

# El logo Frida

Luis Hernández Navarro

La Jornada

03 de julio de 2007

*Durante décadas Frida Kahlo* fue la esposa de Diego Rivera. Desde hace años el famoso muralista mexicano se ha convertido en el marido de Frida. A pesar de la desconfianza que ella tenía hacia su propia obra, a la que en distintos momentos descubrió "horrible" y "absolutamente espantosa", el mercado de arte la ha convertido en la artista latinoamericana mejor cotizada.

Su leyenda corre de la mano de la valorización de su arte. Ella encabeza la lista de los artistas plásticos latinoamericanos cuya obra ha alcanzado las mejores cotizaciones en subastas. Su lienzo *Raíces*, pintado en 1943, se vendió en 5 millones 616 mil dólares en el año 2006 en Sotheby's. Su *Autorretrato* se subastó en 5 millones de dólares en 2000. Y *Autorretrato con loro y chango* se adquirió en 3.1 millones de dólares en 1995.

Sus pinturas se han cotizado así por arriba de los de su amor Diego Rivera, durante muchos años el artista latinoamericano mejor valorado. *Baile en Tehuantepec*, el cuadro de Diego que ha alcanzado mayor precio en el mercado, se vendió en 1985 en 3 millones de dólares.

No se trata de una evaluación caprichosa. En una carta a Rivera, Picasso escribió: "Ni Derain, ni yo ni tú somos capaces de pintar una cabeza como Frida Kahlo". En una ocasión el poeta surrealista francés André Bretón dijo que su arte "es una cinta alrededor de una bomba".

El mismo Rivera declaró que "Frida empezó a trabajar en una serie de obras maestras sin precedente en la historia del arte: pinturas que enaltecían las características femeninas de resistencia, honradez, autenticidad, crueldad y sufrimiento. Nunca antes había una mujer plasmado en el lienzo semejante angustiosa poesía como lo hizo Frida".

Pero, más allá de su indudable calidad, la apreciación de la producción pictórica de la artista está vinculada a la expansión del mercado de arte en el mundo y al crecimiento de nuevos millonarios. Un mercado de entre 30 y 35 mil millones de dólares durante 2006, y que registró en la Bolsa de Valores un progreso fenomenal, estimado en 25 por ciento por los profesionales. Y eso continúa. En mayo, las ventas de Christie's y Sotheby's casi se duplicaron con relación al mismo lapso de 2006. El banco de negocios Merrill Lynch incluyó el arte en los fondos de inversiones alternativas (sobre todo los *hedge funds*).

En los años 80, el mercado del arte tuvo un *boom*. Como resultado de la liquidez financiera, la inversión japonesa en este rubro y el lavado de dinero por parte del narcotráfico y los vendedores

de armas, se canalizaron muchos recursos a la adquisición de obras de arte. Pero ahora las cotizaciones y la demanda se encuentran muy por arriba del nivel máximo alcanzado en 1990. Numerosos objetos han alcanzado precios por arriba de las adjudicaciones. Hay escasez de piezas importantes en el mercado. Y en este globo se ha subido la obra de Frida, adquirida, entre otras personalidades, por Madonna.

La otra cara de la misma moneda es la elaboración de productos comerciales con la imagen y el sello de la pintora: la conversión del mito en mercancía. Han aparecido para su venta en el mercado marcas de tequila, muñecas, prendas de vestir, joyería y, próximamente, perfumes con el logo Frida. Italia juega papel importante en este negocio.

El 14 de diciembre de 2006 comenzó la comercialización de 100 mil muñecas Frida Kahlo en México, España, Francia, Inglaterra, Italia, Japón y Estados Unidos. Cada "pieza de colección" cuesta 200 dólares. Muñecas Emy -la empresa fabricante- suscribió un convenio con la familia Kahlo para usar el nombre y la imagen de la pintora durante cinco años. El escultor José Guadalupe Barrios diseñó el molde de la figura, basándose en una fotografía que Nicolás Murray le tomó a la artista en 1938, "con algunas variantes para no parecerse a esa imagen, pues de lo contrario habría que pagar regalías extras".

El año pasado el distribuidor de varias firmas de ropa italiana en Latinoamérica vendió 24 mil botellas de tequila en 21 restaurantes exclusivos de Estados Unidos, a precios que van de 50 a 90 dólares. Ya está en pláticas para exportarlo a China, India, Gran Bretaña y Rusia.

Este mes de julio la firma de calzado Converse sacará al mercado una serie de cinco modelos de zapatos deportivos que llevan la figura de Frida, con motivos de su cuadro *Las dos Fridas*, fragmentos de su diario, fotografías de la pintora y su firma. Se venderán en una edición limitada en Italia y México. Su costo fluctuará entre 30 y 35 dólares.

La empresa responsable de la iniciativa se llama Frida Kahlo Corporation. Nació de la asociación de Isolda Pineda Kahlo -sobrina de la pintora- con el venezolano Carlos Dorado, antichavista radicado en Miami, dueño de un emporio comercial en su país. Pineda trasladó a la compañía los derechos de la imagen, el nombre y la firma de su tía.

Este negocio fue creado originalmente por la señora Pineda con el objetivo de "posicionar el nombre Frida Kahlo como una marca que expresa y refleja mediante sus productos la fuerza, energía, determinación y pasión características de la visión de Frida Kahlo hacia la vida".

Hace ya muchos años, la pintora comunista, la amante de Trotsky, la que dormía en una habitación adornada con una gran foto de Mao Tse Tung, la que vivió su sexualidad a plenitud, la que hizo de su vida y su obra una sola creación, explicó cómo su pintura "lleva dentro el

mensaje del dolor... La pintura me completó la vida. Perdí tres hijos... Todo eso lo sustituyó la pintura. Yo creo que el trabajo es lo mejor". ¿Qué tiene que ver el logo Frida con ese trabajo, ese dolor y esa pasión?

Identificada con el país que emergió de la Revolución Mexicana, a la artista le gustaba decir que había nacido con el movimiento armado, en lugar de 1907, año en el que realmente vino al mundo. Con el centenario de su natalicio, convertido en un gran bazar y transformada ella misma en un producto cultural de exportación, ¿no sería mejor tomarle la palabra y celebrarlo tres años después?

Twitter: [@lhan55](https://twitter.com/lhan55)

Fuente:

<https://www.jornada.com.mx/2007/07/03/index.php?section=opinion&article=019a1pol>