niña norteamericana promedio tiene 8 o 9 Barbies, la alemana 5 y la italiana 7*³. Su sistema de producción en serie permite que sea un producto masivo, cuyo precio es accesible para todos.

Barbie es representativa de la sociedad en cuanto ha existido siempre una retroalimentación entre ambas. La rubia más famosa del mundo ha logrado sobrevivir a más de cuatro décadas de cambios culturales y políticos, adaptándose favorablemente a las nuevas tendencias. Desde sus primeros modelos a finales de los cincuenta; Barbie tenista y Barbie bailarina, representativos de las actividades típicas de las niñas de la clase media norteamericana, Barbie se unió parcialmente a la revolución durante la época de los sesenta, llevando minifalda y botas a gogo. Su inseparable amiga por ese entonces, Midge, ya discontinuada hace décadas, también se puso a la moda con un psicodélico bikini de lunares⁴. Por supuesto, los ejecutivos de Mattel se encargaron de mantener a Barbie, pese a su revolucionaria vestimenta, alejada de cualquier situación peligrosa que la asociara con la marihuana, el amor libre o las protestas públicas. Barbie también asistió a la universidad y vistió trajes a la usanza de Jackie Kennedy, pero sólo hasta que la ex primera dama cayera en desgracia con los norteamericanos al contraer matrimonio con el multimillonario Aristóteles Onassis. En síntesis, Mattel se encargó de convertir a Barbie no sólo en la muñeca más famosa del mundo, sino en un modelo para todas las niñas. Barbie dejó de ser una muñeca inanimada para convertirse en una mujer real con una personalidad propia, con la cual todas las niñas se podían identificar, y una vida perfecta que todas querían imitar. Ella personificaba una opción

² Quiero dejar en claro que esta es una apreciación muy global y que de manera alguna atañe a todas las mujeres o todos los sectores de nuestra sociedad. Pero pienso que, efectivamente, sí hay una caricaturización y exacerbación de ciertos rasgos que se atribuyen, normalmente, a los sujetos femeninos y que pueden verse, no sólo en los juguetes, sino en cierto tipo de literatura o producciones televisivas para niñas y jóvenes.

³ Amalia Rivera: **Barbie: de prostituta de caricatura a “mujer modelo” moderna y consumista.**
http://www.jornada.unam.mx/2004/may04/040503/informacion/69_barbie.htm

⁴ Cfr. Kristin Riddick: **Barbie the image of us all.**
http://xroads.virginia.edu/~CLASS/AM483_95/projects/barbie/barb.html

distinta y excitante de la vida antes del matrimonio para las jóvenes norteamericanas, aunque sin oponerse a los valores tradicionales de la sociedad.

En 1961, debido a la presión del público Mattel crea al novio de Barbie, Ken. Al principio la empresa no estaba de acuerdo con la idea, debido a que los muñecos masculinos nunca se habían vendido muy bien⁵. Ken es importante en el sentido de que Barbie reflejaba la mayoría de los roles, actividades y comportamientos de la mujer en la sociedad moderna, siendo uno de los más importantes el tener una pareja y, aun en los sesenta, la vida de las mujeres giraba mayormente alrededor de un sujeto masculino. La hermana menor de Barbie, Skipper, también fue una respuesta por parte de la compañía a los pedidos del público de que Barbie tuviera hijos. De esta forma, Barbie podía mostrar una faceta más familiar y menos progresista, así como asumir la responsabilidad de cuidar a un pequeño, sin arruinar su figura “perfecta”.

En 1967, entre Malcom X y Martin Luther King, Mattel entregó su propia opinión acerca de la cuestión racial introduciendo a Francie, la amiga de color de Barbie. Pero la sociedad norteamericana no estaba aun preparada para admitir a una muñeca negra en el seno de sus hogares. Los sectores afroamericanos tampoco se sintieron identificados con ella y la Francie fue descontinuada. Sin embargo un año más tarde, Christie salió a la venta, una nueva amiga de Barbie, también de color, pero esta vez con una personalidad más definida y mejor lograda, la cual tuvo una respuesta positiva por parte del público⁶.

2. LA POLÉMICA EN TORNO A BARBIE.

La ajetreada y multifacética vida de Barbie no ha estado exenta de polémica, sino todo lo contrario. Los grupos feministas fueron los primeros en levantar su dedo acusador contra ella en 1961, cuando Ken apareció por primera vez. Les pareció que Ken estaba ahí como una señal de que las mujeres requerían, necesariamente, de la presencia masculina para tener una vida completa, como si no pudiesen prescindir de ella. Acusaron a Barbie de antifeminista, una víctima más de la sociedad patriarcal, la cual le imponía una pareja. Sin embargo, los grupos feministas parecen haber pasado completamente por alto un pequeñísimo detalle: con Ken o sin él, Barbie sigue siendo la protagonista de la historia y el centro de atención. Ken es sólo un accesorio más en la vida de Barbie. Además, la rubia no depende ni social ni económicamente

⁵ *Ibíd.*

⁶ *Ibíd.*

de su musculoso pretendiente, ella se las llevaba arreglando sola desde hace tiempo y lo seguirá haciendo. Barbie tiene suficiente dinero como para no depender económicamente de nadie, de hecho sus padres, Mattel, dependen enteramente de ella ya que, por sí sola, genera más del 40% de las ganancias de la compañía.

Una crítica bastante más sensata viene por parte de aquellos que la acusan de ser la cosificación y la estereotipación del sujeto femenino y de fomentar la imagen de la rubia tonta. Barbie presenta una imagen de mujer estereotipada y excluyente, la cual no es representativa de los millones de mujeres que habitan el planeta que no son ni rubias, ni blancas, ni flacas y que tampoco les gusta el rosado. Da la casualidad de que ellas, las No-Barbies, comprenden la gran mayoría de la población femenina. El concepto de mujer del cual Barbie es portadora ha sido presentado como un universal, cuando ciertamente no lo es. Dicha idea de mujer implica también un modelo a seguir: Barbie indica a las niñas cómo, supuestamente, son y deben ser las mujeres, desde el aspecto físico y el vestuario, las profesiones, posesiones materiales y comportamientos sociales, instalándose como un ideal.

Su enorme cantidad de accesorios, ropa, joyas, autos, maquillaje y peinados han dado lugar a la justificada idea de que incita a las niñas a preocuparse de asuntos frívolos y triviales en lugar de cosas realmente importantes. Por otra parte, sus accesorios reflejan un estilo de vida de superestrella que está muy lejano a la realidad de la gran mayoría de las niñas que juega con ella y al cual difícilmente podrán acceder algún día.

Aunque durante la mayor parte de su vida Barbie sólo ha existido como una mujer blanca y de origen aparentemente anglosajón, cuando Norteamérica comenzó a volverse multicultural Barbie multiplicó sus nacionalidades y etnias. Al principio fue un fenómeno tan sólo a nivel de muñecas especialmente diseñadas para coleccionistas: Mattel sacó a la venta la serie “Barbies of the world” compuesta por Barbies “representativas” de cada país, vestidas en el atuendo característico de cada nación. Pero muy pronto toda la diversidad cultural y étnica estaría disponible en la vitrina de la juguetería más cercana y al alcance de todos los niños del mundo. Sin embargo, hay muchos a quienes no les gustan estas nuevas Barbies. La principal razón del descontento radica en que estas muñecas intentan representar e incorporar la diversidad cultural desde su mismo molde original, es decir, conservando sus facciones afiladas, sus caderas estrechas y su estilización característica. Rasgos propiamente caucásicos o,

definitivamente, antihumanos⁷. Según esto, no es ninguna sorpresa que los grupos latinos, asiáticos y de color no se sientan realmente identificados con ella. Es básicamente la misma Barbie, con una capa de pintura distinta y cabello de otro color. Pienso que esto es sintomático de la manera a través de la cual un grupo determinado, en este caso hegemónico, trata de incorporar y apropiarse de lo otro, de lo distinto, pero sin aceptar realmente las diferencias, sino incorporándolo según sus propios parámetros, es decir, transformándolo.

Si Barbie fuera una mujer real, mediría 1.70 metros y pesaría 41 kilos. Su busto tendría 99 centímetros, su cintura 55 y sus caderas 83⁸. La anormal constitución física de Barbie, entre otras cosas, no le permitiría ser madre. Tratándose de una muñeca con aspiraciones de mujer real ¿no parece esta distribución de la masa corporal un poco extraña? ¿Qué consecuencias podría tener para las niñas, considerar como ideal a una muñeca con un cuerpo imposible?

El ser humano se apropia de la cultura y de sus símbolos para construir su aparato cognitivo y mental. Nuestra identidad se va formando tempranamente a partir de elementos que recogemos del medio ambiente y de la cultura. La familia y los juguetes son las primeras formas de contacto que tenemos con el medio y a través de ellas comenzamos a relacionarnos con el mundo. Tanto los juguetes como las canciones infantiles son símbolos de los cuales el niño se apropia para construir su identidad. Los juguetes, por otra parte, también cumplen un rol de género; para la niña una muñeca y para el varón un autito o una pelota de fútbol, nunca al revés, indicándonos de esta forma, una cierta manera “correcta” de ser. El medio ambiente no sólo forma nuestra identidad sino que se encarga de regular nuestra conducta mediante el castigo o el reforzamiento. Por ejemplo, el niño que juega con muñecas será reprendido por sus padres, molestado por sus compañeros, etc.

Según esto, Barbie es un modelo que implica características especiales y señala un determinado modo ser. Se ha convertido en un ideal de belleza, de éxito y felicidad con alcance global. Lo más natural es que el niño se vea inducido a pensar que, para obtener todos esos valores y cualidades positivas; belleza, éxito, amor, felicidad, debe ser como Barbie: debe parecerse físicamente a Barbie porque Barbie es bonita; debe comportarse como Barbie porque Barbie es graciosa, femenina y elegante. De esta forma también se desarrollan asociaciones de ideas erradas, como por ejemplo, la creencia de que la belleza física traerá consigo la perfección, el amor y la felicidad.

⁷ En el caso, por ejemplo, de la distribución y las proporciones de la masa corporal, la cual, como se abordará más adelante, no sólo es anatómicamente incorrecta, sino imposible.

⁸ Amalia Rivera, loc. cit.

Considero pertinente agregar, en este punto, que Barbie no es quien crea este modelo y canon de belleza específico, sino que dicho modelo estaba ahí mucho antes de Barbie y ésta no es más que una especie de iconización del mismo. Podemos rastrear este molde años, incluso siglos antes de la aparición de chica dorada de Mattel. Desde la Venus griega o Roma imperial, pasando por el renacimiento italiano, el “Nacimiento de Venus” de Boticelli y las Madonnas de Rafael, podemos rastrear una misma idea de belleza que recorre la cultura occidental. Ciertamente con un poco más de carne encima que Barbie, pero igual de rubias y caucásicas. Incluso en 1953, seis años antes del nacimiento de Barbie, Marilyn Monroe filmó “Los hombres las prefieren rubias”, no se puede llegar a ser más explícito que eso; la belleza tenía una raza, un cuerpo y sobre todo un color de cabello determinado.

Barbie manifiesta un ideal norteamericano, el cual se ha formado en el seno de una idiosincrasia y una cultura particular, respondiendo e interactuando con estos factores. Sin embargo, con la globalización, Barbie ha sido exportada e instalada, junto con las cadenas de comida rápida, los súper cines y todo lo demás al resto del mundo. ¿Qué pasa cuando Barbie sigue representando un ideal en un país con una cultura completamente distinta y donde el fenotipo de sus habitantes poco o nada tiene que ver con Barbie? ¿Qué pasa cuando Barbie con su melena rubia y sus kilométricas piernas, sigue representando la belleza y la perfección en países donde la mayoría de los habitantes son bajos y morenos? ¿Qué hay de las niñas que creen que para ser bella hay que ser como Barbie y, sin embargo, cuando se miran en el espejo se encuentran con algo muy distinto?

Pensemos, por ejemplo, en Latinoamérica: nuestro genotipo nos ha destinado, entre otras cosas, a las caderas anchas. Es evidente que las latinas somos de menor estatura que las norteamericanas o nuestros pares del norte de Europa y que tanto nuestro cabello, como nuestra piel, son distintos. ¿Qué pasa cuando el ideal de belleza que nos proponemos o que inconscientemente nos ha sido implantado en la cabeza, es algo imposible de alcanzar? Es evidente que si ser bella es tener el cabello rubio, el cuerpo esbelto y los ojos azules, ni las latinoamericanas, ni las asiáticas o las mujeres de color podemos alguna vez ser bonitas. La imposibilidad de alcanzar el ideal al que se aspira causa frustración y la identidad del sujeto entra en conflicto. ¿Alguna vez se habían preguntado porque tantas mujeres se tiñen rubias?

3. REELABORACIONES, INTERPRETACIONES Y SUBVERSIONES DE BARBIE.

Pero no todo es palabrería crítica y cuestionamiento mental en torno a Barbie. Existen muchos casos de personas que han decidido hacer algo práctico con respecto a la muñeca, a veces con interesantísimos resultados. Desde organizaciones pseudoterroristas que la convirtieron en su blanco de ataque mediante originales procedimientos, hasta artistas de todo el globo que han entregado su propia y única versión de la mítica rubia. Por supuesto Mattel ha defendido con uñas y dientes a su plástica princesita, no escatimando en demandar y perseguir a quienes intentan difamarla o sacar algún provecho a costa de ella.

Durante 1992 Mattel sacó a la venta “Talking Barbie”, una versión parlante de la famosa muñeca. “Talking Barbie” declaraba que le encantaba ir de compras y lo aburrida que le parecían las matemáticas. Ante esto, un grupo de jóvenes californianos, los cuales se hicieron llamar “Barbie Liberation Organization” y que hasta la fecha no han sido identificados, reaccionó. Acusaron a la empresa de fomentar la idea de que la mujer bonita es incompatible con el pensamiento abstracto. Nadie aun sabe cómo, pero “Barbie Liberation Organization”, logró intercambiar los mecanismos parlanchines de Barbie con los de muñecos GI Joe de una serie de tiendas, sin que nadie se diese cuenta. Suceso que desencadenó un caos general por la mañana de navidad, cuando los niños abrieron sus juguetes y, para su sorpresa, GI Joe confesaba que le gustaba ir de shopping, mientras Barbie bramaba venganza en un tono aterrador⁹.

Otro grupo de jóvenes norteamericanos, “Barbie Disinformation Organization”, presumiblemente relacionados a grupos de minorías sexuales, se dedicó durante meses a boicotear a Barbie, causando cuantiosas pérdidas. Fabricaban una calcomanía muy similar a los colores y caracteres de la caja en que la muñeca es comercializada, pero con una leyenda algo distinta. Se introducían en los supermercados y jugueterías y, secretamente, pegaban estos adhesivos en los rosados envases de Barbie. Su sigiloso método les permitía boicotear un gran número de cajas sin que nadie lo notara. Así fue como “Barbie stylin’ saloon” se convirtió en “Barbie lesbian barber shop”¹⁰. Por supuesto, ningún padre quería comprarle a su hija aquellos juguetes “degenerados”.

Otros artistas han querido trabajar con Barbie y han pagado muy caro por ello. En Agosto de 1999 Mattel demandó al artista de Los Angeles, Tom Forsynthe, por fotografiar a

⁹ Cfr. Peggy Marguiles: **The Barbie disinformation organization**
<http://www-2.cs.cmu.edu/afs/cs/user/jthomas/SurReview/reviews-html/bdo.html>

¹⁰ Ibid.

Barbie desnuda y en provocativas poses dentro de una licuadora, una coctelera y una copa de martini¹¹. Según la compañía, Forsynthe había infringido la ley de copyright y marca registrada. Tom piensa que el problema es que quiso mostrar a la muñeca *como el pedazo de plástico que realmente es y no como el “modelo a seguir” que Mattel siempre ha tratado de presentar al público*¹². Después de casi 5 años de lucha, la demanda fue considerada fuera de lugar por la corte de Los Ángeles y Mattel debió pagar la suma de 1.8 millones de dólares en honorarios y costos legales.

El problema que se desprende de este caso radica en que Barbie, en su calidad de icono cultural, ha pasado a convertirse en una referencia para diversas manifestaciones artísticas, sin embargo, Mattel no está de acuerdo en cuanto la crítica presenta un peligro potencial para las ventas de su producto. ¿En qué medida resulta pertinente que una compañía que, efectivamente, es dueña de un artículo determinado, pueda normar o no los diferentes usos que terceras personas hacen, en este caso, de sus muñecas? Barbie ciertamente le pertenece a Mattel, pero le pertenece asimismo a la cultura en cuanto se ha transformado en un símbolo de ésta.

Tom creó la serie fotográfica “Food Chain Barbie” como una crítica acerca del consumismo sin sentido, así como una reflexión sobre el mito de belleza imposible que Barbie manifiesta y la manera en la cual la propaganda lo trae a nuestras vidas. Para él es fundamental hacer notar que Barbie no es una persona real, como tampoco un modelo apropiado a seguir.

Sally Arizona, también conocida como “Spátula”¹³ se dedica a fabricar sus propias Barbies desde hace años. Para ella Barbie no es mucho más que una muñeca y piensa que los padres, las películas y la propaganda pueden ser mucho más dañinos que la princesita plástica. En su experiencia personal, Barbie nunca la llevó a cuestionarse acerca de su físico o su personalidad y aclara que, en todo caso, las polémicas en torno a Barbie no tienen relación alguna con sus creaciones, ya que ella no las fabrica para niños, sino como ítems de colección. El criterio que utiliza para hacer sus Barbies se basa, principalmente, en hacer Barbies que Mattel nunca haría o de temas que a ella le interesan. La mayoría de sus Barbies están inspiradas en personajes de comic o películas de terror y acción, a excepción de algunas que representan sectores marginales o “problemáticos” de la sociedad, como por ejemplo, la Barbie neo nazi, la Barbie monja o Barbie dominatrix.

¹¹ Food Chain Barbie: http://creativecommons.org/fc_1.htm

¹² Biografía de Tom Forsynthe en <http://creativecommons.org/biography.htm>. La traducción es mía.

¹³ Tanto Sally Arizona como Tom Forsynthe fueron entrevistados por mí, vía e-mail, el 29 de Octubre y 2 de Noviembre del 2004, respectivamente.

El efecto que producen las muñecas de Spatula, la risa, la incomodidad o el asombro, nace del hecho a que estamos acostumbrados a ver en Barbie, más que una muñeca inanimada, una idea de mujer. Por otra parte, Barbie siempre ha intentado representar lo “políticamente correcto” y lo “socialmente adecuado”. En este sentido, las Barbies de Spatula presentan una subversión con respecto a su modelo original; bajo la misma rubia y sonriente forma de Barbie, las muñecas de Spatula portan otros contenidos, relacionados con la violencia, el sexo, la música pesada y los superpoderes, entre otros.

En nuestro país Barbie también ha sido objeto del trabajo y la reflexión artística. Leonor y Catalina son dos artistas chilenas que, gentilmente, me permitieron conocer su trabajo con respecto a Barbie. Como yo, pertenecen a una generación donde Barbie es una referencia obligatoria, hecho las ha motivado a tomar la muñeca Barbie como el centro de sus reflexiones artísticas.

Leonor Verdejo es Diseñadora Profesional y Macromedia Flash MX Designer, pero su afición por las muñecas viene desde su más temprana infancia. Mientras estudiaba diseño, y después de tenerlas olvidadas hace tiempo, se propuso resucitar una vieja muñeca que compró en el Persa por cien pesos. Desde entonces se dedica a restaurar Barbies y fabricar otras nuevas, según su propia inspiración. Ha fabricado Barbies inspiradas en personajes de películas, históricos o inventados. También fabrica Barbies “personalizadas”, para lo cual hay que llevarle una foto de la persona y ella fabrica la versión Barbie de ésta. Para ello se vale de su cabal conocimiento acerca de todos los moldes distintos que Barbie y sus amigos han tenido a través de los años. Leonor también confecciona Barbies con vestidos de época, cuya minuciosa fabricación requiere un estudio preliminar serio. Entre otras cosas, ha fabricado una serie inspirada en los mitos chilenos, donde encontramos una Barbie Quintrala y una Barbie Pincoya¹⁴.

Para crear sus Barbies, Leonor prácticamente las construye de nuevo; además de la ropa diseñada exclusivamente para ellas, las repinta completamente, incluso el rostro, les pone implantes de cabello o, en su defecto, les confecciona una peluca, a muchas les ha colocado pestañas.

Después de tanto tiempo juntas, Leonor tiene su propia opinión acerca de la chica dorada de Mattel. Piensa que, en sus inicios, era un juguete que hablaba a favor de la

¹⁴ Imágenes de ambas muñecas fueron incluidas en un apéndice al final de este ensayo, ya que me pareció que tenían importancia significativa en cuanto eran Barbies que tienen como referente algo propio de nuestra cultura y de nuestra historia, en este sentido son Barbies chilenas.

emancipación de la mujer, siendo en este sentido, un aporte positivo. Para ella, la degradación de Barbie comienza en los ochenta, en esta época el molde de Barbie se volvió aun más desproporcionado con un aumento de busto y la personalidad de la muñeca comenzó a tornarse más superficial. Los años ochenta es el comienzo del reinado fatal de “Barbie Malibú¹⁵” una muñeca igual de rubia, pero más bronceada y tonta que sus antecesoras, a la cual sólo le preocupaba ir a la playa, coquetear con Ken y verse bien. Pero la tontera de Barbie no quita que Leonor aun la tenga en estima, manteniéndose siempre al tanto de sus nuevos modelos y diseños.

Las Barbies de Leonor se presentan como una alternativa para aquellos que les gusta la forma de Barbie, pero no comparten su afición por el plástico y el rosado. Tal como las muñecas de Spatula, supone la representación de otros sectores sociales bajo la forma de la rubia. Fabrica Barbies que tienen un sustrato cultural que nos corresponde o con el cual nos podemos identificar. Esto no sólo en relación a “Los mitos chilenos” de que hablábamos antes o sus “Barbies Huasitas”, sino porque las películas o temas a los que refieren sus muñecas tienen conexión con las vivencias de muchas personas, que no tienen cabida en el mundo de la Barbie original. Por otra parte, sus “Barbies personalizadas” permiten una proyección de nosotros mismos a través de las muñecas.

Catalina Varas decidió desarrollar el tema de las Barbies para su proyecto de tesis. Tomó la imagen de la muñeca, ya que desde niña siempre se relacionó con ella de alguna u otra forma. Desarrolló el personaje de la muñeca “Caty”, el cual es un producto ficticio que se asemeja físicamente a Barbie, pero a la vez se distancia de ella en cuanto es portadora de otros contenidos. Caty es presentada como un objeto que refleja la cosificación de la mujer, la frivolidad y una actitud completamente superficial ante la vida. Barbie es el modelo evidente de Caty, pero ésta última es más banal, mundana y decadente. Tanto el roce social de Caty como sus actividades son distintas de las de Barbie¹⁶. En este sentido, Caty es consciente de que vive un drama y, debido a ello, nunca sonríe.

El método de trabajo de Catalina consiste en sacarse fotos en las cuales ella posa como Caty. Para ello debe posesionarse del personaje de la muñeca, imitar, por ejemplo, el gesto de sus brazos y piernas. Posteriormente las fotos son tratadas vía Photoshop en donde se agrega, entre otras cosas, un filtro que le da a la piel un aspecto más plástico. El cuerpo de la artista

¹⁵ Alguna gente la llama “The Malibu Era”.

¹⁶ Por ejemplo, Caty visita un sex shop, cosa que Barbie jamás haría.

también es “recortado” con el mismo programa en el caso de que se requiera. Con esto Catalina también trata de mostrar como una mujer, que no es rubia ni tan estilizada como Barbie, puede transformarse y lucir como ella gracias a la tecnología.

Para Catalina, más peligroso que la imagen física y el estereotipo de belleza que trata de imponer Barbie es su relato, el cual habla a favor de las posesiones materiales. Considera, en este sentido, que el estilo de vida de Barbie es mucho más peligroso que la muñeca misma.

4. CONCLUSIONES.

En Febrero del 2004, luego de 43 años de vida en común, la pareja plástica más famosa de la historia ha decidido terminar su relación. La manager de la pareja y vicepresidenta de marketing de Mattel, Russell Arons, dijo que Barbie y Ken habían decidido pasar un tiempo separados. Sin embargo, seguirán siendo amigos. Las malas lenguas atribuyen el fin del romance a los últimos moldes de Ken, los cuales “tenían un aspecto demasiado gay”. La separación de la pareja coincide con el lanzamiento de un nuevo modelo: “Cali Barbie” (de California). Para estar más a tono con su nuevo status de soltera, la nueva versión de Barbie vestirá shorts, un top de bikini, enormes pendientes metálicos en forma de argolla y llevará un bronceado profundo. Al parecer ella ya atrajo la atención del debutante Blaine, un muñeco surfista australiano¹⁷.

Con su pseudodivorcio, Barbie ha vuelto, una vez más, a ponerse a tono con los nuevos tiempos, representado la crisis de pareja en que vive la sociedad actual.

Es difícil juzgar de manera definitiva si Barbie tiene un carácter negativo o no. Los objetos en sí no son negativos, pero los usos que hacemos de ellos sí pueden serlo. Lo mismo puede aplicarse para Barbie: Barbie en sí no es negativa, pero la carga social que le hemos atribuido, como un ropero simbólico de dimensiones alarmantes, en el cual colgamos nuestros anhelos, deseos y frustraciones, sí puede tener una influencia perjudicial, no sólo para los niños que juegan con ella, sino para la sociedad entera.

¹⁷ Cfr. Ben Platt: Barbie and Ken: plastic love, stone cold vengeance.
<http://www.somethingawful.com/articles.php?a=1975>

APÉNDICE.

Las siguientes imágenes corresponden a dos de las muñecas creadas por Leonor Verdejo: La versión Barbie de “La Pincoya” y de “La Quintrala” respectivamente. El resto de las muñecas puede encontrarse en <http://gothicdollz.tripod.cl/>





Estas imágenes son una selección del proyecto visual de Catalina Varas: "Caty". La versión completa se encuentra disponible en www.caty.cl.





BIBLIOGRAFÍA.

Artículos:

Brainy enciclopedia.com: **Barbie.**<http://www.brainyencyclopedia.com/encyclopedia/b/ba/barbie.html>

Fecha de consulta: 26 Octubre 2004

Bitch has a word: **Barbie- free zone.** <http://www.bhwblog.com/barbie.html>

Fecha de consulta: 27 Octubre 2004

Davidson, Denise: **Barbie´s beginning.** <http://www.dolls4play.com/barbiehistory.html>

Fecha de consulta: 26 Octubre 2004

Jervis Lisa y Zeisler, Andi: **Barbie can just bite me.**http://www.bitchmagazine.com/archives/ish_3_kidstoys/barbiecanbite.me.shtml

Fecha de consulta: 5 Noviembre 2004

Gellene, Dense: **Barbie protesters aren't playing around.** Los Angeles Times 10/5/97.<http://ezone.org/barbie/censored/bbanger.htm>

Fecha de consulta: 4 Noviembre 2004

Langley, Jeff: **Plastic surgery will make Barbie fatter and flatter.**<http://www.texasonline.net/langley/columns/barbie.htm>

Fecha de consulta: 4 Noviembre 2004

Marguiles, Peggy: **The Barbie disinformation organization.**<http://www-2.cs.cmu.edu/afs/cs/user/jthomas/SurReview/reviews-html/bdo.html>

Fecha de consulta: 30 Octubre 2004

Martin, Paul: **Religious police take after Barbie.** The Washington Times.<http://washingtontimes.com/world/20040102-112738-9433r.htm>

Fecha de consulta: 29 Octubre 2004

Martin, Susan: **Coverup Girl.** San Petersburg Times 9/1/2004.http://www.sptimes.com/2004/01/12/Floridian/Coverup_girl.shtml

Fecha de consulta: 29 Octubre 2004

Platt, Ben: **Barbie and Ken: plastic love, stone cold vengeance.**<http://www.somethingawful.com/articles.php?a=1975>

Fecha de consulta: 5 Noviembre 2004

Riddick, Kristin: **Barbie the image of us all.**http://xroads.virginia.edu/~CLASS/AM483_95/projects/barbie/barb.html

Fecha de consulta: 25 Octubre 2004

Rivera, Amalia: **Barbie: de prostituta de caricatura a “mujer modelo” moderna y consumista.**

http://www.jornada.unam.mx/2004/may04/040503/informacion/69_barbie.htm

Fecha de consulta: 25 Octubre 2004

Zumhagen, Brian: **Barbie through the ages, from plastic princess to president.**

http://www.adiosbarbie.com/bology/bology_timeline.html

Fecha de consulta: 5 Noviembre 2004

Cuevas, María paz: **Muñequeros.** Revista Fibra, N° 24 Octubre 2004, Chile.

Sitios Web de artistas que trabajan con Barbie y fueron revisados para este trabajo.

Catalina Varas: **Caty** <http://www.caty.cl>

Fecha de consulta: 8 de Noviembre 2004

Leonor Verdejo: **Gothic dollz.** <http://gothicdollz.tripod.cl/>

Fecha de consulta: 30 de Octubre 2004

Tom Forsythe: **Food chain Barbie.** http://creativefreedomdefense.org/fc_1.htm

Fecha de consulta: 2 de Noviembre 2004

Napier: **The distorted Barbie.** <http://users.rcn.com/napier.interport/barbie/barbie.html>

Fecha de consulta: 5 de Noviembre 2004

Spatula: **Spatula Productions.** <http://www.spatulaproductions.com/spatula/spatula.html>

Fecha de consulta: 29 de Octubre 2004

Simon Tyszko: **Suicide Bomber Barbie.** <http://www.theculture.net/barbie>

Fecha de consulta: 4 de Noviembre 2004

Otros sitios de interés.

<http://www.antibarbie.com/>

Fecha de consulta: 3 de Noviembre 2004

<http://www.adiosbarbie.com/>

Fecha de consulta: 5 de Noviembre 2004

<http://www.dollfetish.net/>

Fecha de consulta: 30 de Octubre 2004

http://www.trygve.com/visible_barbie.html

Fecha de consulta: 2 de Noviembre 2004

<http://www.barbi collector.com>

Fecha de consulta: 29 de Octubre 2004

<http://barbie.everythinggirl.com/>

Fecha de consulta: 4 de Noviembre 2004

Resumen

El siguiente trabajo hará un análisis acerca de la muñeca Barbie; sus implicancias, aciertos y consecuencias en la sociedad actual. Nuestro punto de partida será un recorrido histórico a través de la vida de la muñeca y de cómo ella ha cambiado la forma en que percibimos y nos relacionamos con los juguetes. Se evaluarán críticamente ciertos aspectos problemáticos de Barbie, tales como su cuerpo anatómicamente imposible, sus desmesuradas posesiones materiales, los ideales de belleza y éxito que ella representa. El tema de la mujer y su lugar en la sociedad será fundamental para entender el nacimiento y evolución de la muñeca. Por último revisaremos el lugar de Barbie en la cultura, tomando en especial consideración algunos trabajos artísticos que se han realizado en torno a ella.