

La Corporación Frida Kahlo del siglo XXI

Analizada a través de la teoría del aura de Walter Benjamin

Paolo Agramont Forns Samsó¹

Universidad Católica Boliviana "San Pablo"
Correo electrónico: paolo.adagio@gmail.com
(La Paz, Bolivia)

Fecha de recepción: 21/02/2018

Fecha de aprobación: 30/04/2018

Resumen

Walter Benjamin expuso la teoría del aura en el arte, una cualidad que hace que el arte sea arte. El encuentro entre el artista y lo divino, el aquí y el ahora, la habilidad con que se ha creado una obra de arte son parte que componen el aura. La Corporación Frida Kahlo ha masificado la imagen y las pinturas de Frida Kahlo, convirtiéndolas en una mercancía rentable. ¿Es en el siglo XXI la Corporación Frida Kahlo una muestra de la decadencia del aura, según las ideas de Benjamin, en el arte de Frida Kahlo? ¿Es esta transición la pérdida del aura?

Palabras clave

Walter Benjamin, Frida Kahlo, teoría del aura, arte, la Corporación Frida Kahlo, masificación.

The Frida Kahlo Corporation of the 21st century

Analyzed through the theory of the aura by Walter Benjamin

Abstract

Walter Benjamin exposed the theory of aura in art, a quality that makes art an art. The encounter between the artist and the divine, the here and now, the skill with which a work of art has been created are part of the aura. The Frida Kahlo Corporation has exposed the image and paintings of Frida Kahlo to the masses, turning them into a profitable merchandise. Is the 21st century the Frida Kahlo Corporation a sample of the decline of the aura, according to Benjamin's ideas, in the art of Frida Kahlo? Is this transition the loss of the aura?

Keywords

Walter Benjamin, Frida Kahlo, the Theory of the Aura, art, The Frida Kahlo Corporation, massification.

1 Titulado de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social año 2017

I. Introducción

Frida Kahlo (y su iconografía) ha recorrido un largo camino desde su natal México en el siglo XX, donde era un ícono de la mexicanidad y del mestizaje, hasta el mundo globalizado de hoy en día, para ser un ícono de la cultura pop al lado de Britney Spears y su boa amarilla o de Madonna y su sostén de conos. En palabras de Servando Ortoll y Annette B. Ramírez de Arellano (2003),

durante las últimas dos décadas, Frida Kahlo ha encontrado un nicho en la cultura popular. Tan es así, que el abusado término de ícono se ha utilizado con frecuencia para referirse a ella. A Kahlo se le ha considerado pintora consumada, ídolo feminista, defensora del amor libre, artista comprometida, esposa apasionada, musa de la moda, e incluso un ejemplo a seguir para los discapacitados. [...] Frida se ha incorporado al panteón de las mujeres que aparecen en las estampillas postales estadounidenses, uniéndose así a luminarias tales como Eleanor Roosevelt, Clara Barton, y Lucille Ball. (p. 121).

Con la velocidad con la que un gotero se convierte en un chorro afluente de agua, que a su vez después se transforma en un río que fluye con fuerza, Frida se ha incorporado en la psique de la gente y en la cultura popular, cambiando el legado que había dejado el 13 de julio de 1954, día de su muerte, por otro legado que existe y la representa el día de hoy.

¿Qué es Frida Kahlo en el siglo XX? La pregunta está planteada como “qué es” y no como “quién es”, porque Frida Kahlo ha pasado de ser una persona a ser una leyenda casi mitológica; en la actual reconstrucción de la identidad de Kahlo, priman la especulación y estas nuevas interpretaciones. Ante esto, la académica Diana Palaversich explica:

En México la gente está cansada y harta de Frida. No ponemos a Frida en un nivel de santa como lo hacen en Estados Unidos y Europa. Siempre fue la esposa de Diego Rivera. Se ha convertido en un invento de los americanos, un producto del marketing, es realmente sobrevalorada. (2008, p. 1).

El interés que ha suscitado el “mito Kahlo” ha llevado a que las personas se interesen por Frida como un personaje y no por su obra. Los fritos y refritos de la vida de Kahlo han llevado a la especulación, a que se creen nuevas asociaciones con relación a su figura y que se haga de ella una santa mártir, admirada por su dolor, por su vida y por su contexto; su condición como artista pintora del siglo

XX pasa a un segundo plano (o incluso más atrás), para que sea exaltada una historia de sobrevivencia, sufrimiento, amor y magia. Estos nuevos significantes asociados a la figura de Frida Kahlo han dejado que muera el valor de la artista como artista productora de obras de arte.

La sobreexplotación de la imagen de Kahlo y las interpretaciones de sus obras artísticas influidas por esta sobreexplotación han llevado a que se desvirtúe el intelecto detrás de estas pinturas que representan a un México del siglo XX a través de los ojos de una mujer mestiza, políticamente activa, y miembro de una élite de artistas representativos del contexto. Esta sobreexposición, reinterpretación y masificación de la imagen y las pinturas de Frida Kahlo han llevado a que el significado de las mismas quede atrás y se conviertan solamente en un apéndice que ayuda a contar la historia de una mujer, donde lo deslumbrante no es el arte producido, sino la vida e historia en sí de ella.

La obra de Kahlo tiene un peso en la historia del arte y de la representación de la mujer latinoamericana y mestiza. Su arte (de forma involuntaria) ha cuestionado los límites y los alcances de las producciones artísticas que puede realizar una mujer, abriendo así las puertas para que otras artistas puedan explorar; sin embargo, hay quienes olvidan que Frida ha afianzado ese suelo. Palaversich explica así las particularidades y aportes de la obra de Kahlo:

Partiendo del predicamento particular de su propio cuerpo y la experiencia personal, la pintora da un paso más, convirtiendo lo privado e íntimo en público y colectivo. Al hacerlo, problematiza la representación idealizada del desnudo femenino y pone énfasis en la actividad biológica de este cuerpo y la posición que tiene dentro de los discursos sociales y sexuales de la época... ella sabotea la gratificación del placer visual masculino y obliga al espectador a prestar atención a los tabúes sociales que rodean el cuerpo de la mujer y sus funciones biológicas. (2008, p. 3).

En algunas pinturas, la presencia del color rojo y de la sangre femenina sirven como símbolo de sexualidad, maternidad, y posición social; estos elementos desafiaron a los que en aquel entonces fueron espectadores de la obra de Kahlo, invitándolos a través de un shock a pensar y reinterpretar, entre otros aspectos, la posición de la mujer en la sociedad y así en el mundo. Este es un ejemplo de cómo aspectos importantes y sociales del arte de la pintora se han desvanecido en la metamorfosis de "Frida Kahlo: la pintora" a "Frida Kahlo: la heroína de la cultura popular".

II. ¿Cómo ha pasado el arte y las fotos de Frida Kahlo, siendo la antítesis del cuerpo comercial, a ser un producto de comercialización masiva?

Para poder responder esta pregunta, esta investigación analiza y usa como base la teoría de la pérdida del “aura” de Walter Benjamin, demostrando así que sigue vigente en el siglo XXI.

¿Cuál es la diferencia entre una obra de arte intacta y una que ha sido reproducida y masificada? Según Walter Benjamin, la existencia del aura. Esta es una cualidad que tiene el arte que lo hace en sí arte. Según el criterio del autor, una obra de arte es algo que se asemeja a lo celestial, ya que posee en sí características que la hacen casi sobrehumana, pues es fruto de la revelación de algo divino y es una huella de ese momento sublime. Esta característica es la que regocija al espectador cuando este está en presencia del arte.

Pero ¿qué es propiamente el aura? Para Benjamin, el aura es “un entretrejo muy especial de espacio y tiempo: apareamiento único de una lejanía, por más cercana que pueda estar” (Benjamin, 2003, p. 47).

Según Benjamin, el aura es como ese momento único en el que presenciamos un atardecer. Sabemos que el tiempo que tome el sol en ponerse escapa de nuestras manos, por lo que lo observamos muy detenidamente durante lo que se nos sea permitido, para así apoderarnos y poder apreciar esta mágica, única e irrepetible experiencia. El aura en el arte es lo mismo, no podemos llegar a acercarnos a una obra de arte en su totalidad, no la podemos poseer, y el estar en su presencia no puede durar mucho tiempo. Ese regocijo con el que apreciamos un atardecer es el mismo con el que sentimos y experimentamos el aura de una obra de arte, en un lugar específico, por un tiempo específico, los cuales no están en nuestro poder para manipular.

Una antigua estatua de Venus, por ejemplo, se encontraba entre los griegos, que hacían de ella un objeto de culto, en un conjunto de relaciones tradicionales diferente del que prevalecía entre los clérigos medievales, que veían en ella un ídolo maligno. Algo, sin embargo, se les ofrecía a ambos de la misma manera: la unicidad, es decir el aura. (Benjamin, 2003, p. 49).

Una característica del aura es ese valor único que tiene el arte, que hace que este sea insustituible, que hace que la obra sea auténtica. Ni el mejor de los

copiadores de arte va a poder hacer una obra igual a la “Noche estrellada” de Vincent Van Gogh, porque la obra lleva un sentimiento único que representa el encuentro de lo trascendental, también conlleva en sí una carga histórica del lugar, las circunstancias y la época en la que esta fue creada:

La producción artística comienza con imágenes que están al servicio de la magia. Lo importante de estas imágenes está en el hecho de que existan, no en que sean vistas. El búfalo que el hombre de la Edad de Piedra dibuja sobre las paredes de su cueva es un instrumento mágico que solo casualmente se exhibe a la vista de los otros. Lo importante es, a lo mucho, que lo vean los espíritus. (Benjamin, 2003, p. 53).

El aura es en el arte lo que los sentimientos son para el ser humano. Se pueden sentir, pero no se pueden ver. El arte, siguiendo los planteamientos de Benjamin, es la materialización de un sentimiento profundo, el cual tiene un sentido único para el creador. Al ser el arte una expresión íntima no está elaborada para que sea expuesta a todos, ya que el significado de la misma solo lo puede descifrar el creador. Respecto al desplazamiento del valor ritual del arte por el valor de exhibición, el teórico alemán explica:

Con la fotografía, el valor de la exhibición comienza a vencer en toda la línea del valor ritual. Pero este no cede sin ofrecer resistencia. Ocupa una última trinchera, el rostro humano. No es de ninguna manera casual que el retrato sea la principal ocupación de la fotografía en sus comienzos. El valor de culto de la imagen tiene su último refugio en el culto al recuerdo de los seres amados, lejanos o fallecidos. En las primeras fotográficas, el aura no hace una última señal desde la expresión fugaz de un rostro humano. En ello consiste su belleza melancólica, la cual no tiene comparación. Y allí donde el ser humano se retira de la fotografía, el valor de exhibición se enfrenta por primera vez con ventaja al valor al culto”. (Benjamin, 2003, p. 58).

Otro factor que contribuye a la experimentación del aura de la obra es el lugar donde se encuentra: “La historia a la que una obra de arte ha estado sometida a lo largo de su permanencia es algo que atañe exclusivamente a esta, su existencia única” (Benjamin, 2003, p. 42).

La obra de arte tiene un contenido denso, se carga de sentidos, en función de un lugar, un tiempo y un evento (este último trascendental) específicos. El lugar donde está el arte también tiene que ver con el aura, porque la locación

física donde se ha decidido producirlo y/o exhibirlo también representa algo. En el caso de Frida Kahlo, es muy distinto tener un cuadro de Frida Kahlo que representa un México del siglo XX en México que tenerlo en museo de arte en Francia. El contenido de la obra y el lugar donde reside configuran y afectan la experiencia del aura del arte. El arte conlleva en sí un testimonio histórico.

Cuando se trata de la reproducción, donde la primera se ha retirado del alcance de los receptores, también el segundo –el carácter del testimonio histórico– se tambalea... pero lo que se tambalea con él es la autoridad de la cosa, su carga de tradición. (Benjamin, 2003, p. 44).

III. ¿Cómo se destruye el aura?

El crecimiento de las masas y de la tecnología tiene una tendencia por acercarse a las cosas. Las masas contemporáneas tienen la manía de querer poseer en copia, en reproducción, en falso, lo que les gusta y entretiene para poder repetir esa sensación continuamente. Esta manía es la principal muestra de la pérdida de condiciones y capacidades para apreciar el aura, ya que, al tratar de poseer el arte, se pierde el aquí y el ahora, que es la base de lo que es el aura, porque el poseer homogeniza el arte en el mundo.

Las masas hoy en día han transformado el comportamiento del espectador frente a la obra de arte. Las masas buscan entretenimiento en el arte. El amante del arte busca un acercamiento a este con recogimiento. El espectador que se enamora y recoge ante una obra de arte se “hunde” en ella. Las masas al usar el arte como entretenimiento hacen que el arte se hunda en ellas.

La reproducción de manera masiva de las obras de arte no está interconectada solamente con la fabricación masiva de productos industriales, sino también con la producción masiva de actitudes y desempeños humanos. Dejar de lado estas interconexiones implica privarse de los elementos de análisis necesarios para determinar la función actual del arte.

IV. El aura en el arte de Frida Kahlo

Los autorretratos autobiográficos de Frida Kahlo ofrecen un vehículo para la visión crítica de un contexto social/histórico en el cual Kahlo negocia un rol entre artista y esposa (...)

Kahlo usaba el dolor físico, la desnudez y la sexualidad en sus autorretratos, no en su totalidad, para documentar su trauma corporal y emocional, pero también para expresar que sentía dolor. (Lindauer, 1999, pp. 13, 45).

Como se ha podido observar, cada evento significativo en la vida de Kahlo ha culminado en una pintura, deduciendo así que son estos eventos significativos “el encuentro con lo celestial y trascendental” que Benjamin identifica como el precursor de la creación del arte. Si se examina este hecho con más precisión, se puede entender que “el encuentro con lo celestial y lo trascendental” para Frida Kahlo era el encuentro con el dolor, no solo físico, sino también emocional. El dolor ha sido su encuentro trascendental y su precursor para crear arte.

El aura en los retratos de Kahlo está plasmada en los significantes que representan un dolor tan fuerte y profundo que, en este caso, no hay forma de medirlo, percibirlo y cuantificarlo; sino que la única forma de mostrarlo es pintarlo: “Según Herrera, biógrafa de Kahlo, el pintar era lo único que le aliviaba el dolor” (Lindauer, 1999, p. 45).

En el arte de Frida Kahlo predominaban, por su condición física, los autorretratos:

La cama tenía un toldo con un espejo, para que Frida pudiera verse a sí misma y ser su propia modelo (al pintar). Este fue el origen de los autorretratos que dominarían el repertorio de Kahlo y en el cual se plasmaba un registro virtual de su desarrollo como artista. Un género del que ella misma decía: “Me pinto a mí misma porque estoy casi siempre sola y porque soy lo que mejor conozco”. (Kettenmann, 1999, p. 18).

Los autorretratos de tamaño entero generalmente están ligados y representan eventos reales de su vida: su relación con su esposo Diego Rivera, su condición física y las secuelas que le dejó el accidente, su incapacidad de tener hijos, como también su filosofía sobre la naturaleza, la vida y el mundo.

Las pinturas de Frida, desde el principio, tuvieron una característica especial, ya que desde que superó a la muerte después del accidente, redescubrió su mundo y su imagen de una manera más consiente gracias a su condición: “En ese tiempo [después del accidente] mi obsesión era comenzar de nuevo, pintando cosas tal cual las veía con mis propios ojos y nada más” [afirma Kahlo]. (Kettenmann, 1999, p. 17).

El contenido del contexto social e histórico que los cuadros cargan como significantes son prueba de que entre la artista y el cuadro ha existido una trascendencia, confirmando así la existencia del aura en términos de Benjamin.

“Para poder expresar sus sentimientos Frida desarrolló su propia lengua pictórica, en la cual empleaba su propio vocabulario y sintaxis” (Kettenmann, 1999, p. 20). Por lo tanto, todos los cuadros realizados en su vida eran únicos y se podían decodificar entendiendo el contexto histórico y la vida misma de Frida. Los cuadros no eran un adorno que cumplía los cánones de la época para complacer al ojo humano, más bien eran una expresión total de sentimiento y situaciones.

Las emociones y el mensaje que lleva la obra de Frida se pueden analizar a través de la decodificación de los símbolos que acompañan su pintura. Su mensaje no es hermético: su trabajo debe ser visualizado como la suma metafórica de sus preocupaciones y experiencias. Las imágenes que adornan y dan forma a sus pinturas vienen directamente de la cultura popular mexicana y la cultura precolombina. Al respecto, Lindauer señala: “El sufrimiento creó su iconografía” (1999, p. 20).

V. El *fandom* de Frida Kahlo y la decadencia del Aura

El nombre de Frida Kahlo salió a la luz después de su muerte y saltó a los cánones de la historia, pero pegada a este también salió su vida privada con sabores a drama, escándalo y sexo. En los años 80, Frida surgía en los museos y en los documentales y ya para los 90 surgía en la cultura popular, haciendo que cuando se hable de Frida se hable de “la vida y el arte de Frida Kahlo”:

En una reseña de la exhibición itinerante *Pasión por Frida* que exhibía objetos relacionados con la inspiración creativa, moda popular, entre otros relacionados con la pintora, Robert Cathron dijo: “Kahlo sufría de terribles malestares físicos, polio en la niñez y un accidente de tranvía en su juventud destrozaron su cuerpo y su salud por el resto de su vida. Los abortos espontáneos arruinaron sus deseos de ser madre y le dejaron un espíritu malherido [...]. Todo esto se plasmó en sus pinturas. En sus autorretratos Frida presenta su torso abierto listo para ser inspeccionado mientras instrumentos médicos tortuosos yacían cerca”. (Lindauer, 1999, p. 150).

Esta reseña es un ejemplo de cómo, a través de las décadas, Frida deja su estatus de artista para convertirse en una curiosidad. Los hechos relevantes de su vida que habían inspirado su arte ahora eran la extravagancia que atraía al público a verla más a profundidad y a de pronto descubrir sus pinturas. Pero este de exhibiciones como la reseñada demuestran que es aquí donde las pinturas de Frida Kahlo pasan a segundo plano para mostrarla a ella sola, sin apoyarse en ellas, para mostrar a una Frida como personaje de un drama: “Rescatada del olvido, con sus significantes sociales y políticos de las pinturas desvanecidos, se convirtió en *La Vida y obra* de una artista con la sensibilidad de nuestros tiempos” (Lindauer, 1999, p. 151).

Al tiempo en el que el producto (arte) es sinónimo del productor (pintor), el artista se reduce a una construcción histórica propia, personal, psicológica y biológica construida paralela, pero separadamente de la historia social. En otras palabras, la curiosidad inicialmente dirigida hacia una artista y su lugar en la historia, pasó a ser curiosidad por pinturas de una mujer y, por ende, de su vida. Dejo de ser un tema para convertirse en un objeto.

Los significantes de Frida comenzaron a cambiar de tal forma que comenzó el goce y la inspiración en la “moda” de Frida Kahlo, calificándola como un ícono de la moda, y, en realidad, “cuando Frida se ponía el traje de Tehuana, ella elegía otra identidad, y Frida lo hizo con el fervor con el que una monja se pone el hábito” (Lindauer, 1999, p. 152). El traje de Tehuana no lo usaba por moda o por belleza, sino el significado de este que era la identidad mexicana pura, así manifestaba una postura política que ella había adoptado al casarse con Rivera. Se explotó el exotismo de su *look* sin rescatar su historia:

Cuando Frida visitó Nueva York y París por sus exhibiciones, el estilo de Frida Kahlo fue... adoptado por los círculos de la alta moda, llegó hasta VOGUE y fue adaptado como un *look* por Schiaparelli, quien diseñó “La Robe de Madame Rivera” inspirada en el distintivo atuendo de Tehuana. (Lindauer, 1999, p. 154).

Una de las fotos de Frida Kahlo fue usada en la portada de la revista *Vogue*. Frida comenzó a atraer los ojos del público no por su arte, sino más bien por su apariencia exótica y su auto representación mexicana explícita, siendo este uno de los momentos de la metamorfosis que la convertiría en personaje antes que en artista o pintora.

La obsesión por tener a Frida Kahlo en las revistas de moda no cesó ahí. “El énfasis en la apariencia de Frida la llevó a reposar en las páginas de varias revistas entre ellas *Elle Magazine* en 1989 y *Vogue* en febrero de 1990” (Lindauer, 1999, p. 154).

Cada vez que se mencionada a Frida en una revista de moda, se mencionada su excentricidad al vestir acompañados lado a lado con sus tumultos de vida, dejando atrás los cuadros para un pequeño pie de página, denotando así que el interés por Kahlo era más por el personaje que por su arte. Así, lentamente el look Frida Kahlo se fue convirtiendo en una mercancía. Haciendo de la combinación de las cejas, el bigote y el atuendo de tehuana una figura de adoración, cosificándola en estos elementos.

Al respecto, Lindauer explica: “El look Frida es un producto distintivo nacido de la celebración de Frida Kahlo, que proviene de la reducción de artista a imagen a mujer (...) que se convierte en placer visual de inspiración” (1999, p. 163) y añade: “Kahlo sirvió como modelo a seguir para un grupo grande de personas en Estados Unidos que están buscando expresar su estado emocional interno y su búsqueda de liberación” (1999, p. 165).

Se puede observar que los significados cambian para el receptor de la figura de Frida Kahlo, comienza a verse como una heroína que expresaba su verdadera identidad a través de su imagen y de su vida, aumentando así la devoción y el fanatismo por la persona más que por la pintora, su obra y su lugar en la historia del arte y de México. El hecho de ser exaltada como una heroína también se puede interpretar en el marco de la lucha por las dicotomías de género, lo que se logró fue atraer a mujeres en busca de liberación a su *fandom* (su grupo de fanes).

El sufrimiento que propició el encuentro con lo trascendental para crear arte, produciendo así pinturas con aura, ahora es interpretado como el sufrimiento de una mártir que sufre por las aflicciones de todos nosotros, dándole así a la imagen de Frida un toque de santa que obviamente lleva a la idealización de su persona. El idolatrar a Frida viene de la admiración de encontrar a una mujer que ha sufrido, esto es lo que hace que la gente se identifique con ella y con su vida: “El que su arte sea *marketable* está ligado con la tragedia narrativa de su vida (...). El mercado de Frida para este punto está más ligado a su biografía que a su arte” (Lindauer, 1999, p. 166). Este hecho llevó a que Frida Kahlo como mercancía alcance una popularidad inmensa, haciéndola la artista mexicana del

siglo, sobrepasando así a artistas como Orozco, Siqueiros y, sin duda alguna, a quien fue su esposo en vida, Diego Rivera.

VI. La Corporación Frida Kahlo

En los últimos años, la imagen y pinturas de la pintora Frida Kahlo se han licenciado para ser comercializadas bajo una marca registrada del mismo nombre, no de manera formal hasta la fundación de la Corporación Frida Kahlo. Esta cuenta ya con un modelo de explotación controlada, centrándose en la creación de productos de consumo masivo. Actualmente, existen más de 50 marcas que tiene el poder de licenciar productos con su nombre e imagen (Frida Kahlo Corporation, 2015).

La sobrina nieta de la pintora mexicana Frida Kahlo, Marcela Romero-Kahlo, fundó la Corporación Frida Kahlo el año 2004. Dicha empresa administra las licencias necesarias para que otras empresas puedan usar el nombre, la imagen o las pinturas de la artista.

Con las imágenes que ella usaba de sí misma, logró romper los tabúes establecidos para la época, especialmente sobre la sexualidad y la imagen de la mujer. En 1950 Diego Rivera reconoció a Frida como la primera mujer en la historia del arte en abordar, con absoluta honestidad y con compasiva crueldad, los temas generales y específicos que exclusivamente afectan a las mujeres.

La Corporación Frida Kahlo se maneja en México con el nombre de Casa Kahlo y tiene como publico meta mujeres de 18 años o más que “no temen en expresar sus ideas y desean diferenciarse de los demás” (Frida Kahlo Corporation, 2015).

El venezolano Carlos Dorado comparte con Marcela Romero-Kahlo, sobrina nieta de Frida, los derechos y acciones de la corporación. Dorado tiene en su poder el 51% de las mismas, mientras que Romero-Kahlo posee el 49%. “La corporación tiene como norma primaria que cualquier producto que se licencia bajo el nombre de Frida Kahlo tiene que pasar primero por el mercado mexicano” (Frida Kahlo Corporation, 2015).

El hecho de que Frida haya participado activamente y se haya hecho miembro activo del Partido Comunista va en contra todo lo que la Corporación Frida Kahlo está haciendo con su imagen hoy en día. Su arte buscaba la expresión del

ser humano y de sus emociones, sin mediar fines capitalistas. A pesar de que Frida usó y vendió muchos de sus cuadros para poder ser independiente y tener una forma de ganar su propio dinero, esta no era la razón por la cual los cuadros eran pintados.

Es necesario admitir que, después de las primeras ventas de sus cuadros, Frida comenzó a hacer pinturas con ciertas características distintas a sus obras previas y muy parecidas entre sí; pero estas no fueron hechas para el consumo masivo, preservaron su aura al ser piezas únicas que no estaban diseñadas para el consumo ni para la reproducción masiva.

Los cuadros y la construcción de la identidad visual de Frida Kahlo contaban netamente con símbolos precolombinos, como el peinado y atuendo de tehuana. Esta tendencia se dio gracias a que, en esa época en México, los artistas como Frida y Diego querían recuperar la identidad indígena de México y preservarla antes de que esta sea violada, homogenizada y olvidada por la industrialización y las nuevas tecnologías. Irónicamente, son estas mismas tecnologías y procesos de industrialización y masificación los que han creado y distribuido los productos Frida Kahlo a través de la Corporación Frida Kahlo.

VII. Conclusiones

La autora y crítica de arte Raquel Tibol conoció a la pintora y tuvo una relación de amistad con ella en sus últimos años de vida. Ella comentó: “Esta es una vergüenza. ¿Quién les ha dado permiso para usar el nombre [Frida Kahlo]? Isolda ha perdido la cordura en el nombre del comercio. Se ha cruzado una línea, esto es una falta de respeto” (Ávila, 2007).

Martha Zamora, autora de la obra biográfica *Frida, el pincel del a angustia*, comenta que el nombre, imagen y trabajos de la pintora deberían estar controlados por el Estado mexicano, siendo estos un patrimonio de la gente, ya que conllevan en sí mucha cultura mexicana.

Frida Kahlo vivía en y tenía un universo paralelo, donde depositaba todo su dolor, sus angustias, sus pensamientos y reflexiones y los convertía en arte. Tal vez la misma Frida Kahlo, si leyera esta afirmación, la desacreditaría en su totalidad, porque era ella misma quien decía que no pintaba sueños, sino su misma realidad.

En la vida de Frida Kahlo, se puede ver como varios eventos importantes en su vida han culminado en una pintura. Según la teoría de Benjamin, se puede interpretar esto como el proceso trascendental que existe entre el artista y lo divino que concluye en la producción de una obra de arte.

Ha sido esta aura la que ha sido encapsulada en los cuadros de Frida y los ha mantenido como un testimonio cultural para la historia de México. Con esta forma de hacer arte, Frida ha dejado un legado único que le pertenece a la memoria colectiva e intelectual de los mexicanos.

Uno de los primeros actos de Frida como la señora Rivera fue usar un vestido de una de las empleadas domésticas en su boda con Diego, en 1929, en vez de usar el vestido de novia europeo tradicional que otras muchachas del nivel de Kahlo hubieran usado (Herrera, 1983). En este hecho se puede ver como Frida ha construido su identidad, optando siempre por representar y honrar sus raíces mexicanas.

Este legado, lo significados asociados a Kahlo y el estatus de su arte han sido corrompidos por la Corporación Frida Kahlo, la cual ha tomado a una artista pintora y la ha convertido –con el hambre del público por una heroína de las dimensiones y características de Kahlo– en un concepto que puede ser traducido en una historia de amor, en un concepto o a una moda:

Frida Kahlo se ha convertido en mercancía caliente. Las ventas de su imagen han pasado de ser solo de sus imágenes y pinturas sino de su iconicidad también (cejas unidas, trenzas con flores, vestido de tehuana. La Fridomanía, o la Fridolatría o hasta el Kahloismo han crecido desde que Frida ha sido redescubierta como artista –y fenómeno cultural alrededor de 1982 cuando se organizó una exhibición de arte sobre Frida y la fotógrafa italiana Tina Modotti en Whitechapel Art Gallery en Londres”. (Pankl & Blake, 2012 , p. 1).

Antes de tener fama y notoriedad individual, Kahlo era conocida en el exterior y en su natal México como la esposa de Diego Rivera. El día de su muerte, el New York Times publicó un artículo que titulaba “Frida Kahlo, artista y esposa de Diego Rivera”. Lo que muestra que, hasta el momento de su muerte, todavía no era vista como su propia persona, sino una persona adjunta a otros elementos o a otras personas. A pesar de su gran repertorio artístico, para ese tiempo todavía era vista solo como una exquisitez mexicana y no como una pintora,

transgresora, idealista, revolucionaria en el arte en lienzo. Al respecto, Pankl y Blake explican:

Frida Kahlo está completamente ligada a la significancia de la Revolución Mexicana. Esto es completamente cierto porque Kahlo se identificaba con las ideas de la Revolución, y porque, como una de las primeras revoluciones en su especie, ha puesto a puesto a la Ciudad de México en el mapa, en una forma en la que creaba clima político, intelectual y artístico único. (2012, p. 3).

La postrevolución configuró una fuerte corriente de ideologías europeas, como el interés en el marxismo, el régimen estalinista y la Guerra Fría. Estas corrientes ideológicas han influenciado en la construcción de la identidad de Frida Kahlo y de su entorno, dándole forma también al México de la época. Por eso después de la revolución, en un esfuerzo por crear una conciencia nacional más fuerte, el entonces ministro de Educación José Vasconcelos solo comisionaba a pintores mexicanos como Diego Rivera, David Siqueiros y José Clemente Orozco para celebrar el mexicanismo e indigenismo:

El renacimiento mexicano fue un movimiento artístico caracterizado por el muralismo, nuevos acercamientos al arte moderno y al orgullo nacional. Este proceso de estaba centrado en artistas masculinos por el concepto Mesiánico que existía en la post revolución. Este proceso marginaba a las mujeres. (Pankl & Blake, 2012 , p. 4).

Frida Kahlo comenzó la construcción de su identidad como una chica moderna. Este concepto correspondía a una chica que estaba muy bien educada y era ambiciosa. Esto estaba patrocinando por influencias norteamericanas y europeas:

Frida Kahlo tenía una educación y era ambiciosa. Por Ejemplo, Kahlo fue a la elitista “Escuela Nacional Preparatoria” en la ciudad de México, a un gran costo, para su familia que era de clase media. Kahlo fue una de treinta y cinco chicas estudiantes en una escuela de dos mil estudiantes, ya antes de su accidente Frida había planeado estudiar medicina. (Richmond, 1994).

Muchas de las ambiciones de Frida Kahlo y sus convicciones políticas nacieron en esta escuela. El padre de Frida era un emigrante altamente educado. Él también fue partícipe de sus ambiciones artísticas, es por eso que muchos académicos investigan el rol académico y artístico que el padre de Frida tuvo

en su vida. La creación de la identidad artística de Frida comenzó con su padre y no con Diego Rivera.

El material cultural tuvo una gran importancia en la construcción de la imagen de Frida. Ella sabía la importancia que tenía la vestimenta en la cultura y en la sociedad, y era por eso que ella jugaba y exploraba ambos lados, el femenino y el masculino, y en esta dualidad ella creó su identidad. Es por eso que, dentro de algunas esferas sociales, Frida era considerada un ícono feminista, porque a través de su identidad visual y en varias de sus pinturas rompió los silencios y tocó temas como la maternidad, el matrimonio y temas de la mujer, como la expresión del dolor, de formas no convencionales.

Por el género de la artista, es decir, su condición de mujer, muchos de los aspectos que le ha dado forma a su vida han sido subestimados, al contrario de lo que sucede con otros íconos mexicanos como Benito Juárez. La tumultuosa situación política en México, la Segunda Guerra Mundial, y la Revolución Rusa son hechos frecuentemente olvidados al apreciar su obra, pues se ha logrado que el enfoque sea más hacia su vida personal, que a los hechos que la posicionan como ícono de México y del mestizaje. Los significantes de la artista se han perdido, porque su historia ha sido como el juego del teléfono, mientras más historias sobre Frida se han contado, más estas se han distorsionado.

Antes de la fridomanía, de muchas formas, la relación que existía entre Diego y Frida ya fue sobreanalizada y sobreenfocada en la literatura y en las representaciones cinematográficas populares. Tal es el caso que mostraban a una Frida Kahlo como una mujer amazónica salvaje, quien era solamente domada por Diego:

En el film de Tim Robbin de 1999 llamado "Cradle Will Rock" que toma lugar en el Nueva York de los años 30s, el personaje de Frida Kahlo no habla, solo mira y está a una distancia considerable de Rivera. Este tipo de representaciones van en contra de los hechos biográficos que demuestran que Frida asistió a una escuela elitista en su natal México y que su familia consumía y apreciaba el intelectualismo europeo. (Greer, 2005, p. 8).

Hoy en día Frida tiene un status en la cultura popular global que se asemeja al que tiene Britney Spears o Madonna. A pesar de esto, es la atención que recibe en las esferas académicas, en el mundo del arte internacional y como un

símbolo mexicano emergente lo que la hacen única en tanto ícono de materia cultural. Al respecto, Greer menciona:

Con mucho énfasis en las políticas de la representación y la identidad, la academia ha encontrado en Kahlo un tema perfecto de análisis. Kahlo cuenta con una etnicidad compleja (padre húngaro/alemán y madre mestiza) autoerotismo artístico y la construcción de género son de mucho interés para los posestructuralistas. (2005, p. 5).

“A pesar de que su imagen, su arte y hasta su nombre son íconos, el contexto artístico de la artista es muchas veces obviado. También, lo poco que el público general sabe de Kahlo es muchas veces incorrecto” (Pankl & Blake, 2012, p. 6). La anterior afirmación muestra que la masificación del arte y de las imágenes de Frida ha llevado a que estas cambien sus códigos y se convierten solamente en una representación de la historia popular y leyenda de Kahlo, pasando así a segundo plano el origen de su reconocimiento, que son las pinturas producidas en su vida.

Frida mencionó, en una ocasión, que había tenido dos accidentes graves en su vida: Diego Rivera y su accidente en tranvía. Estos dos hechos han sido los máximos precursores de su arte, ya que los daños colaterales de ambos han sido los que han servido de inspiración para crear la mayoría de sus pinturas. La lenta recuperación de su accidente le ha dado tiempo para dedicarse a pintar a “tiempo completo” y poder desarrollarse como pintora y después artista. Su relación con Diego la puso en medio del mundo del arte moderno de ese tiempo, lo que le ayudó también a obtener notoriedad.

El atuendo de tehuana es un símbolo de la mujer mexicana hasta la fecha. Esta es una de las características que ha ayudado a construir la iconicidad de Frida Kahlo. Este hábito o característica también Kahlo se lo debió en parte a Diego Rivera, ya que Frida explotaba su feminidad para Rivera, vistiendo este atuendo que era el favorito de Diego.

Uno de los logros artísticos e icónicos de Kahlo fue su re-definición de la forma femenina. Mientras muchos de los contemporáneos de Kahlo usaban el cuerpo de la mujer como un objeto de deseo, Frida usaba el cuerpo de la mujer (casi siempre el suyo) como un objeto de representación. Uno de los elementos más representados y explorados en su arte es el dolor en el cuerpo. A pesar de lo mencionado anteriormente, no se puede solo pensar que su arte es la

representación del dolor en el cuerpo, sino que también se puede ver en él temas como la dualidad de género y la exploración de la mujer como portadora de vida. Por ejemplo, en el cuadro “Mi nacimiento” de 1932, se puede apreciar que la mujer dando a luz está muerta, pudiendo ser Frida la mujer pintada, y así mostrando su pena por no poder ser ella portadora de vida ni pasar por el proceso de gestación. También se puede analizar a esta mujer como la madre de Frida, representando así el choque que existía entre la pintura y su madre por las convicciones católicas extremas de esta, o una convicción de ambas.

También cabe destacar que

la conciencia y la manipulación de Kahlo en los materiales de la cultura indígena, es un aspecto que le ha ayudado a retener su estatus como una de las artistas más famosas de América Latina, esta fama, la ha colocado en una liga comercial y avant-garde con artistas como Van Gogh, Monet y Picasso. (Pankl & Blake, 2012 , p. 8)

Sin embargo, a pesar de estos rasgos valiosos de la obra de la mexicana, hoy en día circulan más fotos de Frida Kahlo que de sus pinturas, y esto se debe a que las audiencias a las que estas fotografías están dirigidas son audiencias que están más interesadas en la vida de Frida, de sus amigos y sus amantes. ¿Qué diría la artista al respecto de este hecho?:

Kahlo ha usado dramáticamente el material cultural de México y otras tierras en su trabajo y en su imagen. Estas comenzaron a transitar libremente por el mundo en distintos formatos casi dos años después de su muerte. Muchos críticos especulan como Kahlo hubiera reaccionado ante esta adoración –algunos dicen que ella se hubiera disgustado y otros aseguran que (ella) se hubiera sentido deleitada con el humor irónico de la situación. (Pankl & Blake, 2012 , p. 12).

Lo que distingue a Frida Kahlo hoy en día, según los académicos, es que ella puede ser apreciada desde varios ángulos. Pero el núcleo de esta apreciación proveniente de los académicos son las pinturas y todo lo que estas connotan y representan, que no es solo a Frida Kahlo como una persona, ya que la relación entre su obra, su vida, el contexto, su lugar en la historia es integral. Frida Kahlo atrae atención a ella misma como persona, por su historia de amor, como ícono feminista, y porque lo anteriormente mencionado ha sido procesado y expuesto en su pintura y en su arte.

En su análisis de Kahlo como un ícono cultural, Irma Dosamantes-Beaudry (2002) detalla la función de Kahlo en el presente milenio, como un receptor de percepciones de otros, y también como una imagen/identidad operando en el mundo material. Dosamantes-Beaudry también toca un tema importante en el estudio de Kahlo, la línea divisora entre lo público y lo privado. Como un ícono cultural, Kahlo es un puente entre estas dos esferas con sus experiencias vividas. (Pankl & Blake, 2012).

Kahlo es claramente un símbolo internacional, y está creciendo como un símbolo nacional en México. Los murales de Rivera siguen adornando la mayoría de los establecimientos públicos en México, a pesar de esto es el arte de Kahlo el que es reconocido como un símbolo de orgullo mexicano nacional en la actualidad.

El arte de Frida Kahlo ha funcionado como un escudo y representación de como México se ha resistido al control económico estadounidense y a la colonización española, entre otros. También ha mostrado en su arte la opresión que los artefactos de la industrialización y la tecnologización provenientes de Estados Unidos representaban. Respecto a la mexicanidad en la obra de Frida, Pankl y Blake afirman:

Hay que ver a Kahlo no solo en el rol de productora de material cultural, pero también como un símbolo de material cultural [...] También es importante ver a Frida Kahlo, no como una representación de nacionalismo mexicano, sino como una compleja recolección de compilados de una "mexicanidad. (2012, p. 8).

Las masas hoy en día han transformado el comportamiento del espectador frente a la obra de arte. Las masas buscan entretenimiento en el arte. El amante del arte busca un acercamiento a esta con recogimiento. El espectador que se enamora y recoge en una obra de arte se hunde en ella. Las masas al usar el arte como entretenimiento hacen que el arte se hunda en ellas.

Este proceso por el cual Frida se ha convertido en una distracción y producto cultural ha sido detonado por la Corporación Frida Kahlo, gracias a la industrialización de bienes culturales, en este caso la industrialización de las pinturas y la imagen de Frida Kahlo.

Gracias a este proceso es que la clase trabajadora ha comenzado a consumir arte como producto de la industria cultural. Sin embargo, el arte que llegaba a

este grupo social en general ya era distinto, por el hecho de haber pasado por un proceso de industrialización de la cultura sus significantes habían cambiado.

Otro propulsor de este hecho, el que hayan cambiado los significantes asociados a la obra de Kahlo, indiscutiblemente ha sido la película "Frida" (2002), porque esta ha transformado a la pintura de un icono cultural en un producto del entretenimiento.

Cabe recordar lo que decían Adorno y Eisler sobre el entretenimiento:

En la era industrial avanzada, las masas no tienen más remedio que desahogarse y reponerse como parte de la necesidad de regenerar las energías para el trabajo que consumieron en el alienante proceso productivo. Esta es la única "base de masas" de la cultura de masas. En ella se semienta la poderosa industria del entretenimiento que siempre crea, satisface y reproduce nuevas necesidades.

(...)

Todo arte, tomado como un medio para pasar el tiempo libre, se convierte en un entretenimiento, al tiempo que absorbe más temas y formas del arte autónomo tradicional como "bienes culturales. (Adorno & Eisler, 1994, pp. 13-14).

Que Frida se haya convertido en un producto de entretenimiento ha hecho que pase de ser un personaje clave en la construcción de la identidad de un país con un contexto específico a ser un personaje que puede ser usado como la cara de productos promocionados por una buena estrategia de marketing.

En los últimos años, la imagen y las pinturas de la pintora Frida Kahlo se han comercializado bajo la licencia de una marca registrada del mismo nombre, esto no se dio de manera formal hasta la fundación de la Corporación Frida Kahlo. Esta corporación cuenta ya con un modelo de explotación controlada, para permitir y lucrar a partir de la creación de productos de consumo masivo. Actualmente, existen más de 50 marcas que tienen el poder de licenciar productos con el nombre e imagen de Frida.

Es el mismo público o audiencia la que ha cambiado los significantes del arte de Kahlo al consumir los productos y con ellos satisfacer necesidades que son

generadas por la homogenización de las masas, estas necesidades son dictadas a través del marketing.

Cabe recordar que el marketing es el lazo que crea una empresa para interactuar con sus clientes, creando así una relación que beneficia a ambas partes. El marketing es usado para identificar al público al que una empresa quiere dirigirse antes de empezar a promocionar sus servicios o productos.

Tomando en cuenta todo lo anterior, se demuestra que la Corporación Frida Kahlo está usando a Kahlo como una celebridad y está despojándola de sus significantes, llegando a crear un patrocinio no adecuado. Por ejemplo, los académicos actuales cuestionan la decisión de hacer promocionar un tequila con la imagen de Kahlo, siendo que la historia indica que la decadencia física de Kahlo en sus últimos años de vida se debió al abuso excesivo del alcohol. Paradójicamente, la corporación muestra a Frida como un personaje que celebra el consumo de alcohol como una herramienta de festejo y de relajación.

Las emociones y el mensaje que lleva la obra de Frida se pueden analizar a través de la decodificación de los símbolos que acompañan su pintura: “Para poder expresar sus sentimientos Frida desarrolló su propio lenguaje pictórico en el cual empleaba su propio vocabulario y sintaxis” (Kettenmann, 1999, p. 20). Sin embargo, su mensaje no es hermético: su trabajo debe ser visualizado como la suma metafórica de sus preocupaciones y experiencias. Las imágenes que adornan y dan forma a sus pinturas vienen directamente de la cultura popular mexicana y la cultura precolombina.

Estos símbolos, que son los que le han dado forma a Frida y la han convertido en un ícono de México, se han desvanecido ante los ojos de los consumidores de los productos de Frida Kahlo para así crear una nueva “Frida celebridad”. El siguiente fragmento ilustra esta situación:

¡Mira dónde está Frida Kahlo!, señala Carlos Dorado con orgullo hacia el bar. La artista luce altiva, ajena a las botellas que la rodean y a la muchedumbre que departe en el restaurante de Capaccio en Miami. El empresario venezolano pide margaritas para sus invitados. El *bartender* toma la botella de tequila y el célebre rostro cejijunto queda de cabeza cuando la bebida se vacía en la martinera en la que prepara los cocteles. Dorado brinda con la margarita

hecha con su tequila Frida Kahlo. Cómo no, si es el dueño de la mujer pintora más cotizada del planeta. Es el socio mayoritario de la compañía que ya comercializa la imagen de un ícono latinoamericano tan famoso como Ernesto Che Guevara. Da un sobro a su margarita, poner cara de que le sabe a gloria. (Castellanos, 2007, p. 1).

Más allá de que el tequila sea bueno o sea malo, el hecho de que lleve la imagen de Kahlo le da la oportunidad de que pueda costar hasta 200 dólares americanos. ¿Qué tan lejos está este producto de honrar la memoria de Frida Kahlo? No es ningún secreto que, en los últimos años de la vida de la artista, su adicción al alcohol y la morfina habían agravado la deterioración de su salud. Este producto no solo no se relaciona de forma fundamental con la artista, sino que también podría ser considerado como una falta de respeto a su memoria al ignorar su historia y lo que el alcohol representó para ella. “Traté de ahogar mis penas... pero las condenadas aprendieron a nadar”, decía Kahlo.

“Carlos Dorado, entre otras firmas, distribuye a Versace, Armani, y Hugo Boss en América Latina y el Caribe” (Castellanos, 2007, p. 1). Lo anterior significa que para dicha corporación el nombre e imagen de Frida Kahlo están completamente despojados de sus significantes y son tratados solo como una marca para servir a sus fines de comercialización.

Dorado posee los derechos de Frida Kahlo porque estos fueron otorgados a él por Isolda Kahlo, la sobrina de la artista, a mediados de los 2000. Dorado es el dueño del 51% de las acciones:

No es la primera vez que la heredera de Frida Kahlo ha comercializado con su imagen. En 2004, sacó unos lentes con su firma, así como joyería de plata y oro. Pero la llegada de Dorado promete llevar a esta empresa al siguiente nivel. Sin embargo, tanto familiares como estudiosos sienten repulsión por la forma en la que consideran la familia lucra con su memoria. –Es la prostitución de Frida, dijo Ruth Alvarado Rivera, la nieta de Diego Rivera. No hablaré de ese mercantilismo perverso, ni me pongas en las mismas páginas que Isolda, externó la crítica de arte Raquel Tibol al negarme por teléfono la entrevista. Tibol conoció en vida a Kahlo y a Rivera y ha escrito la biografía de ambos. (Castellanos, 2007, p. 2).

Sin duda alguna, se puede ver sin ninguna neblina quién es la persona que ha hecho que la imagen y pinturas de Frida Kahlo den el salto para ser parte de

una leyenda de amor a ser un producto del marketing. El tiempo y el espacio en el que esta investigación se ha realizado impiden que se pueda ir directamente donde Isolda Kahlo para poder preguntarle: ¿por qué?

La hija de Cristina Kahlo, Isolda Pinedo Kahlo, sobrina de Frida Kahlo, fue quien, con ánimos de impedir que se deshile una sarta de mentiras sobre su tía, escribió el libro *Frida íntima* el año 2004.

Es imposible usar el libro *Frida íntima* como la biblia y verdad absoluta de quien en vida fue Frida Kahlo, hay que asumir este texto como una verdad más, tal vez una muy íntima para Isolda, pero no la única. En este punto es muy difícil discutir la veracidad de la cercanía total de Isolda y Frida, lo único que se puede afirmar con certeza es que es Isolda quien ha desflorado el aura del arte de Frida Kahlo, vendiéndolo para su prostitución o masificación:

Las Kahlo –Pineda y su nieta– argumentan que convirtieron a su familiar en una marca registrada para así proceder legalmente contra productos de mala calidad seguidos de la fridomanía. Ellas, por el contrario, han autorizado a algunas compañías la manufactura de artículos que sí creen que están inspirados en su vida y arte. A cambio reciben de 2 a 5% de las regalías. Es el caso de un corsé italiano, la muñeca Frida de colección y los lentes. Además, este año, con motivo del centenario del nacimiento de Frida, lanzarán cinco modelos de tenis Converse con fotografías, firmas y fragmentos de sus pinturas, una línea de ropa juvenil marca Diesel y tres modelos nuevos de la muñeca. (Castellanos, 2007, p. 2).

Isolda y su nieta han hecho que Frida deje de ser un mito a voces en los mercados y entre los artesanos populares que usaban las pinturas de la artista como figura central de sus trabajos para transformarla en una marca registrada, argumentando que no quieren “baratijas” con el nombre de Frida y haciendo de su imagen algo más global, mas no local. “Frida es pues, un negocio a largo plazo. Dorado tiene razones para alzar su copa” (Castellanos, 2007, p. 4).

Retomando la teoría de Walter Benjamin (2003): “¿Qué es propiamente el aura? Un entretrejo muy especial de espacio y tiempo: apareamiento único de una lejanía, por más cercana que pueda estar” (p. 47).

Según Benjamin, una obra de arte nace a partir de una epifanía personal o un acercamiento sobrenatural con lo divino. Frida Kahlo es un claro ejemplo de

esto, ya que los hechos más importantes que marcaron su vida y le dieron forma a su identidad culminaron con la realización de una pintura.

Esto hace que una obra de arte sea poseedora de un aura, característica que le da a la obra un sentido de ser inalcanzable. Una obra de arte que se encuentra resguardada en un museo no está al alcance de todos, el espectador (en muchos casos) recorre largos caminos para llegar a la obra, hace un aporte económico y recién se le concede el poder presenciar y admirar la obra por una limitada cantidad de tiempo.

Respecto a la importancia del lugar donde se produjo y/o se conserva una obra, Bolívar Echeverría explica:

El aura de una obra humana consiste en el carácter irrepetible y perenne de su unicidad o singularidad, carácter que proviene del hecho de que lo valioso en ella reside en que fue el lugar en el que, en un momento único, aconteció una epifanía o revelación de lo sobrenatural que perdura metonímicamente en ella y a la que es posible acercarse mediante un ritual determinado. Por esta razón la obra de arte aurática, en la que prevalece el “valor para el culto”, solo puede ser una obra auténtica; no admite copia alguna de sí misma. Toda reproducción de ella es una profanación. (2003, p. 16).

La obra de arte poseedora del aura debe ser guardada. Esto no significa que debe ser oculta, sino que solo debería ser expuesta ante quien pueda llegar a ella guardando la distancia y respeto que la obra merece. En el caso de la Corporación Frida Kahlo se aprecia todo lo contrario, la obra es expuesta para su exhibición (y comercialización) y es reproducida de forma masiva. Una obra de arte se convierte en una profanación por su reproducción bajo la lógica corporativa.

Estos procesos de reproducción y masificación contribuyen a la pérdida del aura, ya que la decadencia y destrucción de la misma se dan por la extinción de la unicidad o singularidad que la hace arte. En el caso de Frida Kahlo, las plataformas en las que se exhiben su arte o imagen son actualizables y están en constante movimiento. Pasan de una zapatilla de marca Converse a la portada de un cuaderno.

Estas nuevas plataformas donde se aloja el “arte” han cambiado a su vez la forma de ver el arte; ya que en la reproducción masiva de una pieza artística se pierde la práctica de ir a ella como en un acontecimiento ceremonial:

Detecta [Benjamin] en las nuevas masas un nuevo tipo de percepción o sensibilidad que trae consigo ante toda la decadencia del aura. Son masas que tienden a menospreciar la singularidad irrepetible y la durabilidad perenne de la obra de arte y a valorar la singularidad re actualizable y la fugacidad de la misma. Rechazan la lejanía a sagrada y esotérica del culto a una belleza cristalizada de una vez por todas como la apariencia de la idea reflejada en lo sensible de las cosas. (Echeverría, 2003, p. 21).

Gracias a la pérdida del aura, como se puede ver en el caso de la Corporación Frida Kahlo, para el público receptor el arte deja de ser un acto de acercamiento a contenidos profundos, para pasar a ser una actividad ligera; pasan desapercibidos sus significados y se convierte en una recepción del arte distraída.

Marcuse señala que

El arte que corresponde a este nuevo tipo de masificación en libertad, el arte post-aurático –que para quienes no quieren despedirse del aura sería un post-arte o un no-arte sin más–, es así un arte en el que lo político vence sobre lo mágico-religioso. Su carácter político no se debe a que aporte al proceso cognoscitivo pro-revolucionario sino al hecho de proponer un comportamiento revolucionario ejemplar. (1969, p. 58).

Estas condiciones han hecho que las masas tengan no solo un hambre por el arte, sino además un hambre constante, ya que en el presente siglo la tecnología ha hecho que todo sea efímero y desechable. Esto ha permitido que la Corporación Frida Kahlo pueda tener un catálogo tan amplio de productos que sigue creciendo.

En el caso estudiado, se puede ver claramente que la pintura de Frida Kahlo era poseedora del “aura” de la que Walter Benjamin habla hasta que la Corporación Frida Kahlo la despojó de la misma. En resumen:

- a) El arte de Frida Kahlo ya no posee el aquí y el ahora, ya que sus pinturas y su imagen van plasmados en varios productos, haciendo que estas estén al alcance de cualquier persona que pueda hacer el aporte monetario correspondiente y que así puedan poseer la obra en un formato distinto al de un lienzo.
- b) Los productos de la corporación Frida Kahlo no son el producto del encuentro de un artista con lo sobrenatural, sino son productos de la industrialización y de la masificación.

- c) La facultad por la que una obra de arte es única y no reproducible técnicamente por el artista u autor se pierde con los productos de Frida Kahlo; ya que la corporación licencia la imagen de la autora a posters, postales, cuadernos y una infinidad de otros productos que llevan la imagen de las pinturas de la artista.

Se puede concluir que la Corporación Frida Kahlo es el ejemplo más claro, pasando de lo general (la teoría de Walter Benjamin) a lo particular (la Corporación Frida Kahlo), de que la teoría de Walter Benjamin sigue vigente. El aura de las pinturas de Frida Kahlo se ve extinta por el hecho de que estas han sido masificadas, reproducidas en distintos formatos y vendidas en masa. Este proceso ha hecho que Frida Kahlo y sus pinturas no solo pierdan el aura, sino los significantes propios de su existencia.

Frida Kahlo ya no es apreciada como un ícono del mestizaje, ni mucho menos como un ícono de la cultura e historia mexicana. Frida Kahlo es hoy en día una celebridad que, con la ayuda del marketing, pone su rostro y sus pinturas en cualquier producto que pueda ser consumido en masa para poder lucrar.

“Espero que la salida sea gloriosa y espero no volver jamás”: Frida Kahlo.

VIII. Referencias

Adorno, T., & Benjamin, W. (2001). *The Complete Correspondence (1928-1940)*. Cambridge, Estados Unidos: Harvard University Press.

Adorno, T., & Eisler, H. (1994). *Composing for the films*. Londres: Continuum.

Ávila, O. (1 de julio de 2007). Art lovers fret as kin cashes in on Frida Kahlo name. *Chicago Tribune*. Recuperado de http://articles.chicagotribune.com/2007-07-01/news/0707010056_1_frida-kahlo-diego-rivera-ofelia-medina

Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Ciudad de México: Ítaca.

Castellanos, L. (27 de mayo de 2007). Frida Kahlo: marca registrada. *El Universal*.

CNN México (12 de abril de 2010) El mayor comercializador de la imagen de Frida Kahlo es venezolano. *CNN México*. Recuperado de <http://mexico.cnn.com/entretenimiento/2010/04/12/el-mayor-comercializador-de-la-imagen-de-frida-kahlo-es-venezolano>

Echeverría, B. (2003). *“Introducción” en W. Benjamin: La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Ciudad de México: Ítaca.

Edwards, T. y Kellner, D. (2007). *Positions, Cultural Theory Classical and Contemporary*. Londres: Sage.

Frida Kahlo Corporation (2015). *Frida Kahlo Corporation* [página web institucional]. Recuperado de <http://www.frdakhalocorporation.com/>

Frida Kahlo, una artista que se convirtió en marca. (6 de julio de 2015). *Dinero en Imagen*. Recuperado de <http://www.dineroenimagen.com/2015-07-06/58098>

Greer, G. (1 de mayo de 2005). Patron saint of lipstick and lavender feminism. *Tate etc.* Recuperado de <http://www.tate.org.uk/context-comment/articles/patron-saint-lipstick-and-lavender-feminism>

Horkheimer, M., & Adorno, T. (1994). *Dialéctica de la ilustración*. Madrid: Trotta.

Kahlo, I.P. (2004). *Frida íntima*. Ciudad de México: Gato Azul.

Kettenmann, A. (1999). *Frida Kahlo*. Colonia, Alemania: Taschen.

Lindauer, M.A. (1999). *Devouring Frida: The art history and popular celebrity of Frida Kahlo*. Nueva Inglaterra: Wesleyan University Press.

Marcuse, H. (1969). *An essay on liberation*. Boston: Beacon Press.

Moreno, C. (12 de abril de 2016). A first look at MAC's Selena Quintanilla collection is finally here. *Huffington Post*. Recuperado de http://www.huffingtonpost.com/entry/a-first-look-at-macs-selena-quintanilla-collection-is-finally-here_us_570d10f1e4b01422324a2650

- Ming, Y. (14 de mayo de 2015). See Frida Kahlo's colorful collection of clothes. *Time Magazine*. Recuperado de <http://time.com/3858100/see-frida-kahlos-colorful-collection-of-clothes/>
- Notimex. (3 de enero de 2013). *El guardarropa secreto y artículos personales de Frida Kahlo* [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=es5gHSaWDTs>
- Orosz, D. (1 de agosto de 2015). Frida Kahlo, una herida en venta. *La voz*. Recuperado de <http://vos.lavoz.com.ar/artes/frida-kahlo-una-herida-en-venta>
- Ortoll, S., & Ramírez de Arellano, A. (2003). Frida Kahlo: Retrato de la artista como esposa empresaria. *Desacatos*, 11, 120-131.
- Palaversich, D. (2008). Repensando a Frida Kahlo en el centenario de su nacimiento. *Ciberletras: Revista de crítica literaria y de cultura*, 19. Recuperado de <http://www.lehman.edu/faculty/guinazu/ciberletras/v19/palaversich.html>
- Pankl, L., & Blake, K. (2012). Made in her image: Frida Kahlo as material culture. *Material Culture*, 44(2), 1-20. Recuperado de <https://www.k-state.edu/geography/kblake/papers/Made%20in%20Her%20Image,%20Frida%20Kahlo%20as%20Material%20Cutlure.pdf>
- Porr, J. (29 de marzo de 2016). Frida Kahlo would hate your Frida Kahlo shirt. *Golden Gate Xpress*. Recuperado de <http://goldengatexpress.org/2016/03/29/frida-kahlo-would-hate-your-frida-kahlo-shirt/>
- Taymor, J. (Director). (2003). *Frida* [DVD]. Estados Unidos: Handprint Entertainment, Lions Gate Films, Miramax y Ventanarosa Productions.
- Wiggershaus, R. (1995). *La escuela de Frankfurt*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.