

Una barbie Frida pero sin bigote

JULIA CARDOZO :: 12/03/2018

Obvian que era comunista militante. Que escribió en su diario: “Siempre revolucionaria nunca muerta, nunca inútil”

Para celebrar el Día de la Mujer, la fabricante de juguetes Mattel lanzará una edición limitada de la muñeca Barbie que encarna a la pintora mexicana Frida Kahlo.

La muñeca estará a la venta a finales de abril en la tierra de los aztecas y, según informó la trasnacional, hace parte del lanzamiento global de su línea *Sheroes*, juego de palabras entre *she* (ella) y *heroes* (héroe) que vendría a significar “heroínas”.

La línea está conformada por 18 personajes femeninos de 10 nacionalidades que, a criterio de la juguetera, “inspirarán a las chicas” por haber hecho contribuciones sustantivas a la sociedad.

¿En qué se basa la política de la Mattel? ¿Qué busca con este lanzamiento? ¿Acaso apoyar el feminismo? ¿Reivindicar una figura que además de ser mujer es latinoamericana?

Mattel enuncia sus intenciones en su sitio web: “Barbie está comprometida con iluminar modelos femeninos de empoderamiento, del pasado y el presente, en un esfuerzo por inspirar a más muchachas”.

Lo que dice es una respuesta precisa y políticamente impecable a cierto feminismo. Aquel liberal y multiculturalista que durante décadas ha criticado la Barbie como modelo del orden patriarcal conservador.

Dicho de otro modo, frente a la crítica que dice que la Barbie promociona un modelo de feminidad sumiso, basado en la belleza y el atractivo físicos, en su capacidad de ser objeto sexual y utensilio ornamental de los varones, Mattel responde que no solo importa la belleza y que hay muchos tipos de hermosura.

Adaptación triplemente genial del capital. No solo porque responde a un cuestionamiento en los mismos términos políticos en que lo sustentan (liberalismo y multiculturalismo). Además, se hace con la misma jugada de un objetivo crucial a la hora de vender juguetes. Se trata de las capas medias y medio altas con educación universitaria y amplia capacidad de compra. ¿No es extraño que la muñeca se venda solo en ediciones limitadas, costosas, es decir, no masivas?

Por último y esto es destacable políticamente, Mattel se constituye en promotor de modelos de feminidad. Y no se trata de promover determinado modelo sino de hacerlo con cualquiera que haga la venta. Así no dejan de vender las Barbies clásicas, sino que incluyen modelos “alternativos”.

Ya Mattel había hecho algo similar a propósito de las acusaciones de racismo. En 2016 estrenó tres nuevos cuerpos diferentes para muñecas Barbies, “que se sumaron a siete tonos de piel y 22 colores de ojos”.

“Creemos que tenemos una responsabilidad ante las niñas y sus padres, para reflejar una visión más amplia de la belleza”, dijo Evelyn Mazzocco, vicepresidenta senior y gerente general global de Barbie.

Sin embargo, lo que la muñeca de Frida Khalo prueba es que por muy diversa y diferente que sea la belleza a ojos de Mattel, una mujer con bigote como que no, eso no va.

Pero no solo le quitaron el bozo y en general retocaron sus rasgos. Para Mattel y la prensa promocional, Frida sería “reconocida por sus autorretratos y por haber plasmado en su obra su propio dolor, consecuencia en gran parte de un accidente en su juventud en el que su columna y varios de sus huesos sufrieron fracturas”.

Obvian que era comunista militante. Que escribió en su diario: “Siempre revolucionaria nunca muerta, nunca inútil”.

No únicamente el cuerpo de la mujer es territorio de lucha. También lo son su memoria, su obra y legado, y en el caso de Khalo la disputa por su figura comenzó cuando ella aún vivía. Sujetos como Rockefeller intentaron ser sus mecenas.

Actualmente, además de Barbie, es un personaje importante en la película de Pixar-Disney, *Coco*, en la cual también se expone como artista excéntrica, sin nada de roja ideología. De hecho, todo el filme explota la cultura mexicana a partir de las figuras más estereotipadas que la definen.

Entonces, apropiación de los personajes histórico-culturales, modelamiento de la feminidad y, sobre todo, estrategia de mercado, es decir, de ganancia, conforman el *feminismo* de Mattel en los albores de la cuarta revolución industrial cultural.

En cuanto a la capacidad del capitalismo para adaptarse y seguir reproduciéndose, nada sorprende.

Supuesto Negado

<https://www.lahaine.org/mundo.php/una-barbie-frida-pero-sin>