

Casa da Cultura António Bentes

S. Brás de Alportel

Biblioteca

LIVRO n.º

5-4
1472

Cota n.º

306

a da Cultura António Bentes

Biblioteca

(Secção de Recortes)

Barbie Instinto de Mulher

Carlos Oliveira

Assunto: Mulher

Revista tempo Livre, n.º 71, Março de 1997

Revista Tempo Livre n.º 71
 Março 97

Consumo



Carlos Oliveira

Barbie instinto de mulher!

“Foi um dos maiores sucessos do século XX no mundo dos brinquedos e enfrenta sem angústias o virar do século, pois parece gozar do dom da eternidade. Vendida em mais de 150 países é o exemplo acabado da educação consumista que a sociedade ocidental cria a partir do berço. Ao ser criada antes do namorado (Ken) parece querer desafiar a criação bíblica do homem...”

Foram vários os brinquedos de sucesso neste século, período em que se assistiu a uma evolução alucinante no sector, caracterizada pelo condicionamento de comportamentos, moldando gostos e incitando ao desenvolvimento, desde a infância, do consumismo desenfreado e acrítico.

De entre todos, porém, um realça pela sua perenidade e universalidade. Faz a alegria de muitas crianças há quase 40 anos, vende-se em mais de 150 países a um ritmo de duas unidades por segundo e o seu sucesso parece não ter limites.

Enquanto médicos e cientistas a acusam de ser responsável pelas dietas de emagrecimento de crianças em Inglaterra, que a todo o custo se querem parecer com a boneca dos milhões, psicólogos, sociólogos e jornalistas debruçam-se sobre as razões de tão estrondoso êxito.

Apesar de só ter aprendido a falar aos nove anos de idade, a revista “Top-Model” não hesita em compará-la a Claudia Schiffer; é mais conhecida que Madonna e invade as lojas de brinquedos de quase todo o mundo. Países como o Irão, receosos dos “efeitos catastróficos da cultura Barbie” criam versões “alternativas” da boneca, adaptadas ao cariz islâmico.

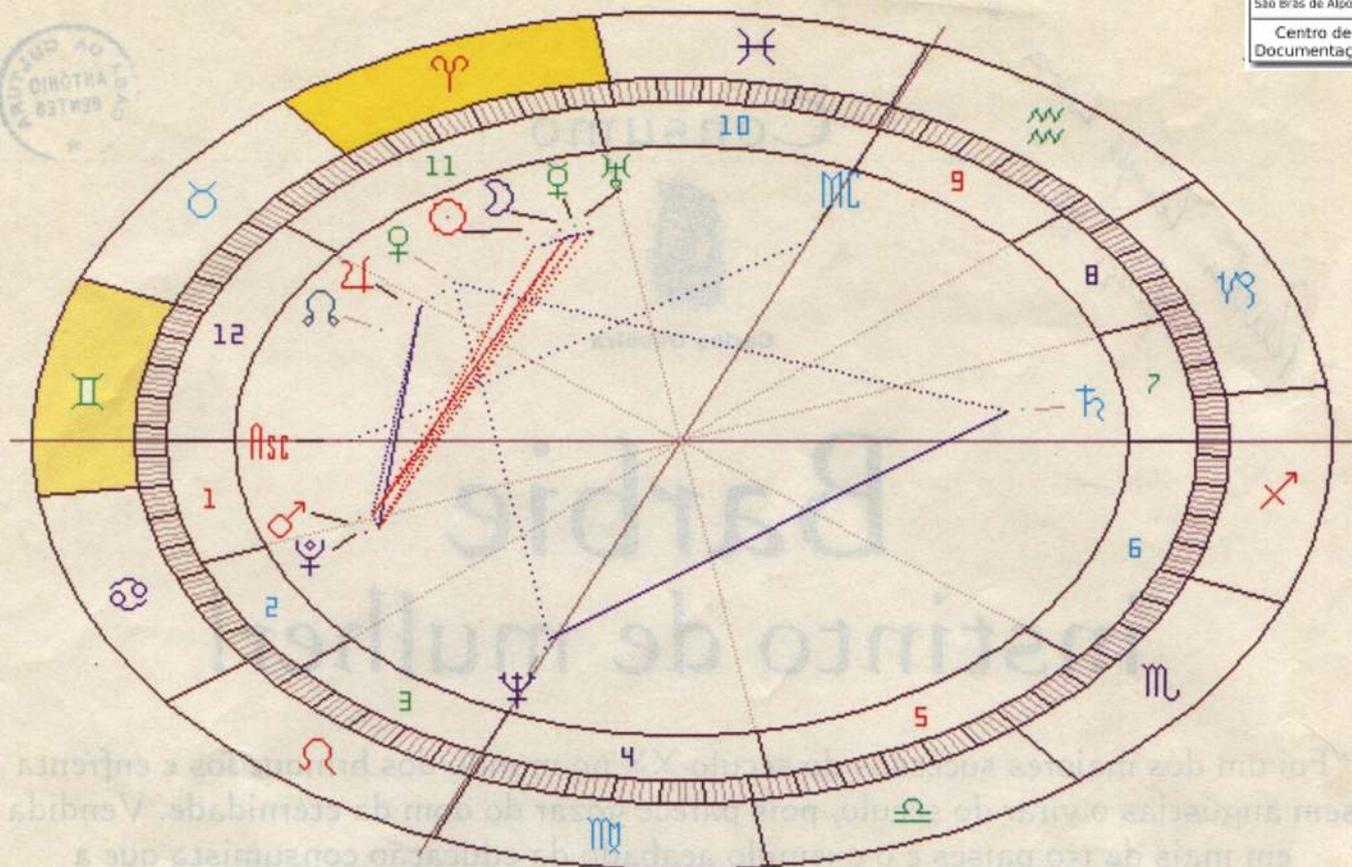
Apesar de Barbie desafiar a criação bíblica do homem, ao aparecer antes do namorado e se movimentar num

mundo dirigido por mulheres, não nos admiramos que venha a ser considerada o brinquedo do século.

Não foi fácil, porém, para Barbie, atingir o estrelato e tornar-se um paradigma do consumismo que a sociedade ocidental desenvolve de forma exacerbada a partir da infância, como se pode constatar pela história que se segue.

Corria o ano de 1959, quando Barbie viu pela primeira vez a luz do dia e cedo se deixou inebriar pelas luzes feéricas da sua cidade natal: Los Angeles. Atordoada pelo sucesso estrondoso rapidamente alcançado e instigada pela mãe (a sua criadora Ruth Handler), Barbie decide-se a atravessar o Atlântico para experimentar o êxito na Europa. Tinha então 18 anos de idade e apenas dois anos de existência, situação apenas possível em histórias de bonecas, ou em certas mulheres depois dos 40... Aportou a Inglaterra ainda sem saber falar e sem namorado (só em 1968 surgirá a Barbie falante...) e o seu sucesso foi imediato. Só que os ingleses, nem no mundo dos brinquedos perdoam o sucesso dos americanos e por isso dão à luz, no condado de Kente, uma outra boneca chamada Sindy que, embora tendo apenas 12 anos, começa a pretender discutir com Barbie, a supremacia na “casa das bonecas”.

Embora mais modesta e prescindindo de carros luxuosos, motoristas e casas com piscina Sindy dá desde logo,



valor exemplificativo esta situação, embora não seja um exemplo puro, levantámos um tema do céu, que resultou da selecção aleatória que fizemos dos sócios do Inatel que nos enviaram os seus dados. Trata-se do Sr. Oliveira, nascido a 9 de Abril de 1929, em Évora, pelas 9,30 horas.

Verificamos, neste caso, que o signo de carneiro é ocupado não só pelo sol, mas também pela lua, mercúrio e urano, determinando fortemente o perfil individual do nosso amigo. Trata-se, portanto, de uma pessoa com grande vitalidade, de reacções fortes, com força interior e jovialidade e impulsiva; a concentração de seis planetas no 4º quadrante do tema do céu acrescentam-lhe tendências determinantes naquilo que faz. O seu ascendente gémeos reforça-lhe as características primárias tornando-o uma personagem com bastante curiosidade, muito crítica (às vezes em excesso) com uma grande necessidade comunicativa de exprimir verbalmente e racionalmente a sua alma apaixonada: quando a chama do espírito se inflama, deixa vir ao de cima uma imaginação eloquente. O afecto é físico, caloroso e sensual. Os sentidos (o gosto, o cheiro, etc.) são elementos essenciais na sua relação afectiva com as coisas e com a natureza.

Mas este tema do céu está marcado também pela presença angular de dois planetas: neptuno e saturno; o

primeiro dá-lhe uma tonalidade bastante romântica e sensível, nomeadamente aos movimentos colectivos, orientando o seu sentido espiritual para a sua família, lar ou suas raízes; o segundo dá-lhe um tom de responsabilidade (nomeadamente do ponto de vista profissional) e de preserverância que complementam o seu lado impulsivo.

Trata-se, certamente, de uma pessoa que nunca esperou que lhe trouxessem à mão o futuro. Cedo na vida soube o que quis e lutou por isso apesar das contrariedades e desentendimentos. Não o fez, certamente só por ele, porque sempre mobilizou os seus recursos e combatividade no sentido da protecção e de preocupação com os outros a seu cargo, sendo este aspecto tão sintomático no tema, que o limita muitas vezes a ver que, tal como ele, cada um tem o seu caminho na vida.

Se houvesse algumas palavras chaves para enquadrar e focalizar este tema escolheríamos duas com uma importância determinante no tema: amizade e camaradagem, por elas passa, certamente a vivência (boa e má) da sua vida. Para quem ama o futuro e só olha para trás para corrigir os erros, não precisa de estar inseguro (mesmo financeiramente) em relação ao que o espera: deve aproveitar agora a vida para curtir (trata-se, -atenção, de um jovem de 67 anos). Para essas curvas o INATEL bem pode e deve ajudá-lo. ■



apesar da sua tenra idade, mostra de notórios vícios consumistas, atingindo igualmente estrondoso sucesso.

Rapidamente as duas bonecas se vêem rodeadas de inúmeras primas, mas nenhuma consegue atingir o estrelato, limitando-se a ser figuras de segundo plano, cópias por vezes grosseiras das duas altivas figuras que discutiam entre si a supremacia no reino faustoso da “casa das bonecas”. Algumas, acabaram mesmo os seus dias nas feiras, mercados e ruas adjacentes, nos mais variados recantos da Europa ou da Ásia, na bagagem-ferramenta de ciganos, vendidas ao lado de “Lacostes” e “Rolexes” de imitação, a preços tentadores.

Tal como acontece no mundo real, também na “casa das bonecas” há desigualdades gritantes. Barbie e Sindy têm carisma e vendem a sua imagem, mas as outras, por mais que se esforcem, não conseguem ascender ao estrelato, apesar dos esforços dos seus criadores. Faltou-lhes o suporte dos grandes grupos económicos, a força de massivas campanhas publicitárias que impusessem a sua imagem.

Barbie e Sindy viveram durante mais de 20 anos sem grandes conflitos. Souberam demarcar os seus terrenos e, embora fosse visível que a inglesa exercia muito menos fascínio que a americana, Sindy aceitou sem reboço a superioridade da rival. Esta tinha, além do mais, o privilégio de ser mais velha, factor importante no reino das

bonecas onde, em flagrante contraste com o mundo real, não se atira para os jovens a responsabilidade de corrigir erros que os adultos laboriosamente constroem ao longo dos anos. Como disse, as duas bonecas tinham gostos diferentes. Barbie, 18 anos, namorada a tiracolo, tinha especial apetência por uma vida faustosa, onde pontificavam casas com piscina, carros luxuosos, motorista e uma variedade de *toilettes* capazes de fazer inveja a Imelda Marcos. Adorava ir a galas de ópera, frequenta *vernissages* e outros eventos sociais a que os adultos adoram comparecer de copo de *whisky* na mão, posando para as fotografias de uma “Caras” qualquer.

Sindy, pelo contrário, era uma criança de 12 anos que gostava de ajudar a mãe na cozinha, tratar do seu poney de estimação e dedicar-se a inocentes brincadeiras de crianças.

Tudo mudou, no entanto, no dia em que o progenitor de Sindy decidiu vendê-la a um mercador de passagem que por ela se apaixonou. Pouco escrupuloso, este pai adoptivo depressa obrigou Sindy a mudar de hábitos, fazendo-lhe ver que se dispensara tão grossa maquia na sua compra, ela estava obrigada a tudo fazer para disputar a supremacia da rival. Em reforço do seus argumentos, apresentou-lhe os seguintes números: enquanto Barbie rendia 75 milhões de contos anuais à sua criadora, Sindy apenas depositava na conta do seu pai adoptivo a ▶

Consumo



“irrisória” quantia de 5 milhões de contos em igual período.

E foi vergada a este argumento que, para tristeza de muitas crianças que a preferiam à Barbie, Sindy se foi transformando numa imitação da rival, crescendo e adquirindo os hábitos consumistas de Barbie.

Quem não gostou desta mudança foi a Mattel que, ao

ver a acumulação de lucros a crescer a um ritmo mais lento, decidiu pôr um processo em tribunal, exigindo que Sindy refreasse os seus instintos expansionistas. A peleja judicial arrasta-se já há alguns anos, tendo por palco tribunais europeus, mas é crível que alastre a outros continentes. Até agora, Sindy vem acumulando derrotas sucessivas, vendo-se apeada dos escaparates das lojas de brinquedos das grandes cidades e obrigada a voltar ao estilo inicial, por força das decisões dos magistrados. Em alguns países, Sindy virou mesmo Cindy, acabando como outras em tendas de ruas esconsas, vendida ao lado de relógios Rolex *made in Taiwan*. Triste fim para uma boneca de sucesso, apesar de a sua criadora - Ruth Handler - ter sido despedida da Mattel e processada por violação de leis Federais sobre bancos, correios e valores, mediante a apresentação de declarações falsas. Não apresentou defesa e foi condenada a realizar 2500 horas de serviço comunitário e ao pagamento de 57 mil dólares para financiar um centro de reabilitação para criminosos. Ruth Handler afirmou um dia, que quando criou a Barbie considerou importante que uma criança brincasse com uma boneca que tivesse seios. Depois de ser submetida a duas mastectomias e despedida pela Mattel, fundou a sua própria empresa de próteses mamárias... Um caso de revolta da criação contra a sua criadora? ■

Comprar em segurança

● Afinal, o que é a marca «CE»? Para os consumidores, trata-se de um conjunto de medidas impostas pela União Europeia, para garantir que os brinquedos que são postos à venda no mercado, não irão comprometer nem a segurança nem a saúde das crianças.

- A marca «CE», deve figurar no brinquedo ou na embalagem, de forma bem visível, legível e indelével.
- Com a marca «CE»...

... O Brinquedo deve satisfazer obrigatoriamente os requisitos essenciais. Estes cobrem todos os riscos possíveis: físicos, químicos, eléctricos e sanitários.

● Para obterem a marca «CE», os brinquedos devem:

- 1) Ser suficientemente sólidos e estáveis, para não se partirem ou deformarem.
- 2) Ter movimentos, arestas e/ou saliências concebidas de forma a reduzirem ou eliminarem os riscos de ferimentos na criança.

mentos na criança.

3) Ter uma dimensão que impeça que sejam engolidos ou inalados, (isto para crianças de idade inferior a 36 meses).

4) Ser providos de uma saída fácil para as crianças e accionável do interior no caso de brinquedos onde a criança possa penetrar.

5) Os elementos dos brinquedos que produzam calor, não devem atingir uma temperatura que possa provocar queimaduras aquando de um contacto.

6) Não conter substâncias que ardam facilmente.

Como vê, comprar brinquedos com a marca «CE», é a certeza de comprar o melhor para as crianças. Saber que compra um brinquedo que não põe em risco a saúde e a segurança da criança. Por isso, já sabe:

Compre Brinquedos... mas em Segurança!