

Barbie, la muñeca y su discurso como ícono cultural de la feminidad

Barbie, the doll and her discourse as a cultural icon of femininity

Javier Trejo Tabares

Universidad Pedagógica Nacional, U-096 Norte
Ciudad de México, México
jtrejo@g.upn.mx
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-4014-3482>

Resumen

Propongo tomar la muñeca Barbie como objeto de reflexión filosófica y analizar sus diferentes significados y prácticas que proponen una idea de feminidad. Para ello, se utilizan la categoría analítica de imaginarios sociales, la teoría del discurso y la metodología hermenéutica-interpretativa. Se concluye que la muñeca, como construcción imaginaria, puede influir en la estructuración de las expectativas de las niñas. El discurso rosa actual, promovido por la película *Barbie* (2023), ofrece diversas opciones para construir la imagen de la feminidad mediante la crítica de los roles de género tradicionales.

Palabras clave

Juguetes; feminismo; filosofía; teoría crítica; teoría del discurso

Abstract

I propose to take the cultural product Barbie doll as a object of philosophical reflection, and analyze its different meanings and practices that propose an idea of femininity. The analytical category of social imaginaries, discourse theory and hermeneutic-interpretative methodology are used. It is concluded that the doll as an imaginary

Recepción: 15-04-2025 | Aceptado: 29-05-2025
Publicado: 30-06-2025

Acceso abierto

Esta obra está bajo licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial 4.0 Internacional (CC
BY-NC 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.es>

Citación:

Trejo, Javier. "Barbie, la muñeca y su discurso como ícono cultural de la feminidad". *Estudios del Discurso* 11.1 (2025): 81-99.

DOI: <https://doi.org/10.30973/esdi.2025.11.1.211>

construct can influence the structuring of girls future expectations. The current pink discourse, promoted by the film *Barbie* (2023), offers diverse options for constructing the image of femininity, criticizing traditional gender roles.

Keywords

Toys; feminism; philosophy; critical theory; discourse theory

Lilli y Barbie, dos muñecas en pugna

La muñeca Barbie salió al mercado en 1959. Entonces ya existían antecedentes de este tipo de muñeca en Alemania: la muñeca Bild Lilli, producida en la década de los cincuenta. Durante un viaje a Europa, Ruth Handler, creadora de Barbie, compró una muñeca Lilli y se la regaló a su hija Barbara al regresar a Estados Unidos. Handler detalla su experiencia con la muñeca de distintas formas en entrevistas periodísticas (Gerber et al. 380) y no suele profundizar en torno al conflicto entre ambas muñecas. Una vez que conoció la muñeca Lilli, la rediseñó y renombró. Así, Barbie comenzó a ser producida por la empresa Mattel Inc. Desde entonces hasta ahora, la muñeca ha penetrado en la cultura a través de los medios, como la televisión, y los productos infantiles, pero también se ha introducido en los imaginarios y en los discursos sobre la construcción de lo femenino desde etapas tempranas de formación.

Tanto Bild Lilli como Barbie no solo competían como productos de consumo, sino que también obedecían a un conflicto cultural de posguerra en el escenario de la Guerra Fría. La producción en masa cumplió un papel crucial en el resultado de dicha batalla en la que Barbie, como símbolo de la liberación femenina, se manifestaba en la figura de la mujer que se incorporaba como fuerza laboral y parte crucial de la acumulación de capital en el liberalismo. La muñeca se convirtió en un objetivo para infancias que apenas se encontraban en edad para discernir los valores estéticos y culturales de los cuales se apropiaban.

Los discursos culturales tienen la cualidad de ser reproducibles y generar una suerte de ecos en el comportamiento social, por lo que su estudio y esclarecimiento puede favorecer la comprensión de sucesos complejos que podemos abordar desde disciplinas como la filosofía, la sociología, los estudios del discurso, entre otros. La significación social aterriza en lo particular y puede viajar también a través de productos

como las muñecas o las películas. Las infancias son especialmente vulnerables frente a los mensajes que se presentan ante ellas, y se los apropian de manera acrítica y posiblemente irreflexiva.

Enfoque metodológico y planteamiento del concepto de imaginario

Antes de comenzar a profundizar más en nuestro tema, quiero mencionar que el enfoque metodológico presente en este artículo es el hermenéutico interpretativo. Este enfoque estudia las partes de un texto en su integración como sistema (Quintana et al. 4) y puede aplicarse teórica y filosóficamente a las ciencias sociales (Arráez 4). Permite abordar los problemas y fenómenos que ocurren en el campo de los hechos, las prácticas, los productos culturales e ideologías. En este caso, hablaremos de la muñeca Barbie y la película homónima como construcciones culturales de la feminidad que pueden ser analizadas e interpretadas metódicamente. En un primer momento, plantearé los fundamentos teóricos necesarios y, más tarde, abordaré el problema de la muñeca Barbie como objeto de estudio, para, posteriormente, continuar la reflexión en torno a mi interpretación del mensaje de feminidad dentro de la película *Barbie* del año 2023.

Los imaginarios sociales pueden ser una categoría de análisis desde la cual comprender el problema de la muñeca Barbie como ícono cultural y construcción discursiva en torno a la feminidad. Para Benedict Anderson, los imaginarios adquieren una amplia dimensión social ya que no son exclusivamente construcciones de un sujeto determinado, sino que pueden compartirse por grupos de personas que conforman colectividades, “comunidades imaginadas” (Castany-Prado 5). El concepto de feminidad puede también considerarse una construcción imaginada. Como comenta Mitzy Flores (128), la feminidad se integra en la cotidianidad, en las prácticas diarias en las que se desarrollan roles y acciones. El sujeto femenino puede ser el resultado de una compleja interacción material, social, arquetípica e imaginada, en ocasiones, reproducida a través de la utilización de juguetes.

Los imaginarios se constituyen según una tiempo-espacialidad concreta y tradiciones culturales determinadas. Justamente, el juego con muñecas es una tradición de iniciación a la feminidad, aunque la forma y el uso de cada muñeca puede ser diferente según la época. Los muñecos han estado presentes como representaciones

desde el tiempo de las primeras civilizaciones y transmiten ciertos mensajes. Se cuenta que en Troya, donde se criaban caballos, se solían tallar pequeños caballos de madera como juguetes para los niños que, en un futuro, se dedicarían a su crianza. Un dato irónico, pues fue esta misma costumbre la que aprovechó Odiseo para tender la trampa con la que se ganó la guerra de Troya.

Moscovici (25) menciona que las representaciones sociales son casi tangibles y que las razones detrás de tales representaciones son mixtas. Los seres humanos piensan a través de conceptos y, a la larga, estos pensamientos, en su dimensión social, cobran forma de fenómenos psíquicos que van desde lo mitológico y antiguo, a través de una serie de sucesos históricos, hasta llegar a la noción actual. Es decir, las representaciones son acumulativas. En particular, la representación actual de lo femenino sería la síntesis de lo femenino en diversos momentos históricos, aunque no necesariamente conlleva una identidad con ningún momento previo.

El concepto de representación social resulta insuficiente y fantasmagórico para Moscovici, por lo que plantea el abandono de este en favor del análisis de modelos que determinan la interacción con objetos reales. Moscovici realiza un levantamiento de datos y una revisión exhaustiva de artículos de investigación para conformar una teoría sustantiva, con lo que intenta elevar el psicoanálisis a un nivel científico. Desde esta perspectiva, podemos pensar sistemas culturales como el que se dio en torno a la película *Barbie* del año 2023 que implicó objetos reales: autos, trajes de baño, camisetas, posters, maquillaje, entre otros artículos impulsados por el éxito cinematográfico del filme. El psicoanálisis de Moscovici retrata la incómoda imagen de lo social como reflejo de la identidad de las colectividades, pero esta confrontación podría ser necesaria para el autoconocimiento del sujeto público.

Los imaginarios infantiles como categoría de análisis parten de la constitución del individuo infantil a través de la capacidad cognitiva de construir imágenes en un sentido fenomenológico. Esto quiere decir que los imaginarios se llenan de contenido a través de las experiencias. Quiero aprovechar para introducir un concepto de la teoría de la recepción que normalmente se utiliza en la interpretación de textos literarios para su adaptación a la teoría del discurso. Las protenciones (expectativas), como las comprendía Wolfgang Iser (Torneró 166), son anticipaciones de lo que vendrá a partir de lo que ya fue. La muñeca Barbie tiene la particularidad de que retrata a una mujer adulta. Cuando una niña juega con esta muñeca, podría estar imaginando, a manera de expectativa, cómo desea verse y actuar cuando tenga la edad de una mujer adulta.

Con base en lo anterior, es posible establecer la conexión entre la construcción de imaginarios y la construcción de discursos como la feminidad, comprendiendo esta última como una manera deseable de ser mujer en un contexto cultural determinado que deviene en lo social. Tras la imaginación como facultad, o gracias a su uso, la imagen se concretiza en práctica y, posteriormente, se configura como sistema de creencias en un sentido psicológico. Los sistemas de creencias sirven como base para la regulación de conductas o como sistema de elección. La infancia es un momento especial cuando se trata de la construcción de imaginarios, pues la plasticidad del pensamiento y la aparición de la imagen como innovación es capaz de imprimir experiencias significativas. Las imágenes pueden ser transmitidas (Amar et al. 135) con mayor facilidad por emisores, que pueden ser los padres, y adoptarse por receptores, en este caso, los niños y las niñas.

El estudio de los juguetes como documentos de cultura significativos y relacionales

¿Pueden los juguetes ser objeto de análisis desde la teoría del discurso? Los objetos cuentan historias, son *relata*, objetos que capturan significados, momentos históricos y mensajes. Este concepto fue propuesto por Walter Benjamin (78) en sus escritos de literatura infantil. Aunque Benjamin lo utilizaba en un sentido antropológico y su intención se centraba en la posibilidad de describir hábitos, pienso que tiene un gran potencial para establecer una relación entre objetos, y es esta la manera en que lo utilizo. Benjamin desarrolló este concepto a partir de su amor por el coleccionismo de antigüedades, entre cuyos objetos destacaba, además de su colección de ángeles, su colección de juguetes infantiles.

El concepto de *relata* nos permite el estudio profundo, filosófico y semántico de los juguetes en los estudios culturales y la teoría crítica. Lo que podría parecer un objeto muerto, inmóvil y mudo puede ayudarnos a establecer redes de significación. Una colección de muñecas podría decir muchísimo sobre la persona que las recolectó; los zapatos de fútbol de un niño o su balón podrían servir como objetos de reflexión para entender cómo es y cuál es su historia. Los juguetes son objetos insertos en sistemas de productos en momentos determinados del desarrollo histórico y técnico. En este sentido, representan conjuntos de relaciones materiales y sociales que pueden ser

susceptibles de interpretación, sobre todo, en redes de significado, en la exploración de sus contextos, de sus representaciones simbólicas y como vehículos de lo que fueron en el momento en que fueron vendidos.

Las significaciones se construyen en la experiencia a través de las facultades imaginativas y cognitivas en la relación experiencia-significación. La infancia es también una subjetividad que interactúa con prácticas externas, provenientes del mundo de los adultos, que confrontan al niño con significados ya acabados sobre los cuales el niño reinventa. Esto refleja una dinámica curiosa: el mundo del adulto es un mundo inacabado, pero sus mensajes aparecen para el niño como ya acabados, sustentados en la experiencia del adulto y la comprobabilidad sobre el cómo pueden ser determinadas cosas. Cuando un adulto dice “no hables sin permiso”, para el niño aparece como una norma de vida, aunque se trate de una norma provisional.

Los niños aprenden a través de la repetición, juegan al “otra vez”, lo que vuelve más profundas las impresiones que pueden tener a través de la repetición de juegos que, a su vez, pueden ser comprendidos como una repetición de mensajes. Al mismo tiempo, el niño tiene una facultad mimética que lo lleva a intentar imitar, en una relación de semejanza, aquello que toma como original, para después agregarle fantasías e imaginaciones que se desprenden del original. Las niñas juegan a ser otras que aún no son, que pueden llegar a ser o no; intentan habitar en lo diferente. Por esto mismo, Barbie, al ser una muñeca construida en el mensaje de lo posible y lo probable, resulta ser un terreno fértil de la exploración de lo “otro”. Aunque, también, en algunos casos, se puede interpretar como límite o aspiración que no se puede alcanzar, puesto que sus cualidades, particularmente físicas, pueden ser parámetros inaccesibles (Vignale 79).

Indagación y estado del arte; breves aproximaciones a la muñeca y la película *Barbie*

Desde 1959, la muñeca Barbie se ha convertido en símbolo y mensaje de la feminidad, en arquetipo de belleza, especialmente, para las infancias de niñas en América y el mundo. Es considerada espejo de las transformaciones sociales, culturales y estéticas en la historia. Ha cambiado su cuerpo con los avances técnicos del uso del plástico, su vestimenta cambia según la moda o los eventos históricos. Barbie fue astronauta cuando se llegó a la luna y bailó disco cuando se popularizaron las discotecas. Sus oficios se

convertían en aspiraciones de la niñez, pero solo porque también eran aspiraciones de la adultez de su tiempo.

La bibliografía en torno a la muñeca Barbie y sus implicaciones en la cultura toca muy diversos y ricos puntos de análisis. El problema de la etnicidad (Buddington 136) muestra la experiencia de niñas y padres frente a la representación racial alternativa e intenta responder a la pregunta ¿cómo se sienten determinadas etnias al ser representadas en una muñeca? Esta misma cuestión se desarrolla por varias vías, entre ellas, la racialización de la industria del juguete (Chin 305). Esto quiere decir que ampliar la representación de etnias distintas en los juguetes también puede ser una decisión ejecutiva para ampliar las ventas. De hecho, existen versiones de la muñeca que sugieren, aunque no logran del todo, rasgos asiáticos, africanos o latinoamericanos.

Otros estudios plantean la función colonizadora y culturizante de la muñeca en naciones no occidentales, como Nigeria (Okafor 3). Esto muestra un tipo de imposición de la imagen de la mujer blanca en sitios donde rara vez nacen mujeres de tez blanca. Otros más se centran en la crítica sobre la concepción del cuerpo, sus implicaciones políticas, sociales y culturales, por ejemplo, la estrechez de la cintura de Barbie (Cunningham 80) o las cirugías plásticas como imitación de la belleza plástica de una muñeca (Gaudio 11). Otro de los problemas más comunes es la imposición de roles de género (Perrin 83), la cual describe la manera en que, a través de los rasgos corporales, la vestimenta y otras características, se orienta a las infancias hacia la definición de características de un rol de género deseable. Y, por último, también existen estudios respecto al uso de la imagen de la muñeca en internet (Saunders 1150) en los que se critica la selección de características que se promueven en el mundo de Barbie.

En el caso de la película *Barbie*, existen muchas aproximaciones. Esta se ha utilizado para plantear el discurso de *body positive* (Abad 4), cuyos resultados muestran una insuficiente representación asertiva del cuerpo que se ve empañada por valores estéticos poco realistas. También se estudia como un producto con valor formativo en el que, a través de la trama, transmite posturas sobre el feminismo (Amórtegui 2). Otro punto de vista discute acerca de la instauración ficticia de sistemas de gobierno basados en roles de género o la reestructuración de estos (Balanian 31).

Pese a que Barbie tiene la misma figura en todo el mundo, su concepto plantea diferentes aproximaciones, cuestionamientos y significados. La muñeca funciona como arquetipo que motiva reflexiones múltiples, por lo que planteo las siguientes preguntas que pueden acercarnos a un análisis de Barbie como ícono cultural y medio para la

exploración del concepto de feminidad (Zacipa-Infante y Tur-Viñes 2). ¿Cómo experimenta la mujer en sus fases etarias (infancia, adolescencia, juventud) el significado de la feminidad y el ser mujer a partir de la muñeca Barbie como arquetipo? ¿Qué significa tener una construcción de lo femenino como valor, creencia e imaginario? ¿Cómo se relaciona la mujer con la aspiración de la belleza y la realización profesional?

El discurso rosa: una forma de ser, pensar y hablar basada en Barbie

El discurso rosa es la manera en que Martín-Romo (476) llama al movimiento cultural y simbólico que rodeó el proceso de elaboración, promoción y distribución de la película *live action* de *Barbie* en el año 2023. El eslogan de la muñeca Barbie “*You can be anything*”, se manifestó en la representación de diversas iniciativas culturales (música, gráfica, cinematográfica). Intenta significar libertad femenina y feminista; la narrativa rosa implica un ideal de belleza, independencia femenina, decisión sobre el cuerpo propio, apoderamiento en torno a la reproducción, entre otros valores representados por el color rosa. El discurso rosa también es una narrativa sobre el papel actual de la mujer. Aun así, para algunos críticos, la película aún no abandona valores patriarcales y machistas.

“Tú puedes ser cualquier cosa” es una posible traducción del eslogan original. Esta frase, en principio, tiene un sentido de “útil”, como cuando hablamos de la construcción de la personalidad infantil a través de juegos y juguetes. Manipulamos objetos lúdicos como medios de expresión de nuestras ideas; es decir, en las cosas ponemos un significado. En el lenguaje común se dice “vas a la guerra sin fusil” cuando olvidas el instrumento necesario para realizar una labor, por ejemplo, una pluma para escribir. También se suele decir “para ser hay que parecer”, lo que se refiere a que se debe vestir según lo que se quiere proyectar. El sentido de “ser cualquier cosa” pone el valor de la labor en la manipulación del objeto, en este caso, la muñeca: “puedes ser cualquier cosa” a través de la muñeca y, específicamente, en el imaginario.

Benjamin (25) habla sobre cómo los niños utilizan objetos fragmentarios para jugar. Para él, el uso de la “cosa” como “fragmento” o parte de un sistema más amplio, es un ejercicio común de la imaginación infantil. Para las niñas pequeñas, los trozos de tela o los residuos de madera pueden transformarse en costuras, cortinas, capas o

mesitas, sillas e incluso coches. Barbie tiene muchos escenarios puesto que la muñeca cuenta con módulos que se interconectan (coches, casas, piscina, mansiones) y el espacio para el fortalecimiento de la imaginación por medio del fragmento se convierte en un despropósito. Estos módulos y escenarios conformarían partes de sistemas semánticos y expresivos que se vinculan o agrupan en mensajes más complejos. El ensamblaje de módulos no se limita a los juguetes, sino que puede integrar otros objetos e incluso pensamientos e ideas. Por ejemplo, lo que puede comenzar con la obtención de una muñeca y, posteriormente, avanzar a la compra de un jeep rosa de juguete, puede después integrar una serie de televisión de *Barbie, viviendo en la casa de ensueño*, un cepillo de dientes de la misma marca, un espejo rosa, una peineta o una camiseta. Conforme la consumidora crece en edad, estos objetos se podrían convertir en otra clase de productos: trajes de baño, vestidos, tal vez un día, un automóvil rosa real con el logotipo “Barbie” y, así, invadir otros aspectos de su vida.

El discurso rosa tiene un color específico —#DA1884 en hexadecimal—; este tono saturado colorea no solo los zapatos de la muñeca o sus labios, también se puede transportar fuera de la estructura del juego. Durante la fiebre de la película *live action* de Barbie (2023), hombres y mujeres acudieron a las salas vestidos de rosa o disfrazados de Barbie y Ken (Argáez 30), y esta fue solo una de todas las expresiones que se dieron alrededor de la muñeca y su filme, una de las películas más esperadas del año. Pese a que la película discutía temas demasiado complejos, las salas de cine se llenaron de niñas. Con respecto a Ken, este no es un muñeco de un hombre que sostiene una relación amorosa con Barbie. Él es un accesorio más de Barbie, es otro elemento de los módulos que se interconectan, es otra de las “cosas” de las que ella dispone, como un bolso o un peine. Tiene una función en relación con ella y, sin ella, el juguete carece de valor.

La muñeca está hecha a la medida de la mano, pero se trata de un tamaño irregular. Es demasiado pequeña para las manos de una adolescente, demasiado grande para las manos de una niña. Así como el color, el tamaño nos dice algo, define un momento del desarrollo que podríamos comprender como “pubertad”, biológicamente hablando, y como “adolescencia”, en el sentido cultural (Rodríguez 13). Este último es el que nos incumbe cuando pensamos en lo que uno “quiere ser” y lo que uno “sueña ser”. Específicamente en el ámbito femenino, el querer ser despliega un carácter de posibilidad, de “proyecto de vida” (D’Angelo 3) o de una visión a futuro.

Cuando Mattel nos habla de que Barbie es lo que quiere ser, se refiere a un esquema de mujer profesionalista, tomando en cuenta la infinidad de profesiones que la

muñeca ha representado, desde policía hasta astronauta. Representando la feminidad de cincuenta nacionalidades diferentes, cuenta, en su historia, con más de 156 oficios o profesiones. Desde hace más de 60 años, ha vendido más de 120 millones de ejemplares anualmente en 140 países. Para muchas, Barbie es una inspiración con respecto al papel de la mujer en un mundo globalizado (Okafor 3). Barbie puede ser una estudiante universitaria, fotógrafa, productora de medios, bailarina y astronauta; aunque también puede ser sirena, princesa o hada. Las posibles versiones en las que se manifiesta la feminidad van desde versiones mitológicas, hasta la Barbie científica. Estas atraviesan el pensamiento mágico de la niña y se adaptan a fases etarias posteriores. En este sentido, la muñeca es una herramienta de la inserción laboral y social a través de una expectativa de futuro.

Barbie no es orientadora educativa ni da talleres de planeación de vida, pero su mensaje puede influenciar en la construcción del sentido de la feminidad, ideológicamente hablando. En un sentido psicológico cognitivo conductual, jugar con Barbie promueve la construcción de sistemas de creencias comprendidos como momentos de la experiencia humana y del desarrollo de la conducta (Díaz et al. 49).

Feminidad: rol tradicional frente a la mujer profesionalista como formas de ser

La película *Barbie* (2023), dirigida por Greta Gerwig, cuenta la historia de una Barbie estereotípica que comienza a sufrir problemas de “imperfección”, pues se manifiestan en ella características de una mujer real. Por tanto, se ve obligada a viajar al mundo real (machista y patriarcal) para encontrar a la mujer que la imagina, pues sus cambios son síntomas de la desmotivación emocional presentes en la mujer que la está imaginando y que tiene un vínculo con ella. En el transcurso de esta historia, Ken viaja con Barbie al mundo real, donde aprende las bases del patriarcado y regresar a Barbie Land a instaurar un dominio machista y patriarcal, despojando a las barbies de su posición política y de sus derechos sociales. Barbie Land representa un mundo dominado por la mujer que, desde la perspectiva de la ficción interna de la trama, es más civilizado, menos violento, más funcional, entre otras bondades. Las barbies logran recuperar su Estado mediante una trampa con la cual se deshacen de los kens por un tiempo; gracias a esto, retoman la dirección del Estado y ofrecen un pequeño aumento de derechos a los kens.

La Barbie estereotípica es interpretada por Margot Robbie. Su motivación es el autodescubrimiento y el reencuentro con nuevas problemáticas de la feminidad en el mundo (Barrenetxea 605). Al inicio del filme, se parodia la primera escena de la película *Odisea 2001* (1968) dirigida por Stanley Kubrick basada, a su vez, en la novela homónima de Arthur C. Clarke. En la escena inicial de Kubrick, simios humanoides reaccionan frente a un monolito negro que se les presenta y los influencia conduciéndolos a la evolución. Los simios utilizan un hueso como herramienta, hueso que representa el uso de utensilios como el punto de partida de la evolución humana (como *homo habilis*). Los simios golpean el hueso contra el suelo como expresión de su ser primitivo. El hueso vuela en el aire y se convierte en un transbordador espacial que representa el avance entre el primer utensilio y el último. Al mismo tiempo, y bajo el discurso rosa de Barbie, esta escena representaría los juguetes de los hombres. Los hombres juegan con la técnica y el juego configura la aspiración, la masculinidad busca en su juego el dominio, el poder, la violencia y su juego, tomado demasiado en serio, lo lleva a viajar por el espacio exterior, en el solipsismo del vacío interminable.

En la película *Barbie*, la primera escena es similar y diferente. Las niñas juegan con muñecas tradicionales que representan a niñas y que reproducen el discurso tradicional de la feminidad centrado en el cuidado de los hijos y la reproducción. En este caso, el útil, o el juguete como herramienta, no es liberador, sino que parece encadenar a las niñas a un futuro en casa, lo que contrasta con el futuro del viaje espacial para los hombres. Las niñas no se encuentran frente a un monolito intergaláctico que las influencia a evolucionar, como en la película de Kubrick o la novela de Clarke, sino que se encuentran con la muñeca Barbie en todo su esplendor: una figura rubia en traje de baño con lentes de sol. En ese momento, las niñas pequeñas rompen sus muñecas, símbolo de la maternidad y el cuidado del hogar, influenciadas por Barbie como ícono de la libertad y el empoderamiento femenino, y se aventuran en su propia trayectoria de autodescubrimiento hacia la construcción de su feminidad presente y futura.

La película podría estar enviando un mensaje acerca de la destrucción de la maternidad. La muñeca como representación de la niña ha sido eliminada y ahora se abraza la posibilidad de un juguete que desarrolla una profunda idea de libertad y realización profesional. La maternidad destruida implica aspiraciones no condicionadas (Uzcanga 251) y la libre elección sobre el cuerpo.

Al final de la película, Barbie decide dejar de ser solo una muñeca imaginaria e idealizada para concretarse como una mujer real y potencialmente imperfecta en un

sentido aspiracional. Ya en el mundo real, ella visita al ginecólogo, lo que envía un mensaje abierto y ambiguo que puede tener múltiples interpretaciones: a) Barbie está reafirmando y aceptando que ahora es una mujer real que debe preocuparse por su periodo y hacerse revisiones médicas como parte de su autocuidado; b) Barbie explora la posibilidad de convertirse en madre ya sea en un paradigma tradicional de familia o de una manera más abierta, por lo que también considera la posibilidad de unirse a un hombre en pareja; c) Barbie considera la posibilidad de ser madre sin la intervención de una pareja, en una reinención del mito bíblico de la virgen María, asistida por la ciencia a través de la inseminación artificial. En una cuarta posibilidad semántica, ya casi en una dimensión de ciencia ficción, Barbie podría estar intentando reproducirse por sí misma de manera autónoma, sin ninguna carga genética donada por un agente externo como hacen algunos organismos que se reproducen de manera asexuada. El paradigma científico constituye una búsqueda, y lo que hoy parece solo ciencia ficción, en un futuro, podría convertirse en algo alcanzable; lo que no resuelve la pregunta sobre si los alcances de la ciencia aportan algo en el desarrollo del individuo como persona.

La elección de Barbie sobre su propia vida presenta un abanico de posibilidades e interpretaciones tanto variadas como retadoras. Surge el sentido de lo femenino orientado a la realización personal, laboral y profesional a través de la elección incondicionada y libre. O se renuncia a la maternidad o se abraza la idea de desarrollo propio. También se plantea un discurso de libertad deseable, y el anclaje a la familia y la ausencia de desarrollo como indeseable. Queda a interpretación personal el definir si, para uno mismo, es posible tener familia, realizarse y ser libre al mismo tiempo, o ser profesionista, hacer uso de la libertad y, aun así, carecer de desarrollo, pues las elecciones no tienen, necesariamente, un rumbo determinado.

En la película, el conflicto entre Ken y Barbie como arquetipos de la masculinidad y de la feminidad podría estar planteando la escisión entre el hombre y la mujer tanto en un sentido ideológico, como material y espacial. Al final, se da una reconciliación aparente, pero no profunda, pues el objetivo como tal no es presentar la armonía entre los dos polos, sino, más bien, la diferenciación y el distanciamiento. La mujer no necesita al hombre para ser mujer, el hombre no necesita a la mujer para ser hombre y, al no necesitarse, pueden construir prácticas, valores, productos culturales o vidas paralelas. Esto desata muchas más preguntas que habrá que explorar en la reflexión sobre el género y sobre el feminismo. ¿Barbie se masculiniza al apropiarse de planteamientos que en el discurso del filme son normalizados en los hombres o, más bien, se

hombrefica? Si es que puedo plantear un concepto tal, el cual significa, para mí, la ruptura con la feminidad cultural y biológica para la identificación y elección de erradicar las cualidades femeninas de cualquier índole. ¿Cuál es el objetivo y por qué es deseable la escisión entre hombres y mujeres? Además, ¿tiene veracidad el comprender culturalmente al hombre como un ser independiente por el solo hecho de existir o la soledad masculina como una condición deseable?

Barbie puede ser lo que quiera ser, pero es menos deseable que busque ser madre o esposa, puesto que esto puede asociarse con el estancamiento de su desarrollo en la época de la “liberación femenina”. La mujer es fuerza de trabajo, a la vez que individuo susceptible de autorrealización individual. ¿Qué tanto a los medios culturales les interesa el empoderamiento femenino y qué tanto su interés es el consumo? La mujer puede estar siendo contemplada como sujeto económico (Bard 9) y estos productos ser resultado de estudios de mercado. Cabe cuestionar, también, la construcción imaginaria de dicha autorrealización individual y si la individualidad, o el individualismo, puede tornarse en una idea de solipsismo o aislamiento. Si es parte de la construcción del género femenino el ser social, o si el ser asocial o no depender de lo social puede considerarse un privilegio de la masculinidad. Por otra parte, y para futuras investigaciones, queda como proyecto la exploración de la construcción de la masculinidad y su relación con el machismo; la indagación sobre si podría existir una diferenciación analítica entre masculinidad y machismo o si son una y la misma cosa como se ha trabajado históricamente. Este es un tema poco abordado en comparación con la cantidad de estudios sobre la identidad masculinidad-machismo como principio de opresión, violencia directa y violencia cultural.

Mensajes de un cuerpo insuficiente. Barbie una fantasmagoría inalcanzable

En el filme, Barbie estereotípica nos invita a repensar la muñeca desde la cultura. Barbie no enmarca solo una crisis cultural de la identidad, sino una crisis de existencia en cada mujer que se cuestiona sobre su lugar en el mundo. Las exigencias que puede enfrentar socialmente la mujer y la presión frente a un rol generacional que, tarde o temprano, habrá que confrontarse son una carga atroz.

La película muestra que Barbie no es perfecta, también sufre confusiones. Se pregunta para qué fue hecha. El paradigma científico, que busca la liberación de las fuerzas trascendentes y míticas, sustituye la idea de integrarse a un cosmos (en el sentido griego como orden de un sistema del todo) con la idea de integrarse a un sistema funcional utilitario. A manera de máquina, el individuo participa del mundo a partir de su nivel de productividad y funcionalidad. En el paradigma teológico hay alguien que crea a los individuos, como se crean los juguetes.

En la canción *What Was I Made For?* (2023) de Billie Eilish, que forma parte de la banda sonora de dicha película, se demuestra la vulnerabilidad de la construcción progresiva de uno mismo en el tránsito de los primeros años de vida hasta la adultez. La muñeca, étnicamente rubia como la cantante, se pregunta para qué fue hecha, para qué sirve. Se comprende a sí misma como un individuo no funcional, en cierto sentido “descompuesta”, como un juguete o un instrumento roto. Esto último, quizá pueda estar asociado con el hecho de que la cantante padece el síndrome de Tourette, que la hace padecer espasmos involuntarios repentinos, como una muñeca a la que le fallan las articulaciones. Billie Eilish manifiesta una crisis de identidad y se plantea como la única responsable de buscar el motivo de la confusión en sus sentimientos. También cuestiona su realidad o idealidad al ser un producto por el que se “paga” por tener. Esto último resuena con la idea de que la cantante tiene un estilo de vida como celebridad en el que ella colabora en la construcción de los ideales de las jóvenes que escuchan su música, es un producto cultural y quienes desean consumirla deben pagar por verla.

Los adultos constituyen su forma y aterrizan las expectativas que pudieron tener en la infancia frente a las expectativas que les ofrece su adultez. El desarrollo humano no es una ruta lineal, sino que implica encuentros y desencuentros, crisis y oscuridades que pueden ser exploradas e, incluso, superadas y que están implícitas en el proceso de desarrollo de la personalidad en un camino de vida propio.

Pero la sensación de insuficiencia no solo puede manifestarse emocionalmente, también puede darse en relación con el cuerpo. La muñeca Barbie puede convivir con la dismorfia corporal, como trastorno de la imagen física, o con los trastornos alimenticios como la bulimia o la anorexia, o con la adicción a las cirugías plásticas. Heidi Montag llegó a someterse a 10 procedimientos cosméticos en un solo día. Modificó su nariz, sus orejas, su mentón, sus cejas, se aumentó los senos, se aplicó inyecciones de grasa facial, liposucción, entre otras intervenciones. Se ha llegado a decir que Montag parece una Barbie, es rubia, tiene un cuerpo irreal y suele vestir siempre a la moda.

Alexandra Gaudio (11) nos dice que la vida imita al plástico. En la cultura, se desarrollan estándares de belleza arbitrarios los cuales podríamos considerar que violentan la construcción de autoimagen en algunos casos o frente algunas subjetividades; estereotipos que sirven como disparadores para que algunas personas lleguen a intervenir a través de cirugías plásticas con tal de adecuarse a un imaginario. Esto podría ser la expresión de una profunda inseguridad y necesidad de reafirmación externa, lo que no siempre representa salud o equilibrio mental. El pendular entre una visión y otra en la definición de un concepto básico para la imagen de la mujer, como puede ser la caracterización de la feminidad, también podría implicar procesos de angustia.

La muñeca Barbie como imaginario también puede aparecer como un arquetipo de belleza que implica cierto grado de presión social. Sobre todo, al detenernos en su complexión física y el significado de sus elementos más destacados como ojos, labios, cabello y dimensiones corporales. Si una mujer tuviera las dimensiones de la muñeca Barbie en escala real quizá no sería considerada bella. Un análisis dimensional de las medidas principales de la muñeca en antropometría indica que ella mediría 1.75 metros de altura, 87 centímetros de busto, 49 centímetros de cintura, 77 centímetros de cadera, y tendría un índice de masa corporal de 11.6, que corresponde a infrapeso (Vega-Cobos 974). El peso recomendado médicamente para una persona que mide 1.75 metros de altura es de 65 a 80 kilogramos, con un índice de masa corporal de 18.5 a 24. ¿Por qué, entonces, tiene tanto éxito la muñeca si no es bella? Esto es debido a que se trata de una representación imaginaria y subjetiva, no vemos a la muñeca, sino sus rasgos que, en conjunto, envían un mensaje.

En los dibujos animados, la representación por exageración es muy común, esto mismo pasa con la muñeca; ella no nos dice lo que deseamos ser, sino lo que deseáramos que fuera, no corresponde a una realidad buscada, sino a una realidad evitada. No es definitivo que todas las mujeres vean en la muñeca una exigencia o una suerte de condena que las orille a sentirse poco bellas o inadecuadas, pero, en algunos casos relacionados con inseguridad, problemas de autoimagen, inestabilidad o angustia, la muñeca como arquetipo podría funcionar como detonante de reacciones inquietantes. Por un lado, el juguete intenta inspirar a todas las mujeres, por otro, no las representa a todas o no todas llegan a sentirse representadas por ella. No todos los rosas tienen la misma vivacidad y no todo el tiempo se puede sonreír como lo hace Barbie.

Conclusiones

Considero que las principales aportaciones presentadas en este artículo en el que trabajé la muñeca Barbie como ícono cultural entorno a la construcción de la feminidad son: 1. una exploración de los conceptos de relato de Walter Benjamin y protenciones de Wolfgang Iser, adaptados a la teoría del discurso; 2. una breve concepción de los imaginarios como modelos de interpretación de la cultura; 3. un estado del arte actualizado sobre los principales temas abordados al analizar la muñeca Barbie y su película; 4. la exploración de la posible susceptibilidad de las infancias ante los mensajes que viajan en los juguetes como productos culturales; 5. una perspectiva crítica del mensaje contra la maternidad en la película *Barbie* (2023), y 6. una aproximación a la exigencia y frustración corporal y emocional que puede tener la muñeca Barbie en su público.

El mensaje de feminidad de Barbie no tiene, exclusivamente, un tono infantil con un significado de inocencia; se trata de un discurso cuyo tono raya entre el mundo del adulto y el mundo del niño, que conlleva el descubrimiento de la feminidad propia así como la exploración de una elección de vida. “Ser lo que quieras ser” implica libertad, pero también, conforme se avanza hacia el futuro, implica la definición de un posicionamiento individual. De esta manera, mientras la vida de la mujer avanza, su propio concepto de feminidad se aclara, pues, a través de sus acciones, reflexiones y exploraciones, se define a sí misma poco a poco. El problema radica en la pregunta ¿qué tan libre fue su elección si no fue ella quien definió el significado de la imagen de feminidad que le fue dada desde un inicio ya que pudo ser presentada ante ella de manera externa por un emisor, a través de documentos culturales e, incluso, a través de los juguetes?

Otro problema lo encontramos al reflexionar sobre qué efecto puede producir en el receptor la agresividad con la que se presenta la expectativa sobre su persona en el caso de la definición de feminidad sobre la mujer. Independientemente de lo diversa que pueda ser la construcción que una elija, o del contenido que libremente pueda atribuirle a su propia concepción de feminidad y a su propio mensaje, el discurso y la discusión pública siguen presentes en los medios. Aunque no en todos los casos, sí en algunos, puede funcionar como presión y desatar comportamientos o elecciones que manifiestan la libertad que cada individuo y cada fémica tiene, pero también, la desestabilización de la forma propia de vivirse mujer.

Con respecto a la construcción de imaginarios frente a la definición de mensajes como la feminidad, la fase de infancia afianza valores, la fase de adolescencia construye posibilidades, y la fase de juventud determina criterios. Los juguetes tienen una influencia que puede sembrarse en la infancia y cultivarse en la juventud. La muñeca se plantea como una posibilidad en el límite de un umbral del desarrollo y de la multiplicidad de opciones y posibilidades que nos arrojan justo al momento en el que se manifiesta, etariamente, el pensamiento mágico y mitológico de la infancia frente al pensamiento práctico de la adultez.

En cuanto a la construcción de la feminidad en torno a la maternidad, el discurso de la película de Barbie parece apuntar a una disyunción excluyente entre el proyecto de vida de una mujer independiente y libre frente al de una mujer estancada en el rol de madre. Esta estructura polar puede ser susceptible de interpretación, discusión y resignificación, así como de múltiples matices. Aunque la película como documento cultural ofrece un discurso, la práctica de cada mujer motivada por la construcción personal de su propia feminidad también constituye mensajes que pueden unirse y enriquecer la discusión, así como desarrollar su propia elección de vida.

La queja principal frente a la interpretación de Barbie como arquetipo de feminidad suele rondar entorno a si la muñeca envía un mensaje contradictorio. Por un lado, te dice que puedes ser lo que quieras y, por el otro, para muchos, reduce las posibilidades de ser algo diferente a una mujer alta, bella, delgada, blanca, libre, capacitada, independiente. El problema corporal de la belleza y su relación con la mujer real es un problema sobre la construcción del mensaje de la feminidad en la cultura, pero también en la expectativa personal. Si es verdad que Barbie defiende la idea de que cada niña y cada mujer pueden ser lo que quieran ser, tal vez, en el fondo, esté diciendo “sé tú misma, busca tu propia respuesta, no tienes por qué parecerte a mí”; pero, entre el abanico de cosas que “puedes ser”, eliges ser una *Barbie girl*. ▸

Referencias

- Amar, José, et al. “Construcción de imaginarios infantiles y vida cotidiana”. *Psicología desde el Caribe*. Núm. 12, 2003, pp. 134-172.
- Abad, María. *Body positive en la película de Barbie 2023*. 2024. Universidad del Azuay. Facultad de Filosofía y Ciencias Humanas, tesis de grado.

- Amórtégui, Elías. «Educación científica en la era de “Barbie” y “Openheimer”». *Góndola, Enseñanza y Aprendizaje de las Ciencias*, vol. 18, núm. 2 (mayo-agosto), 2023.
- Argáez, Sofía. *Barbie, el espejo donde nos cooltureamos. Proyecto COOLTURE*. 2024. Universidad de los Andes, trabajo de pregrado.
- Arráez, Morella, et al. “La hermenéutica: una actividad interpretativa”. *Sapiens*, vol.7 núm. 2, 2006, pp. 171-181.
- Balanian, Janice. «“Barbie” y el feminismo constitucional». *Revista Jurídica de la Universidad de Palermo*, núm. 2, 2023, pp. 27-46.
- Bard, Gabriela. “Mundo Barbie. Las niñas y las mujeres como sujeto de consumo”. *Revista Ardea*. <https://ardea.unvm.edu.ar/ensayos/mundo-barbie/>
- Barrenetxea, Igor. La rebelión contra los estereotipos en Barbie (Greta Gerwig, Usa, 2023) Filmhistoria Online, 2023.
- Benjamin, Walter. *Dirección única*. Alfaguara, 1955.
- Benjamin, Walter. *Escritos. La literatura infantil, los niños y los jóvenes*. Nueva visión, 1989.
- Buddington, S. (2001) Barbie.com and Racial Identity. En: rts - Research (143) Speeches/ Meeting Papers (150) 27p.; Paper presented at the Annual National Conference of the National Association of African American Studies and the National Association of Hispanic and Latino Studies (Houston, TX, February 21-26, 2000).
- Castany-Prado, B. “Comunidades imaginadas, de Benedict Anderson”. *Konvergencias. Diálogos para la cultura*, núm. 14, 2007, pp. 1669-9092. <http://www.konvergencias.net/castanyprado124.htm>
- Chin, E. “Ethnically Correct Dolls: Toying with the Race Industry”. *American Anthropologist*, vol. 101, núm. 2, 1999, pp. 305-321. <https://www.jstor.org/stable/683203>
- Cunningham, K. “Barbie Doll Culture and the American Waistland”. *Symbolic Interaction*, vol. 16, núm. 1, 1993, pp. 79-83. <https://www.jstor.org/stable/10.1525/si.1993.16.1.79>
- D’Angelo, Ovidio. “Proyecto de vida y desarrollo integral humano”. *Revista Internacional Crecemos*, núm. 1 y 2, 2003.
- Flores, Mitzy. “Imaginario femenino, identidad y vida cotidiana”. *Revista Estudios Culturales*, vol. 1, núm. 2, 2008.
- Gaudio, Alexandra. *Beauty and the Barbie Doll: when life imitates plastic*. 2011. Fordham University. tesis de licenciatura. https://fordham.bepress.com/amer_stud_theses/5
- Gerber, Robin, et al. *Barbie and Ruth: the story of the World’s Most Famous Doll and the Woman Who Created Her*. Harper Business, 2009.

- Martín-Romo, Luis. "Análisis de la narrativa «rosa» de creadoras y artículos de ficción audiovisual: Barbie y Super Freaky Girl". *Historia y Comunicación Social*, vol. 29, núm. 2, 2024, pp. 475-487.
- Moscovici, Serge. *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Editorial Huemul, 1979.
- Okafor, Chinyere. (2007) "Global Encounters: 'Barbie' in Nigerian Agbogho-Mmuo Mask Context". *Journal of African Cultural Studies*, vol. 19, núm. 1, 2007, pp. 37-54. <https://www.jstor.org/stable/25473377>
- Perrin, Robert. «"Barbie Doll" and "G. I. Joe": Exploring Issues of Gender». *The English Journal*, vol. 88, núm. 3, 1999, pp. 83-85. <https://www.jstor.org/stable/821584>
- Quintana, Laura y Hermida, Julián. (2019). "El método hermenéutico y la investigación en Ciencias Sociales". *Aportes al Derecho*, vol. 3, núm. 3, 2019, pp. 1-16. <https://revis-tajuridica.uflo.edu.ar/index.php/RevistaJuridica/article/view/20>
- Rodríguez, Dayana. *Pubertad y adolescencia*. 2019. Universidad Nacional de Trujillo, tesis de licenciatura.
- Saunders, P. (2012) "Valores diseminados por la muñeca Barbie en la página web Barbie.com y en Facebook". *Vivat Academia*, núm. 117E, 2012, pp. 1130-1166. <https://www.redalyc.org/pdf/5257/525752959024.pdf>
- Tornero, Angélica. *Indeterminaciones y espacios vacíos en Roman Ingarden y Wolfgang Iser*. UAEM, UNAM, 2006. DOI: <https://doi.org/10.22201/ffyl.01860526p.2006.13.709>
- Vega-Cobos, et al. "¿Por qué no llegó la muñeca Barbie a Miss Universo?". *Latin-American Journal of Physics Education*, vol. 4, núm. 1, 2010.
- Vignale, Silvana. "Infancia y experiencia en Walter Benjamin. Jugar a ser otro". *Childhood & Philosophy*, vol. 5, núm., 2009.
- Uzcanga, Ignacio. *Barbie, ¿la destrucción de la maternidad?* Ecclesia 38, 2024.
- Zacipa-Infante, Ingrid y Tur-Viñes, Victoria. "Barbie (2023): el icono cultural que redefine el empoderamiento femenino". *Revista de Comunicación*, vol. 24, 2025.