

R E V I S T A

Belleza **XI**

Enero 2011 # 4

La gordura no es su culpa

Radio *Plus Size*

Diario de un embarazo con sobrepeso

Yoga y sobrepeso ¿Posibles?

Miguel Ángel Pérez: un grande delante y detrás de cámaras

¡Adiós Barbie!

¿Qué te dice esa expresión? ¿Sabes de que se trata?

De la mano de Sharon Haywood, una de sus co-editoras sabrás de que se trata este movimiento y a que se dedican un trío de mujeres con un mensaje poderoso y contundente.

¿Qué es “Adiós Barbie”?

“Adiós Barbie” es un Website que tiene por misión promover una imagen y visión sanas del autoestima, para todas las culturas, razas, géneros, capacidades y edades. Creemos que la imagen de nuestro cuerpo e identidad están en la mente. De hecho, la imagen mental de nuestro cuerpo en la realidad no se parece mucho a nuestro cuerpo. El ciudadano promedio ve un aproximado de 600 comerciales por día. ¿Cómo procesamos lo que vemos? ¿Lo cuestionamos o simplemente lo digerimos? Los “literatos” mediáticos tienen mucho poder sobre como crear la imagen mental que tenemos de nosotros.

La prevención es el antídoto. Apartándonos, podemos identificar de donde se originan los conceptos negativos y destructivos (por ejemplo de los medios de comunicación, la familia, los amigos). Mientras crecemos, podemos pasar de un rol pasivo a uno activo, creando nuestras propias versiones de lo que es belleza e identidad en lugar de encajar en ideales imposibles. Estamos dedicados a proveer a la gente de herramientas, inspiración y amor propio en los buenos y malos momentos. Nosotros decimos “¡Piensa libre y vive al máximo!”

¿Quién está detrás de “Adiós Barbie”? ¿Cómo y cuando lo hicieron posible?

Pía Guerrero y Ophira Edut co-fundaron “Adiós Barbie” en 1998. Pía tiene una experiencia extensa en crear curriculum educacionales y proveer talleres sobre los efectos de los medios de comunicación en el autoestima y percepción corporal. Ella es la autora de *Work of the Mind: Media Studies Curricula for Upper Elementary Age Youth* (Trabajo de la mente: curriculum de estudios de los medios de comunicación para jóvenes en secundaria) Comisionado por el Departamento de Educación de los Estados Unidos, este curriculum busca incrementar los logros académicos y auto prevención a través de proyectos en los medios de comunicación donde se promueva orgullo, entendimiento entre culturas, inclusión y respeto. Pía es Mexicana-Americana y pasa su tiempo entre Los Angeles y San Francisco, Estados Unidos.



Pía Guerrero, Fundadora de “Adiós Barbie”

Ophira ha recorrido el mundo entero como defensora del concepto que las mujeres amen sus cuerpos en las “malas y buenas”, dando charlas en Universidades y Conferencias. Su misión es expandir la percepción de nuestro cuerpo e incluir problemas de raza, clase social y sexualidad que son siempre subestimados. En 1992 Ophira fundó y publicó **HUES** (Hear us emerging sisters) [*Órganos emerger hermanas*] una revista de distribución internacional para las mujeres de todas las culturas, formas y tallas. Ophira es israelí-americana criada en Detroit. Vive actualmente en New York, Estados Unidos.



Ophira Eduf, co-fundadora de “Adiós Barbie”

Fue a través de que nació **HUES** (1992 – 1998) que Pía y Ophira se conocieron y nace “Adiós Barbie”. Además en 1998, Ophira editó **Body Outlaws** (Leyes fuera del cuerpo), una antología de historias de mujeres multiculturales (y dos hombres) sobre la jornada en amar a sus cuerpos.

Sharon Haywood es una escritora *freelance* y editora apasionada con los temas de percepción del cuerpo y comprometida a provocar el cambio cultural en lo que respecta no solo a la aceptación de todas las personas independientemente de su talla de ropa, sino además en eliminar los prejuicios conectados con raza, capacidades, géneros y edad. Es originaria de Toronto, Canadá pero desde hace siete años vive en Argentina. Cuando se muda al Cono Sur en sus 30’s se sentía relativamente segura con respecto a su cuerpo, además orgullosa por haber superado exitosamente sus desórdenes alimenticios. Pero luego de estar en Argentina por algún tiempo, comenzó a sentirse insegura y muy crítica de su cuerpo nuevamente. Y entendió que esto era normal estando rodeada de una cultura tan crítica y obsesionada por los cuerpos. Las estadísticas dicen que Argentina es el país con mayores números en aumentos de pechos y ocupan el segundo lugar a nivel mundial luego de Japón en desórdenes alimenticios.



Sharon Haywood, co-editora de “Adiós Barbie”

A través de toda esta experiencia, es cuando Sharon se anima a escribir su primer artículo para "Adiós Barbie" "*Ironing Out the Wrinkles of Wanting Plastic Surgery*" (Planchando las arrugas de los deseos por una cirugía plástica) en Enero del 2009. Un año después de diversos artículos y ensayos escritos, se unió al departamento editorial.

¿Qué contenido y ayuda les facilitan a los lectores?

Incluimos no solo temas y problemática con la percepción del cuerpo, sino relacionados con raza, género, cultura, capacidades y edad. Debajo de la sombrilla de la inclusión y un ángulo positivo sobre la imagen del cuerpo, cubrimos las noticias más recientes, desde la cultura popular hasta investigaciones médicas, proveemos de ensayos escritos en primera persona que le dan voz y vida a experiencias personales, recomendamos recursos y herramientas y nos comprometemos con los lectores en debates enriquecedores a través de nuestro *Website* o nuestra página en el *Facebook*. Todo lo que escribimos y ofrecemos como herramientas está destinado y pensado a estimular el debate y la exploración de diversos temas y problemáticas. Invitamos y estimulamos la interacción entre nuestros lectores y visitantes.

De todos los testimonios que han recibido ¿Cuál ha sido el más impresionante, sensible o chocante?

Pía Guerrero contó como en el 2006 una jovencita Turca escribió a "Adiós Barbie" y lo describía como estar en casa. Contaba como ella pensaba que era la única que se sentía así. Ella contaba su situación y como sentía que nuestro *Website* la hacía sentir que alguien la entendía y que todo el contenido de "Adiós Barbie" le brindaba confort y herramientas de auto aceptación.

¿Alguna de ustedes sufrió de desórdenes alimenticios o problemas de percepción corporal?

Sharon sufrió de anorexia y bulimia en su adolescencia y entrando en sus 20's. Afortunadamente y con ayuda de tratamiento individual, involucrándose en grupos de apoyo y con muchísima lectura de libros de auto ayuda en los inicios de sus 30's sanó la relación con su cuerpo, con la comida permitiéndole exitosamente salir de estas patologías.

¿Cuáles son los problemas más comunes que ustedes encuentran en la gente que padece de conflictos con respecto a la imagen corporal y desórdenes alimenticios?

En el caso de los desórdenes alimenticios, el alejamiento es el problema principal. Lamentablemente el alejamiento acompaña los desórdenes alimenticios así como la dificultad de encontrar "aceptable" cualquier alimento para ingerir al socializar. La solución más sencilla que encuentran es alejarse de amigos y familia.

Con respecto a los problemas de percepción e imagen corporal la mayoría de la gente vive con una disconformidad con respecto a su cuerpo. En la publicidad se nos dice cada día y cada vez que es posible que hay algo malo con nosotros, con nuestros cuerpos y que tenemos que “arreglarnos” algo a través de algún procedimiento o producto. Este tipo de presión es difícil de combatir, especialmente cuando está tan presente a diario en la cultura de nuestros países. Muchas mujeres y hombres sufren desórdenes alimenticios y lo consideran normal. Por ejemplo, para poder disfrutar en días festivos solamente es posible si hacen una resolución de año nuevo prometiendo ir al gimnasio y hacer dieta de una vez por todas. Los medios de comunicación no solo consideran esto como aceptable y positivo, sino que lo promueven a pesar de que está estudiado y comprobado que el hacer dietas con el respectivo efecto yo-yo es mucho más peligroso para la salud que tener 20 kgs/40lbs encima del peso ideal.

Mucha gente asegura que lo que percibimos a través de los distintos sentidos de manos de los medios de comunicación no nos influencia. ¿Qué opinan ustedes?

El ciudadano promedio consume (consciente e inconscientemente) miles de comerciales, publicidad y propaganda a diario. Encima de eso, consumimos de 2000 a 5000 imágenes de cuerpos modificados y “mejorados” digitalmente por semana, así que lo que vemos no está ni remotamente cerca de lo auténtico y real. Susie Orbach quien es activista y autora de la edición de *Fat is Feminist* (La gordura es feminista) estableció en su más reciente libro que tenemos un mecanismo inherente que nos lleva a imitar lo que vemos.

*Adios
Barbie*
.com

¿Qué planes a futuro tiene “Adiós Barbie”?

Una de nuestras más recientes fue rediseñar “Adiós Barbie” y la respuesta que hemos obtenido ha sido excelente. Actualmente estamos en el proceso de instalar un comité asesor, con expertos en distintos campos como medios de comunicación y salud como proyecto sin ánimo de lucro destinado a talleres y fines educacionales para guiar y permitirle a los niños y adultos a ser con toda libertad seres plenos en lugar de apabullarse e intentar ser quienes no son. Tenemos planeado además, enfatizar mucho más el trabajo de activismo y literatura mediática como maneras de combatir los mensajes negativos que recibimos de fuentes externas e influencias como la publicidad y medios de comunicación.

¿Qué mensaje quisieran dejarle a nuestro@s lectores?

En palabras de Pía Guerrero:

“Tu peso y apariencia no hacen lo que eres. Tu eres lo que tu decides ser, lo que te hace reír, lo que te motiva e inspira y en como te posicionas ante el Mundo.

Estas son las cosas que te hacen únic@, adorable, especial. Recuerda siempre esta cita: “Siempre se tu mism@, porque a esos que les importa no son importantes y esos que son importantes, no les importa”

Su Website: www.adiosbarbie.com



*Adios
Barbie*
.com



Agradecimientos especiales a Sharon Haywood, co-editor de “Adiós Barbie” quien nos concedió esta entrevista.