

De muñeca sexi a niña buena

UNA AUSTRALIANA LAVA LA CARA A LAS BRATZ DE SEGUNDA MANO Y LAS VENDE POR CIENTOS DE EUROS ● SU PROYECTO REABRE EL DEBATE SOBRE LA HIPERSEXUALIZACIÓN DE LOS JUGUETES

PATRICIA GOSÁLVEZ, Madrid

Donde antes solo había gruesos labios perfilados, ahora caben los dientes de una inocente sonrisa. Sin maquillaje, los ojos de las muñecas parecen más pequeños, pero miran de frente, no de seductor soslayo. Y el atuendo... tan distinto como el de una estríper y el de una catequista. El cambio es obra de la madre australiana Sonia Singh, que tras ser despedida del CSIC de su país decidió "rescatar y rehabilitar" viejas muñecas Bratz para darles un estilo más "sensato", según explica en su cuenta de Tumblr, Tree Change Dolls, donde empezó a colgar fotos del antes y el después a mediados de enero. En cuestión de días sus muñecas se hicieron virales. Vendió las 20 primeras en segundos. El 8 de marzo, Día de la Mujer Trabajadora, subastó una por 1.334 euros. Prensa de todo el mundo se hizo eco. Tanto, que Sonia ya solo habla con medios australianos. "Estoy sobrepasada", se disculpa por correo electrónico. No para de trabajar: el pasado sábado puso a disposición de sus fans 20 nuevas muñecas. Su *hobby* ya es un pequeño negocio.

De tanto en tanto, surge una muñeca maniquí "normal" que reabre el debate sobre la hipersexualización de los productos para niñas. A la eterna Barbie, las Bratz en su momento (hace 10 años eran las divas del sector) o las Monster High después, les han surgido rivales más realistas. En 2013, el diseñador Nickolay Lamm dibujó la "Barbie normal", con las proporciones de la americana media de 19 años. Tantos padres preguntaron dónde se podía comprar que Lamm empezó a fabricar la hasta entonces virtual Lammily. "En 2014 tuvimos 1,3 millones de euros de beneficios", explica por correo. "Lo más difícil del sector es darse a conocer". Para hacerlo rodó un vídeo en un colegio: niñas con una Lammily y una Barbie en cada mano. "Esta no es tan flaca", "se sostiene de pie porque no lleva tacones", "se parece a mi hermana"... ¿Cuál quieres? "La Lammily",

dicen todas las niñas. Y añaden: "Barbies ya tengo muchas".

"Lo que quieren las niñas sobre todo es jugar con cosas nuevas y diferentes", explica la pedagoga María Costa, del Instituto Tecnológico del Juguete. "No hay nada malo en jugar con una muñeca muy maquillada, el problema es jugar solo a eso". Sexis, exageradas, horteras... Según Costa, estos significados los ponemos los adultos. Donde una madre preocupada ve una estríper, "las niñas solo ven fantasía, muñecas que se parecen a las mujeres que ven en la tele y las revistas".

"Las Tree Change Dolls responden más a lo que buscan las madres que a lo que quieren las niñas", dice Costa. Las relaciona con dos tendencias sociológicas: *active paren-*

ting, "progenitores implicados que buscan valores alternativos", y *mumpreneurs*, "mamá emprendedoras con *hobbies* en torno a la crianza". ¿Por qué no desmaquilla Mattel a Barbie para contentarlas? "Porque Mattel vende a las niñas, no a las madres", dice la pedagoga. "Las muñecas realistas tienen su público, pero son un segmento".

La británica Lottie es una de las mejor posicionadas en él: desde 2012 ha vendido 300.000 muñecas en 30 países (Bratz vendió 125 millones en sus primeros años). Lottie tiene pecas y el cuerpo de una niña de nueve años. "Muchos padres sentían que las otras muñecas forzaban en las niñas una agenda para crecer demasiado deprisa", explica por correo su creadora, Lucie Follet.



La misma muñeca, antes y después de ser transformada por Sonia Singh. / TREE CHANGE DOLLS

UN DISEÑADOR GANÓ
1,3 MILLONES DE EUROS
EN 2014 FABRICANDO
BARBIES "NORMALES"

En el debate alrededor de estas muñecas realistas también hay críticas. Algunos blogs feministas dicen que simplemente se ajustan a un estándar distinto: menos loco, más doméstico, que trata de fijar lo que es una "niña normal". "Lavarle la cara a una Bratz en pro del realismo", dice una bloguera, "es como cortarle el cuerno a un unicornio".

De muñeca sexi a niña buena

Preguntas de Comprensión

Nombre: _____

1. Explica qué ha realizado Sonia Singh y con qué objetivo.

2. Observa las fotografías y explica la diferencia entre las dos muñecas.

3. Define los siguientes conceptos y explícalos: *active parenting* y *mumpreneurs*.

4. ¿Qué quiere decir que algo o alguien se “hace viral”?

5. ¿Qué peculiaridad tenía la muñeca Lammily? ¿Y Lottie?

6. Según los psicólogos, ¿con qué les gusta jugar a las niñas y por qué ?

7. ¿Qué diferencias presenta el texto entre lo que les gusta a las niñas y lo que les gusta a las madres?

8. ¿Qué dicen las críticas de este tipo de muñecas realistas?

9. ¿Por qué crees que han tenido tanto éxito las muñecas como las de Sonia Singh?

10. Busca imágenes de las muñecas que se mencionan en el texto y compara cómo son unas y otras.

11. Si tuvieras que elaborar dos carteles publicitarios en los que vendas cada uno de los dos tipos de muñecas, ¿qué recalcarías en ellos?

