

**UNIVERSIDAD DE VALLADOLID**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA  
COMUNICACIÓN**



**Universidad de Valladolid**



**GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS**

CURSO 2020 – 2021

LA *FRIDOMANÍA*: FRIDA KAHLO, UNA ARTISTA CONVERTIDA EN MARCA

EMMA MARCOS SÁNCHEZ

LUISA MORENO CARDENAL

SEGOVIA, FEBRERO 2021

## **RESUMEN**

Frida Kahlo (1907 – 1954), reconocida pintora y poetisa mexicana, es considerada la artista latinoamericana más popular del siglo XX. Una mujer luchadora, que supo utilizar su talento para reflejar en sus obras su historia a través de un lenguaje simbólico. A mediados de los años 70 empieza a utilizarse la imagen de la artista como un icono feminista, gracias a los relatos de sus pinturas con las que muchas personas, sobre todo mujeres, podían sentirse identificadas. Su imagen ha sido utilizada en numerosos productos de todo tipo, desde ropa, zapatillas, cosméticos, hasta bebidas alcohólicas. Tal es la admiración que ha despertado entre el público, que en 2007 se creó una marca con su nombre, Frida Kahlo Corporation. Esta es la encargada de ceder licencias sobre la imagen de Frida para su uso en productos comerciales.

## **PALABRAS CLAVE**

Frida Kahlo, artista, feminismo, imagen, marca, marketing, publicidad.

## **ABSTRACT**

Frida Kahlo (1907 - 1954) was a renowned Mexican painter and poet. She is considered the most popular Latin American artist of the 20th century.

A staunch woman, who knew how to use her talent to show her own story on the works through symbolic language. In the middle of the 1970s, the image of the artist began to be used as a feminist icon due to the stories in her paintings. Many people, especially women, could feel identified with her works. Her image has been used in numerous products of all kinds, from clothing, sneakers or cosmetics, to alcoholic beverages.

She has aroused such a big admiration among the public, that in 2007 a brand was created with her name Frida Kahlo Corpora. This company produces licenses of Frida's image to use in commercial products.

## **KEY WORDS**

Frida Kahlo, artist, feminism, image, brand, marketing, advertising

# ÍNDICE

<b>1. Introducción.....</b>	<b>4</b>
<b>1.1 Justificación personal.....</b>	<b>4</b>
<b>1.2 Definición de objetivos .....</b>	<b>5</b>
<b>2. Estado de la cuestión, marco teórico y articulación. ....</b>	<b>6</b>
<b>3. Desarrollo .....</b>	<b>10</b>
<b>3.1 Biografía – Revolución.....</b>	<b>10</b>
<b>3.2 Obra – Evolución.....</b>	<b>14</b>
<b>3.3 Frida Kahlo como símbolo feminista.....</b>	<b>25</b>
<b>3.4 Frida Kahlo como producto .....</b>	<b>27</b>
<b>3.1.1 Producciones culturales .....</b>	<b>31</b>
<b>3.1.2 Campañas de publicidad .....</b>	<b>34</b>
<b>4. Conclusiones .....</b>	<b>36</b>
<b>5. Bibliografía y Webgrafía .....</b>	<b>39</b>

# 1. Introducción

El siguiente Trabajo de Fin de Grado de Publicidad y Relaciones Públicas hace un repaso de la vida de la artista mexicana Frida Kahlo. En este escrito se da a conocer la biografía de la artista, una pequeña parte de su obra y sus valores e intereses. Se analiza el culto surgido alrededor de la figura de Frida Kahlo, el uso comercial generalizado de su imagen y cómo esta ha llegado a ser una referente para tantas personas. Además, estudiaremos cómo se relaciona todo esto con la publicidad y el marketing, por lo que se realizará un análisis de varios ejemplos de producciones culturales, campañas de publicidad, y de la gran carta de productos que han hecho uso de la imagen de Frida, para acercarnos así, al movimiento conocido como *fridomanía*.

## 1.1 Justificación personal

La idea de centrar el trabajo en este tema parte de mi afición por el arte. Por esta razón, desde un primer momento tuve claro que lo haría sobre algo relacionado con esta rama. A partir de ahí, decidí concretar más y centrar el trabajo en Frida Kahlo, debido al interés que me generaba el conocer más acerca de la artista, de su vida, de sus inquietudes y del mundo que la rodea. Desde que la descubrí me fascinó su obra, la forma con la que transmite su historia y sus emociones es única, tanto es así que desde mi punto de vista ha sabido llegar al espectador de tal forma que es capaz de hacerle sentir a la perfección lo que ella misma sentía al realizar sus pinturas.

Por otra parte, me parece interesante estudiar la evolución de Frida, y cómo ha llegado a generar tanto interés entre el público, convirtiéndose en un icono conocido a nivel mundial.

## **1.2 Definición de objetivos**

Anterior al desarrollo del trabajo es necesario fijar unos objetivos que se deberán alcanzar, tanto a nivel académico como personal. El principal es conocer más a fondo a Frida Kahlo, su obra y sus valores, para llegar a aplicar los conceptos adquiridos en términos de marketing y publicidad.

En base al objetivo principal se han definido los siguientes objetivos específicos:

- Examinar el recorrido de la artista y obtener conocimientos sobre la misma, sus atributos y su valor añadido.
- Profundizar en una parte de su obra.
- Conocer y analizar la influencia de Frida en la publicidad y el marketing.
- Estudiar esa influencia a través del análisis de diferentes producciones creadas en base a su imagen.

## 2. Estado de la cuestión, marco teórico y articulación.

Para la elaboración de este trabajo ha sido necesario un visionado y lectura previa de distintos artículos, libros, páginas web, películas y documentales, que serán citados más adelante.

Según la R.A.E, el arte es la “manifestación de la actividad humana mediante la cual se interpreta lo real o se plasma lo imaginario con recursos plásticos, lingüísticos o sonoros” y la publicidad es la “divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, etc.”

Si pensamos en la finalidad de ambos conceptos podemos darnos cuenta de que tienen mucho en común, los dos buscan atraer al espectador a partir de estímulos, convencerle de una idea y, por último, vender un producto o servicio en el caso de la publicidad y una obra, ya sea la original o una copia, en el caso del arte.

*La función última y esencial de la publicidad es la venta de un producto, lo que provoca diferencias esenciales entre uno y otro lenguaje. El arte es un lenguaje que podríamos denominar centrípeto, ya que tiende a ser un medio en sí mismo, mientras que la publicidad, siguiendo este mismo planteamiento, sería un lenguaje centrífugo, donde la finalidad no está en la imagen plástica sino en el efecto comercial que esa imagen plástica produce. (Gauli, 1998)*

*Las imágenes publicitarias con el paso de los años pierden su función, dejan de ser reclamos, en tanto que la oferta que hacen está ya caduca, y se transforman en imágenes cuya función es exclusivamente icónica. De este modo las tenemos al mismo nivel que las imágenes artísticas y podemos analizarlas conjuntamente. En los últimos años del siglo XIX y primeras décadas del XX, los presupuestos de los que partían ambos lenguajes estaban en sintonía, de hecho, en muchos casos se trataba de artistas que realizaban publicidad y viceversa (Gauli, 1998)*

Conociendo ya la relación entre estos conceptos, el siguiente paso consiste en concretar una figura que haga de punto de unión entre ambos, y Frida Kahlo es el ejemplo

perfecto, y es que su imagen ha sido protagonista de todo tipo de estrategias comerciales. Tanto es así que incluso existe una marca encargada de gestionar los derechos de explotación de Frida, “*El licenciamiento, autorización, desarrollo, comercialización y protección de los productos o servicios relacionados con Frida Kahlo son materia única y exclusiva de Frida Kahlo Corporation*” (Frida Kahlo Corporation, s.f.)

La creación de esta marca vino dada por el surgimiento del fenómeno conocido como *fridomanía*, o el consumismo desmesurado en el que se vio envuelto la imagen de Frida. La podemos encontrar en cualquier tipo de producto, ya que las marcas se han servido de los valores que trasmite para beneficiarse. Joan Costa, sociólogo, investigador y metodólogo español indica que “*una de las principales motivaciones a la compra de los artículos no es su función primaria (útil), sino más bien la función significativa o informativa*” (Costa, 2009).

*Las grandes obras de arte que terminaron transformadas en remeras, tazas de café, delantales de cocina o pósters son un despojo legal de la sociedad de consumo, que decidió sacarlas de los museos para que todos los mortales pudieran disfrutar de un segmento de eternidad.* (Bonazzoli, Cattelan , & Robecchi, 2014).

Esta última afirmación resume a la perfección el tema que vamos a estudiar en este trabajo, cómo ha influido el consumismo en la artista y cómo a partir de este ha surgido un nuevo concepto, la *fridomanía*, definido por Bartra como “*el abuso de la mercantilidad reduciendo el culto por la imagen a sus aspectos más comerciales*” (Bartra, 2000).

Este trabajo está articulado en distintos puntos: en primer lugar, se hace un pequeño resumen de la vida de Frida Kahlo, este sintetiza los acontecimientos más importantes que vivió la artista, para poner en contexto al lector. Para la elaboración de esta parte me basé principalmente en el libro biográfico “*Frida Kahlo. Detrás del espejo*” de Gerry Souter, aunque también han servido de apoyo “*Frida Kahlo, una biografía*” de Hesse María, “*El Diario de Frida Kahlo: Un íntimo autorretrato*” de Sarah M. Lowe y el documental “*Documental sobre Frida Kahlo*” de Máximo Vega.

El siguiente apartado consta del análisis de una pequeña parte de su obra, en concreto siete de sus pinturas: “*Autorretrato con traje de terciopelo*”, “*Hospital Henry Ford o La cama voladora*”, “*Las dos Fridas*”, “*Unos cuantos piquetitos*”, “*Autorretrato con collar de espinas*”, “*La columna rota*”, “*Viva la vida*”. Para la elección de estas realicé un visionado general de su obra completa, mediante este proceso preseleccioné unas veinte pinturas, las que me parecieron más interesantes a la hora de analizarlas. A partir de estas, decidí quedarme con las siete mencionadas, ya que quedan repartidas cronológicamente a lo largo de la vida de Frida y son algunas de las más reconocidas.

El escrito sigue con la relación de Frida con el movimiento feminista. En este se extraen conclusiones que demuestran el carácter con el que la artista luchaba por conseguir una igualdad de género. La lectura previa de la biografía, en libros como los mencionados anteriormente, “*Frida Kahlo. Detrás del espejo*” de Gerry Souter, “*Frida Kahlo, una biografía*” de Hesse María, y “*El diario de Frida Kahlo, un íntimo autorretrato*” de Nina Laluna, me han servido como apoyo a la hora de redactar este punto, ya que muchos de los datos que se mencionan y que pueden relacionarse con el movimiento feminista salen de ahí. Forman parte de la vida de la artista, pequeñas acciones que no he redactado en el primer punto pero que son relevantes en este apartado.

El siguiente punto, “*Frida Kahlo como producto*”, pone varios ejemplos de las marcas que han utilizado la imagen de la mexicana, dividiendo estas por sectores: alimentación, moda, cosmética, etc. Para ello fue necesaria una búsqueda exhaustiva de estas marcas y productos. Tras esta primera búsqueda en diferentes páginas web, ya fuesen las de la marca en concreto, como Converse o Nespresso, o buscando directamente en tiendas online, como Amazon productos a la venta customizados con la artista, el número de resultados fue desmesurado, por lo que tuve que hacer una selección que lo redujera a dos o tres ejemplos por sector. También se menciona el tema de su marca “*Frida Kahlo Corporation*”, poseedora de todos los derechos de difusión de la imagen de Kahlo. Toda la información sobre esta ha sido extraída de su propia página web, *Frida Kahlo Corporation*, y de una entrevista realizada a la representante de la marca, por el diario *Expansión* en 2018. El siguiente punto que trata habla sobre las producciones culturales creadas en base a Frida, o en las que hace alguna aparición. Para ello fue necesario un visionado previo de cada uno de ellos: *Frida* (Taymor, 2002), *Coco* (Unkrich & Molina, 2017), *A Palé* (Rosalía, 2019), etc.

Por último, no podían faltar las campañas de publicidad inspiradas en la artista, el procedimiento para elegir que campañas mencionar fue el mismo que el llevado a cabo para seleccionar los productos. En primer lugar investigué sobre diferentes campañas llevadas a cabo basadas en la imagen de la artista, buscando en internet qué resultados aparecían al buscar campañas publicitarias Frida Kahlo, a partir de ahí fui escogiendo los ejemplos que me parecían que se ajustaban más a lo que buscaba. Finalmente, después de esa elección seleccioné las opciones que me parecieron más acertadas, las que personalmente más me gustaron y las que pensaba que podría sacar más partido.

### **3. Desarrollo**

#### **3.1 Biografía – Revolución**

Magdalena Carmen Frida Kahlo, nació el 6 de julio de 1907 en la ciudad de Coyoacán, México. Hija de Guillermo Kahlo, alemán de nacimiento que emigró a México con 18 años y Matilde Calderón, católica y de ideas muy conservadoras. Frida fue la tercera de cuatro hermanas.

Desde bien pequeña Frida demostró la curiosidad que sentía por las artes decorativas, tomó el ejemplo de su padre, un reconocido fotógrafo de la arquitectura del México de la época. Época marcada por el gobierno de Porfirio Díaz, bajo la idea de “la supervivencia del más fuerte”, en la que los programas estaban destinados a beneficiar a la alta sociedad dejando olvidada a la clase baja.

En 1922, se presentó al examen de la Escuela Nacional Preparatoria y fue una de las 35 mujeres presentes en la escuela, en la que había un total de 2000 estudiantes. Allí es donde conoció a Los Cachuchas, un grupo de amigos intelectuales y bohemios, que compartían el sentimiento de formar parte de una nueva nación. Ese mismo año, conoció al artista mexicano Diego Rivera, cuando se le encargó la realización de un gran mural en la escuela. Para Frida era fascinante observar cómo el muralista realizaba su obra.

En estos años, Frida era aprendiz de Fernando Fernández. Con él empezó a concebir el arte como una forma de expresarse, y fue entonces cuando realizó sus primeras obras, entre ellas *Paisaje Urbano*.

El 17 de septiembre de 1925, Frida sufrió un grave accidente de tráfico: el autobús en el que viajaba fue arrollado por un tranvía. Padeció varias lesiones, entre ellas varias fracturas en las vértebras, en la pelvis y en el pie derecho. A raíz del accidente, pasó varios meses ingresada en el hospital de La Cruz Roja de México. Después, tuvo que mantener reposo, con un corsé de yeso que la inmovilizaba, lo que la obligó a permanecer en una cama durante más de un año. Entonces, Frida empezó a pintar más asiduamente. Representaba escenas de Coyoacán y retratos de los parientes y amigos

que iban a visitarla. Además, al no poder moverse de la cama, su padre le regaló un caballete con el que podía pintar tumbada, y le colocaron un espejo frente a ella, así empezó a realizar sus famosos autorretratos.

En 1928, Frida ya había mejorado tanto como para volver a salir de La Casa Azul e integrarse en la sociedad. Se empezó a relacionar con comunistas, marxistas y exiliados políticos. Entre este círculo de personas del que se rodeó estaba Diego Rivera, uno de los pintores mexicanos más reconocidos del momento.

Pasado un tiempo, y al ir conociéndolo mejor, Frida decidió llevar alguna de sus obras al lugar en el que trabajaba para pedirle su opinión. Al verlas, no sólo le gustaron sus cuadros, sino que se percató de la profundidad de su talento. Fue así como empezó su relación.

El 21 de agosto de 1929 Frida Kahlo se casó con Diego Rivera. Desde entonces Frida empezó a encargarse de la casa, mientras Diego se hacía cargo de la dirección de la Academia de San Carlos, su antigua escuela de arte. Aunque este puesto le duró muy poco tiempo, y volvió a dedicarse a la pintura de murales.

En 1930 el embajador de Estados Unidos le encargó a Rivera la realización de varios murales en el Palacio de Cortés de Cuernavaca, al sur de México. Frida le acompañó, y fue en esta etapa de sus vidas cuando Diego es expulsado del Partido Comunista, pese a que fue uno de los líderes y que en todos los mítines demostró su solidaridad con la ideología. Además, fue uno de los momentos más duros de la vida de Frida, sufrió un aborto a los tres meses de su primer embarazo, y poco después descubre que Diego le había sido infiel. Es entonces cuando dijo una de sus frases más célebres: “He sufrido dos grandes accidentes en mi vida: uno fue el accidente de autobús y el otro Diego”.

Más adelante se mudaron a San Francisco, donde contrataron a Diego para la realización de un mural. Allí, Diego mantuvo una relación amorosa con la mujer que hacía de modelo. Frida, a su vez, mantuvo relaciones sexuales con Christina Hastings, la esposa de uno de los ayudantes de su marido.

En este momento la salud de Frida iba deteriorándose poco a poco, por lo que decidió acudir a un médico de San Francisco, Leo Eloesser, con el que entabló una buena amistad.

La pareja regresó a México el 8 de junio de 1931. Con los ahorros, empezaron la construcción de su vivienda, dos casas al estilo de la Bauhaus<sup>1</sup>, una al lado de la otra y conectadas mediante un puente, este diseño mostraba la fuerte independencia de ambos. Aunque a los pocos meses de su regreso, Diego recibió una invitación del Museo de Arte de Nueva York, algo que Frida vio como una posible oportunidad de demostrar su talento, por lo que decidieron volver.

Su próximo destino, el Instituto de las Artes de Detroit, en 1932. Frida no era muy optimista respecto a la ciudad, al contrario que Diego. Frida no había sacado de su cabeza la idea de tener hijos. Al poco tiempo de llegar a Detroit descubrió que estaba embarazada, lo que la ayudó a sobrellevar de mejor manera el vivir en esa ciudad. Aunque, al cuarto mes de embarazo, la vida le volvió a dar un duro golpe y sufrió su segundo aborto. Agotada emocional y físicamente, recurrió a su único consuelo, la pintura, a través de la cuál expresaba sus emociones. Además, al poco tiempo, recibió la noticia de que su madre estaba enferma de cáncer, por lo que regresó a Coyoacán. Llegó a México el 8 de septiembre, y su madre falleció el 15 de ese mismo mes. Se quedó allí con su familia hasta el 21 de octubre que regresó con Diego a Nueva York.

Pronto volvieron a México, en 1933. Se instalaron en las casas gemelas, donde contaban con total independencia, un alivio para Frida, ya que su relación no pasaba por un buen momento. Diego empezó a hacer retratos de la hermana de Frida, Cristina Kahlo, convirtiéndose en su modelo predilecta, lo que terminó en una relación amorosa entre ellos. Cuando Frida descubrió esta traición por parte de las dos personas más cercanas a ella, se sintió totalmente abatida, pero pronto pasó a estar furiosa con ambos. Esto coincidió nuevamente con un momento delicado respecto a su salud, y con un nuevo aborto en el tercer mes de embarazo. Todo este sufrimiento llevó a Frida a romper todos los lazos que la unían con Rivera, aunque pronto volvió con él con un acuerdo de “mutua independencia”, lo cual tomó al pie de la letra y mantuvo diversos amoríos con hombres y mujeres.

---

<sup>1</sup> Se conoce como Bauhaus a un movimiento artístico que surgió en 1919 en Weimar. Su fundador fue Walter Gropius, un arquitecto, diseñador y urbanista (Pérez Porto y Gardey, 2017)

Cuando por fin logró perdonar a Diego y a su hermana y buscaba un momento de estabilidad en su vida, apareció en México León Trotski junto a su esposa Natalia, al haber sido expulsado de la unión soviética y condenado a muerte por ir en contra de la ideología estalinista. Diego, seguidor de sus ideales, envió una petición al presidente mexicano para poder darles asilo.

A partir de 1938 Frida empieza a valorarse más como artista, aumentó su volumen de trabajo y comenzó a obtener dinero de sus obras. En un principio no estaba de acuerdo en exponer sus trabajos, pero con el paso del tiempo comprendió la necesidad de exponer su historia para darlos a conocer. Fue en la Galería del Departamento de Acción Social de la Universidad de México donde realizó su primera exposición, de ella formaron parte sólo cuatro de sus pinturas. Esta exposición le abrió las puertas a llevar sus pinturas a la ciudad de Nueva York, donde, durante los preparativos, la pareja conoce a André Bretón, el sedicente “papa” del surrealismo (Souter, 2018, pág. 159). Este quedó ensimismado con el talento de Frida e hizo una sinopsis de su trabajo en la que decía que *“su combinación de feminismo, exploración de su propia psique y las realidades viscerales de la sensualidad y el dolor físico, era comparable a una cinta alrededor de una bomba”* (Souter, 2018, pág. 159) Este texto abrió las puertas a Frida para realizar otra exposición en París. Las pinturas que mostró recibieron elogios de parte de artistas como Picasso y Kandinsky. Además, el Louvre compró “El marco”, que hoy forma parte de su colección permanente.

El 6 de noviembre de 1939, Frida y Diego se divorciaron. Fueron momentos muy duros para ella, lo que la hizo caer en el alcohol y que empeorara su salud. A pesar del divorcio, Diego se seguía preocupando por su exmujer, estando muy pendiente de ella en todo momento, por lo que vuelven a casarse. Esta situación hizo que Frida aprendiese a vivir con menos preocupaciones, empezó a disfrutar de una de sus mejores etapas y a plasmar toda su vida en un diario autobiográfico que le ayudaba a desahogarse.

Justo en ese momento, cuando su vida empezaba a adquirir un ritmo regular, el verano trajo consigo una decaída de salud, que se sumó a la muerte de su padre, lo que hizo a Frida entrar en una depresión. Además, la economía de la pareja no pasaba por su mejor momento, Frida empezó a dar clases de pintura en la Escuela Experimental de Pintura y Escultura, y a realizar retratos de los políticos locales.

En 1944, los dolores constantes y la necesidad de Frida de encontrar un alivio afectaron a su capacidad para pintar. El dolor de su pie derecho se volvió constante, sufría desmayos, adelgazó mucho en poco tiempo, tenía dolores de cabeza constantes y nunca supieron diagnosticarle una enfermedad.

El 13 de julio de 1954, murió a la edad de 47 años. A pesar de que en su certificado de defunción se concluía que se trató de una embolia pulmonar, algunos de sus amigos comenzaron a valorar la posibilidad de que pudiera haberse quitado la vida, cosa que nos hace dudar de la verdadera causa de su fallecimiento.

### **3.2 Obra – Evolución**

La obra de Frida Kahlo es una fiel representación de su vida, una colección de recuerdos en los que ver su crecimiento personal y cómo, a la vez que avanzaba su vida, cambiaban sus emociones y sentimientos. Analizaremos una pequeña parte de su obra, en la que plasma los momentos más destacados de su vida, desde sus inicios como pintora hasta sus últimas creaciones; de esta manera podremos observar su evolución y el cambio de estilos. La mayor parte de sus pinturas se clasifican como surrealistas, cosa que Frida negaba alegando que pintaba su propia realidad. Con este análisis veremos también cómo influyeron en ella otros artistas y otros movimientos o estilos.

Autorretrato con traje de terciopelo, 1926

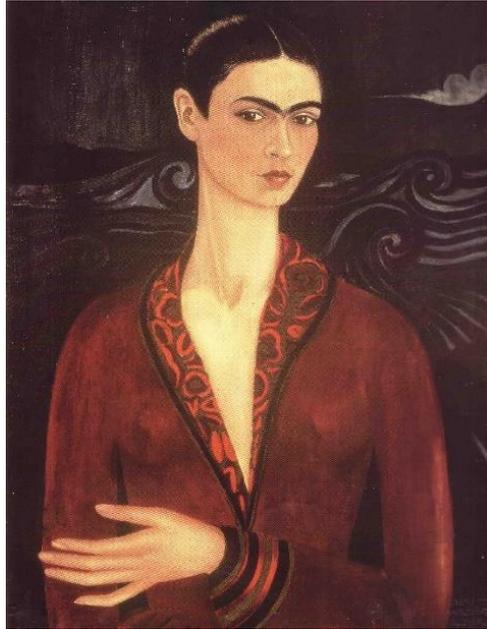


Ilustración 4.1 *Autorretrato con traje de terciopelo* (1926) (Barajas, 2010)

Esta obra destaca por ser el primero de todos los autorretratos que realizó. Se trata de una pieza única, una pintura al óleo que regaló a su primera pareja, Alejandro Gómez Arias, un joven que formaba parte de su grupo de amigos de la escuela, “Los Cachuchas”: se dice que se muestra con la mano abierta como símbolo de reconciliación, aunque su expresión se ve seria y desafiante, lo que podría dar a entender justamente lo contrario. Vemos cómo Frida aún no controlaba bien las proporciones del cuerpo humano, representándose con un cuello desmesuradamente largo. Ella misma dijo que el mar del fondo representa la vida, aunque no queda claro su significado, quizás podría aparecer en el cuadro con la intención de mostrar su interés por darle una “nueva vida a su relación”.

La técnica utilizada es característica del Manierismo<sup>2</sup>, queda clara la influencia de Bronzino<sup>3</sup>, un reconocido pintor italiano, con la aparición en el cuadro de algunos rasgos manieristas muy representativos de este, y por la disposición y los colores utilizados en sus retratos.

---

<sup>2</sup> Manierismo: estilo artístico que surgió en Italia a comienzos del siglo XVI y que se caracteriza por la abundancia de las formas difíciles y poco naturales.

<sup>3</sup> Bronzino: pintor italiano predominantemente áulico y uno de los más destacados representantes del manierismo más refinado, maduro e intelectual.

Hospital Henry Ford o La cama voladora, 1932



Ilustración 4.2 *Hospital Henry Ford o La cama voladora* (1932) (Matador Network, 2018)

Este cuadro es el primer óleo sobre metal de Frida, en él plasma uno de los momentos más difíciles de su vida, su segundo aborto. En el centro se dibujó a ella misma sobre una cama demasiado grande en relación con su cuerpo, representando la soledad que sintió en ese momento. De entre sus manos surgen seis “hilos rojos” de los cuales se sospecha que podrían ser cordones umbilicales que se unen con diferentes elementos relacionados con la interrupción de su embarazo. En primer lugar, un cuerpo de mujer, estrechamente relacionado con el tema. A su lado, un feto de género masculino, su “pequeño Diego” como ella lo llamaba. A su derecha, un caracol, representando el aborto lento, además de ser un símbolo de fecundidad y sexualidad femenina. En la parte inferior opuesta, una máquina de metal, como la frialdad de la intervención y del material quirúrgico. En el centro de la parte inferior, una orquídea, una clara analogía al ciclo de la vida y el poder imparable de la naturaleza. Por último, una pelvis, simbolizando la suya propia, y los daños sufridos en el accidente, por lo que no pudo albergar la vida que estaba esperando.

La disposición y el estilo de los elementos recuerdan a los exvotos mexicanos, pinturas tradicionales realizadas por petición de creyentes con la esperanza de recibir un milagro o como agradecimiento por el cumplimiento de uno.

El fondo nos trasporta al lugar en el que se encontraba Frida en ese momento de su vida, Detroit. En el horizonte vemos la ciudad y su industria, los colores utilizados reflejan lo poco que le gustaba esta ciudad (Souter, 2018, pág. 82)

Las dos Fridas, 1939



Ilustración 4.3 *Las dos Fridas* (1939) (Imaginario, 2016)

Óleo sobre lienzo, una de las obras más conocidas de Frida, en la que ya se observa un estilo surrealista, ubicado en el Museo de Arte Moderno de México.

En esta pintura, Frida representa un tema recurrente en su trayectoria, el dolor que siente, en este caso por su reciente divorcio. Vemos representada la dualidad cielo-tierra, vida-muerte, y sobre todo la de las dos realidades en las que se veía inmersa. Por un lado, la Frida europea, con un largo vestido blanco y manchado de sangre, pues tiene el corazón roto, lo que simboliza su ruptura con Diego y consigo misma, mejor dicho, con la mujer que era estando con él. En su mano derecha sujeta las tijeras con las que ha cortado la arteria que une los corazones de ambas. Por el otro lado, la Frida mexicana, vestida con el traje de tehuana favorito de Rivera, en este caso el corazón está bien, muestra una mujer firme y segura de sí misma. En la mano sostiene un pequeño retrato de Diego de niño, es uno de los extremos de la arteria que une a las dos.

En contraposición con los rostros inexpresivos, tenemos el fondo, con un cielo gris cargado de nubes, como símbolo del dolor físico y mental que sentía la artista.

Unos cuantos piquetitos, 1935



Ilustración 4.4 *Unos cuantos piquetitos* (1935) (Fischer, 2017)

Frida realizó esta pintura después de leer en el periódico una noticia en la que un hombre mató a su mujer tras propinarle 20 puñaladas, este se defendió en el tribunal declarando que sólo fueron “unos cuantos piquetitos”. Después de leerlo, Frida se vio en la necesidad de denunciarlo de alguna forma, comprometida con la causa feminista, mostrando lo que pasó y remarcando la frase con la que pretendía defenderse el asesino, y así dejar clara la incongruencia. Al mismo tiempo, la obra mantiene una relación directa con otro mal momento de su vida, momento en el que se enteró de que su esposo Diego Rivera y su hermana, Cristina Kahlo, estaban en una relación (Souter, 2018, págs. 75, 76).

Representó la escena colocando a la mujer en el centro de la habitación, en la que yace muerta sobre una cama llena de sangre, a su lado, el marido mirándola con expresión de satisfacción por lo que acaba de hacer. Entre todo el suceso, podemos apreciar varios detalles como el encaje de la almohada o la media de la mujer, con el fin de remarcar el horror del suceso. Además, pintó todo cubierto de sangre, incluso el marco del cuadro, de esta forma da la sensación de que no queda solamente contenida en el cuadro, sino que se desborda, haciéndonos cómplices de la tragedia.

Autorretrato con collar de espinas, 1940

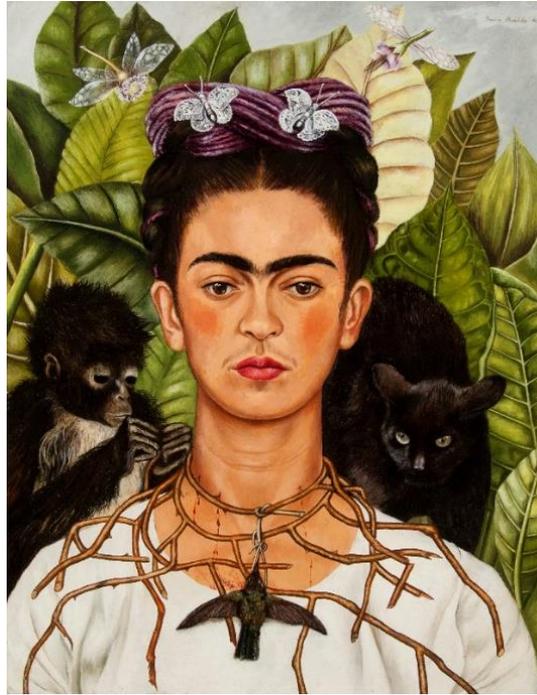


Ilustración 4.5 Autorretrato con collar de espinas (1940) (Gómez, 2016)

En este caso, vemos uno de sus óleos más reconocidos, por la precisión y el detalle con el que pintó su rostro. Ella se coloca en el centro de la composición, mirando al frente con semblante serio, al igual que la figura principal en los exvotos mexicanos. El peinado es típico de su cultura, con él pretende mostrar el aprecio que tiene a su lugar de nacimiento. Alrededor del cuello lleva un collar de espinas, símbolo del ahogo que siente por su reciente divorcio, a su vez, hace referencia a la corona de Cristo tan presente en los cuadros religiosos. De él cuelga un colibrí muerto, con las alas extendidas dibujando la forma de sus cejas. Este animal es símbolo de buena suerte para encontrar un nuevo amor, por eso ella lo representa muerto, ya que acaba de terminar su relación. Sobre su cabeza, vuelan libélulas y mariposas, que significan esperanza y renacimiento para los cristianos, estos enfatizan su reparo a rendirse frente al dolor. Sobre sus hombros aparecen un gato negro y un mono, con ellos nos transmite su amor por los animales, también se cree que puede hacer referencia al hijo que nunca pudo tener. Otra de las muchas interpretaciones que merecen estos cuadros es que estos

animales tengan una connotación negativa, pues representan la mala suerte y el mal respectivamente. Además, se cree que el mono de la pintura se trata en realidad de su mascota, la cual le regaló Diego, y el hecho de que este esté tirando del collar haciendo sangrar a Frida, represente el daño causado por su pareja (Souter, 2018, p205).

Por último, en el fondo observamos unas hojas tropicales, un recurso que utiliza muy a menudo en sus autorretratos, con unos colores vivos que encarnan la fascinación de la artista por su tierra.

La columna rota, 1944

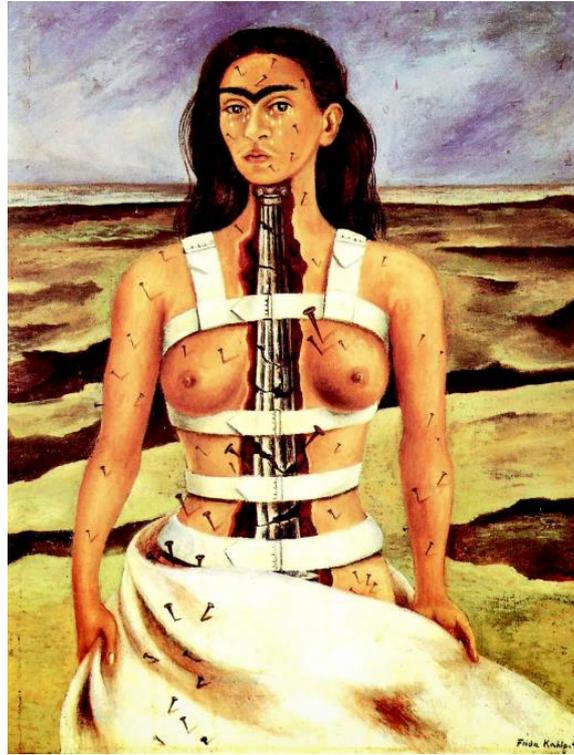


Ilustración 4.6 *La columna rota* (1944) (Comas, 2019)

Otro de sus autorretratos más conocidos. La temática de la obra vuelve a ser el dolor y sufrimiento de la artista, tanto emocional como físico. Se representa en el frente, en plano americano con su columna como eje principal de la composición. Sólo se cubre el cuerpo con una sábana blanca, ya que realizar un desnudo completo distraería la atención de lo que la artista quería transmitir con esta imagen. Su cuerpo se abre debajo del cuello, dejando ver una columna de orden jónico<sup>4</sup>, esta aparece partida por varias zonas, al igual que quedó la suya tras el accidente que sufrió con 18 años y del que nunca llegó a recuperarse del todo, lo vemos bien en esta representación realizada en el último periodo de su vida, cuando el dolor físico apenas le permitía moverse y tenía que depender de un corsé. Este elemento toma tanta importancia ya que, tanto en anatomía como en arquitectura, es la base sobre la que todo se sustenta. Los clavos que perforan su cuerpo son otra metáfora con la que nos transmite su sufrimiento, además colocó el de mayor tamaño en el corazón, haciendo alusión a su relación y lo difícil que fue para

---

<sup>4</sup> En la antigua Grecia hubo tres estilos de construcción de edificios, dórico, jónico y corintio, diferenciados por la forma de sus columnas, sus capiteles y el entablamiento (Anakronico, 2019).

ella. También las lágrimas que caen de sus ojos, y el fondo con un paisaje seco, y un cielo tormentoso nos acercan a ese dolor, así como a la soledad en la que se vio inmersa a la hora de superarlo. Aun así, demuestra que seguía teniendo esperanza en llegar a tiempos mejores y en recuperarse, ya que en sus pupilas dibujó unas palomas blancas (Bolaño, 2018).

Viva la vida, 1954

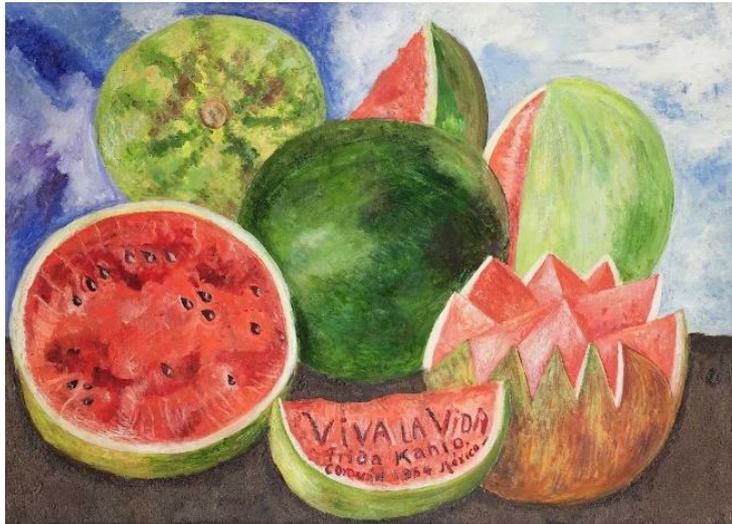


Ilustración 4.7 *Viva la vida* (1954) (Fernández, 2014)

Una de las obras más icónicas de la artista, la última que pintó, tan sólo 8 días antes de su muerte. Se trata de un óleo sobre madera en el que representa un bodegón o naturaleza muerta, muy comunes entre sus últimas creaciones. En ella pueden apreciarse varias sandías, fruta que se relaciona con la alegría. Además, en México, las sandías se asocian a los esqueletos del día de los muertos, celebración tradicional mexicana, los días 1 y 2 de noviembre, en la que honran a los muertos. En esta pintura, Frida escribe a modo de epitafio en una de las sandías “Viva la vida, Coyoacán, 1954, México”, con esta frase la artista demuestra que disfrutó de sus días a pesar de todos los momentos difíciles por los que pasó.

### 3.3 Frida Kahlo como símbolo feminista.

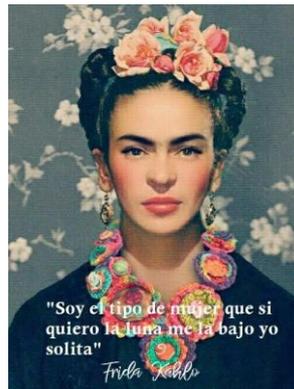


Ilustración 4.8 “Soy el tipo de mujer que si quiero la luna me la bajo yo solita” Frida Kahlo

El feminismo se define como el principio de igualdad de derechos de la mujer y el hombre según la RAE. Se considera que el origen del movimiento como corriente social se sitúa en el mismo momento en el que se obtiene el derecho al sufragio femenino a finales del siglo XIX y principios del XX. Este gran avance sirvió para darle nombre al movimiento, aunque ya, muchos años atrás, se luchaba por conseguir la igualdad entre géneros.

Existe una larga lista de personajes conocidos que han sido partícipes de este movimiento a lo largo de la historia y han aportado su granito de arena, entre ellos Frida Kahlo, que además de ser una reconocida pintora y poetisa mexicana, se ha convertido en un referente y símbolo del feminismo.

Fue una mujer luchadora que no tuvo una vida fácil, y utilizó su talento para exponer al mundo su historia, y mostrarse como una persona independiente que pudo valerse siempre por sí misma. Desde muy joven estuvo involucrada en política, en una época y cultura en la que la figura femenina era prácticamente inexistente en ese ambiente político. Fue militante del Partido Comunista, cuyo pensamiento se consolida sobre la construcción de un sentimiento de responsabilidad y descosificación de cualquier ser humano, en especial de la mujer.

También en sus pinturas vemos reflejado ese empoderamiento que hace de la mujer, en sus autorretratos rompe con los roles de belleza establecidos, mostrando una mujer real, que no se avergüenza de plasmar su aspecto físico tal y como es, incluso resaltando aspectos como el vello facial, que están relacionados con lo masculino, y ella lo luce

con orgullo. Frida ha hecho de sus cejas parte de su esencia y uno de sus rasgos más carismáticos y representativos. En varias pinturas vemos que utilizó trajes de hombre; hasta en una ocasión, tras un momento duro de su vida, se cortó su melena para romper con los lazos que la ataban a Diego y a lo que a él le gustaba, la Frida mexicana, con traje y peinado de tehuana.

En toda su obra toca temas tabúes de la época, como son el aborto, la lactancia, o sus problemas para tener descendencia. Lo hacía con total libertad y naturalidad; consideraba que a través de la representación de estos temas podía transmitir un mensaje de apoyo, ya que estos, afectan a muchas mujeres. Uno de los más recurrentes en sus pinturas fue la fertilidad, el cual afectó mucho a la artista ya que siempre quiso ser madre.

En cuanto a su sexualidad, fue una adelantada a su época, ya que mostró libremente y sin tapujos las relaciones extramatrimoniales que mantuvo tanto con hombres como con mujeres. Volvemos a centrarnos en un contexto en el que las relaciones homosexuales estaban muy mal vistas, al igual que las mujeres que vivían aventuras con otras personas, independientemente de su sexo, fuera de su matrimonio. Frida nunca lo escondió, incluso llegó a hablar de alguno de estos amantes en su diario.

Algunos casos más anecdóticos, pero que aun así refuerzan esa imagen de empoderamiento, son por ejemplo los deportes que practicó desde pequeña, boxeo y fútbol, como rehabilitación para su enfermedad, deportes en los que destaca la presencia masculina. Otro dato curioso, es que de adulta bebía y fumaba, algo muy relacionado solo con hombres en su época, y ella realizaba sin importarle lo establecido por la sociedad y rompiendo estereotipos. Y no olvidar que destacó, siendo mujer, en el mundo de la pintura en su época, lo cual fue todo un logro. Además, uno de sus cuadros, “El marco”; fue la primera obra mexicana en exponerse en el Louvre.

Todos estos son ejemplos de por qué Frida se ha ganado la imagen de mujer luchadora, empoderada y feminista que tiene entre el público, y que esta se use como icono en contra de la opresión patriarcal, considerando su obra y a ella misma como “arte feminista”.

### **3.4 Frida Kahlo como producto**

Campanñas de publicidad, patrocinios deportivos, promociones, marketing digital, concursos, merchandising (utilización de la imagen de personajes famosos en productos)... son algunas de las múltiples herramientas de las que hacen uso las empresas para captar la atención de su público potencial. En este caso nos centramos en la última mencionada, la utilización de la figura de personajes famosos en la promoción de una marca, técnica cada vez más utilizada para colocar esa marca en el “Top of Mind” de los clientes. Esta técnica busca asociar los valores que se pretenden transmitir con los del personaje, mejorando y reforzando así su imagen y su posición en el mercado. Además, también es una forma de humanizar la marca y hacerla más cercana al consumidor, con el fin de aumentar su notoriedad.

Frida Kahlo es uno de estos tantos personajes que han utilizado las marcas con este fin comercial. Su uso está tan extendido que ha llegado a otro nivel. En el mercado actual podemos ver su cara en cualquier tipo de productos; ropa, cosméticos, bebidas alcohólicas, decoración, papelería... Y es que la artista trató tantos temas diferentes en su obra que muchas personas pueden sentirse identificadas y verse atraídas a adquirir algo que lleve implícitos valores como feminismo, independencia, superación, igualdad, etc.

El sector por excelencia que más ha explotado la imagen de la mexicana es el textil, miles de prendas han sido decoradas con diferentes estampados haciendo referencia a la artista, ya sea con su cara o con frases escritas por ella, ya que en los últimos años se ha convertido en un icono de la moda. Marcas de ropa como Stradivarius, MANGO o El Corte Inglés ya se han sumado a este tirón comercial, contando entre su carta de productos con camisetas, pantalones o calcetines de este tipo. También marcas de calzado como Converse o Vans, tienen su propia gama de productos “Frida”.



Ilustración 4.9 Colección Frida Stradivarius (Pinuaga, 2018)



Ilustración 4.10 Converse Frida Kahlo (Converse, 2019)

Las empresas dedicadas a la alimentación no se han quedado atrás, y muchas de ellas también han decidido usar esta imagen en sus productos. Nescafé ha hecho una versión de sus famosas cafeteras Dolce Gusto inspirada en la artista, “Frida, viva la vida”. La marca de infusiones Camelia, lanzó un set compuesto por una taza, un infusor y cuatro bolsas de té con su imagen. Incluso bebidas alcohólicas se han sumado a esto, la marca de cervezas Bohemia vende un pack de seis, edición especial de Frida.



Ilustración 4.11 Dolce Gusto “Frida, viva la vida” (Vidal, 2014)

La cosmética es otro de los sectores que más se han aprovechado de este boom. Podemos encontrar desde pintauñas hasta labiales con el rostro de Frida en su packaging. Algunas de estas marcas son Republic Cosmetics o Veg-up, pero la más conocida es la línea Frida Kahlo lanzada por Ulta Beauty, ya que su publicidad creó polémica, al mostrar a Frida con un tono de piel mucho más claro y las cejas arregladas, rompiendo con su esencia para asemejarse más a los estándares de belleza establecidos. Con esta campaña la empresa se ganó una mala crítica por parte de su público, ya que de esa forma estaban contrariando los valores de la mexicana.

Estos son solo algunos ejemplos de la inmensa carta de productos que podemos encontrar en este mercado, y es que, al fin y al cabo, Frida Kahlo se ha convertido en una marca con una gran cantidad de seguidores. Tanto es así que este fenómeno ya tiene nombre, la *fridomanía*. Su uso está tan extendido que en 2002 se creó su propia marca registrada. *Frida Kahlo Corporation* es la propietaria de todos los derechos de explotación de la imagen de la artista, la responsable de decidir y definir si los productos siguen el legado de la mexicana y, por lo tanto, si estos son aptos para hacer uso de su imagen y permitir, o no, a la marca que lo solicite, beneficiarse de ella. A *Frida Kahlo Corporation* le fueron cedidos estos derechos por parte de la sobrina de la artista, Isolda Kahlo Pinedo.

“Frida Kahlo Corporation se dedica a licenciar con el propósito no solo de dar a conocer la marca, el legado y el ícono que es Frida Kahlo sino también para poder generar un impacto positivo en las comunidades menos privilegiadas y continuar siendo parte del cambio que Frida Kahlo quiso en el mundo” (Frida Kahlo Corporation, s.f.).

Los propietarios de la marca son el venezolano Carlos Dorado, que cuenta con un 51% de las acciones de la corporación y Marcela Romero-Kahlo, sobrina de Frida, que es beneficiaria del 49% restante. La marca trabaja en base a un modelo de explotación controlada, para permitir la creación de productos de consumo de masas. Actualmente existen más de 50 marcas que tienen el poder de crear productos con el nombre e imagen de Frida (Agramont, 2018).



Ilustración 4.12 Logo Frida Kahlo Corporation (Frida Kahlo Corporation, s.f.)

*Frida Kahlo Corporation* tiene, además, entre sus propiedades un restaurante ‘Frida Kahlo Restaurante’, el cual ofrece una experiencia que transporta a los clientes al mundo de la artista, por su ambientación y propuesta gastronómica, varias tiendas repartidas por el mundo y un museo en Rivera Maya, en el que poder conocer su historia a través de los sentidos, mediante estímulos auditivos y sonoros (Hernandez, 2019).

### 3.1.1 Producciones culturales

A raíz de este boom y del interés que suscita entre el público todo lo relacionado con Frida Kahlo han surgido producciones culturales de todo tipo. Estas se han centrado sobre todo en representar su vida, dejando en un segundo plano su obra, y es que es lo que parece resultar más atractivo y que puede llegar a más gente.

En cuanto a los contenidos audiovisuales, existen varias películas y documentales sobre su biografía, entre ellas: *Frida, naturaleza viva* (1983), *La vida y época de Frida Kahlo* (2005), *Frida Kahlo and Tina Modotti* (1984), y la más conocida, *Frida* (2002) dirigida por Julie Taymor y protagonizada por Salma Hayek. Este film fue nominado a seis premios Oscar, de los cuales ganó dos, Mejor maquillaje y Mejor banda sonora.



Ilustración 4.13 Fotograma de la película *Frida* (Taymor, 2002)

La artista también tiene su papel en una producción de Pixar Animation Studios, distribuida por Walt Disney Studios Motion Pictures. La conocida película de animación *Coco*; en ella se representa a Kahlo como una persona muy surrealista y bastante egocéntrica, muy persistente con el tema de la maternidad.

La figura de la mexicana sigue muy presente hoy en día, pues el día 7 de noviembre de 2019, Rosalía, primera mujer española en ganar un Grammy, estrenó el videoclip de su canción *A Palé*, en el cual podemos ver numerosas referencias a la misma.



Ilustración 4.14 Fotograma videoclip de Rosalía (Rosalía, 2019)

Ilustración 4.15 Fotograma película *Coco* (Unkrich & Molina, 2017)

En el ámbito de la literatura existen todo tipo de libros: desde su propio diario, *El diario de Frida Kahlo, un íntimo autorretrato*, publicado en 2001, en el que podemos conocer los últimos diez años de la artista contados por ella misma, acompañado también de sus propias ilustraciones, hasta una larga lista de novelas biográficas: *Frida Kahlo. Una biografía*, *Biografía de Frida Kahlo, Kahlo, Frida Kahlo. Detrás del espejo*, y un largo etcétera; pasando por un gran número de obras de literatura infantil, en las que aparece la artista como protagonista. Podemos, incluso, encontrar un cómic: *Frida Kahlo. Viva México*.

Su estilo cargado de colorido y sus trajes de tehuana resultaron tan exóticos para los occidentales que, desde su aparición en la exposición de París, Frida ha sido un icono de la moda y ha servido de inspiración para varios diseñadores. Elsa Schiaparelli, diseñadora de moda italiana que destacó entre los años 1930 y 1940, diseñó un traje en su honor, al que llamó “La robe de Madame Rivera”, basándose en el tradicional mexicano. Otras casas de moda que han escogido a Kahlo como musa para alguna de sus temporadas son: Gaultier, en su colección de primavera de 1998, Givency para su colección otoño – invierno de 2010, o Valentino, en la colección de 2014, la cual estaba

cargada de flores, bordados en colores vivos y exaltando las emblemáticas trenzas de la artista (Hernandez, 2019). No podemos olvidar que también se ha colado entre las páginas de la revista *Elle Magazine* en 1989 y fue portada de la revista *Vogue* en 2012.



Ilustración 4.16 Portada revista VOGUE (VOGUE, 2012)

### 3.1.2 Campañas de publicidad

El mundo de la publicidad también se ha servido en alguna ocasión de la imagen de Frida Kahlo para la realización de campañas ya que, como se ha dicho anteriormente, esta ha encontrado un hueco dentro de la cultura popular y su utilización resulta muy rentable para ciertas empresas. Estas empresas han tenido en cuenta el impacto positivo que pueden obtener al utilizar la imagen de la artista gracias a todo lo que esta aporta: su afán por la cultura mexicana, la cual destaca por el uso de colores vivos y llamativos, que pueden llegar a ser una buena herramienta para captar la atención de los consumidores, la fácil adaptación de su figura o de alguna de sus obras a cualquier tipo de campaña, ya que aunque se modifiquen la esencia de la artista sigue siendo muy reconocible, y por supuesto, al ser una figura tan conocida y querida por el público, el alcance y la notoriedad que aporta a la marca.

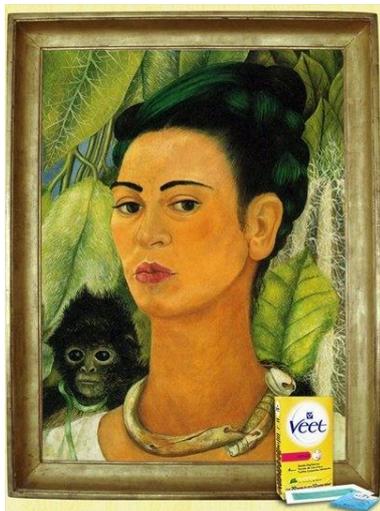


Ilustración 4.17 Gráfica Veet (Artium, 2010)

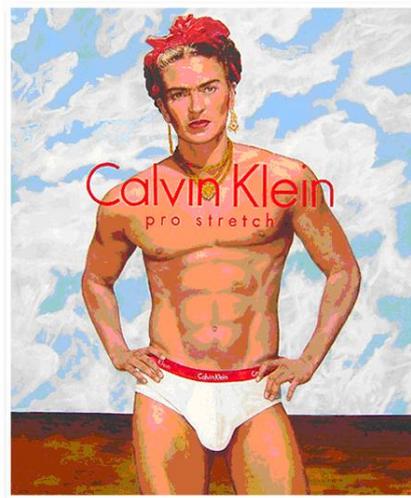


Ilustración 4.18 Gráfica Calvin Klein (Artium, 2010)

Las campañas que han utilizado la imagen de Kahlo son, por ejemplo, la lanzada por Veet, marca de productos depilatorios, que utilizó uno de los famosos autorretratos de la artista en la que vemos cómo sus signos de distinción, sus cejas y bigote, han sido retocados con el producto. “The Suicide of Frida Kahlo”, es una campaña creada por Calvin Klein, que consistió en una gráfica a modo de collage con el rostro de Frida y el

cuerpo de un hombre vestido únicamente con unos calzoncillos Calvin Klein, para dar a conocer su ropa interior masculina. O la lanzada en 2008 por la marca Converse, quienes también realizaron una serie de gráficas al estilo de la artista en las que se utilizó como base alguna de sus obras, para promocionar la edición limitada de zapatillas *Las Huellas de Frida* (Hernandez, 2019).

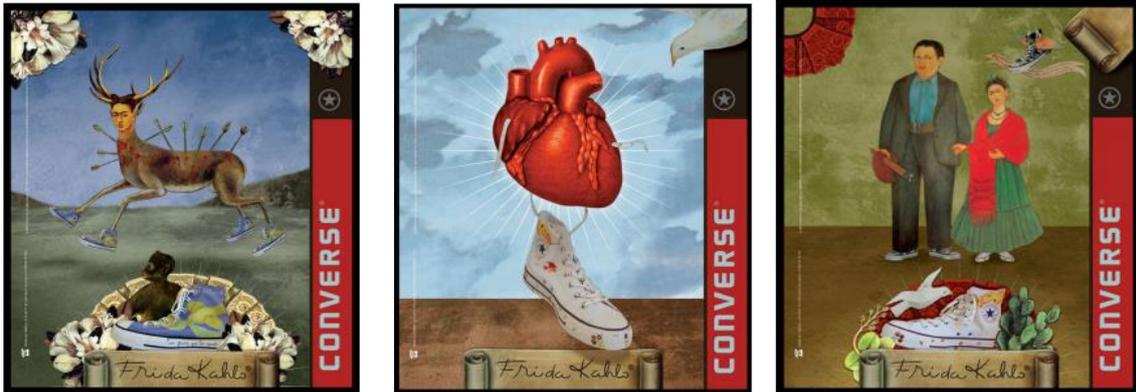


Ilustración 4.19, 4.20, 4.21 Gráficas Converse (Converse, 2012)

A este fenómeno también se ha sumado firmas de alta costura como Jean Paul Gaultier, que rindió homenaje a la artista en 1998 con una colección inspirada en ella para su desfile de primavera, o Gucci, que creó el hashtag #GucciHallucination para una campaña de accesorios, inspirada en Frida Kahlo, con toques muy surrealistas.



Ilustración 4.22 Jean Paul Gaultier (ARTIUM, 2010)

Ilustración 4.23 Gucci (Santillan, 2018)

## 4. Conclusiones

A lo largo de este trabajo, y después de realizar mi investigación, puedo decir que el tema escogido me ha resultado tan interesante o más de lo que imaginaba. A raíz de este he podido comprobar que la historia de Frida Kahlo es digna de conocer, ya que su imagen es perfectamente reconocible internacionalmente, pero no su esencia ni todo por lo que luchó a lo largo de su vida. Fue una mujer que, sin mencionar de momento su obra, tuvo una gran influencia en la cultura mexicana, sobre todo a la hora de darla a conocer fuera del país, gracias a la pasión con la que vivía la tradición popular mexicana y a su forma de vestir, mostrando a otras culturas el traje y peinado de tehuana.

Pasa lo mismo con sus pinturas, ya que sólo las más populares han obtenido el reconocimiento que según mi punto de vista merecen. Por así decirlo, las obras que más se conocen son las que presentan menos dificultades para explotarlas comercialmente, pues son las de más fácil interpretación. También coincide que sobre todo son las de más colorido y a su vez más llamativas, dejando a un lado las que cuentan la parte más trágica de su vida. Algo sorprendente porque su obra era un claro reflejo de su realidad, pues utilizaba la pintura para evadirse de todo lo malo que le pasaba plasmando todo su dolor en sus cuadros.

No olvidarnos de su faceta de escritora, y es que nos dejó numerosas frases en las que también plasmó sus vivencias. Esta es una parte de ella que, aunque no esté presente a lo largo del trabajo merece ser mencionada, ya que algunas son tan famosas como las siguientes: *“pies para qué los quiero si tengo alas para volar”*, *“¿Quién les dio la verdad absoluta? Nada hay absoluto, todo cambia, todo se mueve, todo revoluciona, toda vuela y va”* o *“Nunca pinto sueños o pesadillas. Pinto mi propia realidad”*, son tan conocidas que en alguna ocasión han sido utilizadas en campañas publicitarias o como protesta contra la opresión patriarcal.

En cuanto a Frida Kahlo como símbolo feminista, comparto la opinión, ya que creo que si aportó su granito de arena a este movimiento gracias a ciertas acciones explicadas anteriormente, que imponían la igualdad necesaria entre mujeres y hombres, sin importarle la época en la que vivió y las consecuencias que estas pudiesen tener en su día a día. Pero, también es cierto que, al conocer su biografía, se puede ver que en muchas ocasiones dependía emocional y económicamente de su marido Diego.

A partir de esto, la imagen de Frida se ha globalizado, ha pasado de ser un icono artístico a un producto. Esto ha sucedido sobre todo por su personalidad revolucionaria, cualidad que ayuda a la comercialización. La producción en masa de todo tipo de artículos en los que se usa la imagen de Frida ha derivado en la pérdida del valor y la esencia de su trabajo.

A partir del artículo “*La industria cultural. Ilustración como engaño de masas*” de Theodor W. Adorno y Max Horkheimer nos ayuda a reflexionar sobre el paso que la artista ha dado, ya que ha pasado de ser una expresión artística como tal a ser un producto de la industria cultural. A su vez, nos hace cuestionarnos si Frida hubiera querido la fama que tiene actualmente, teniendo en cuenta lo que ello supone.

A raíz de esta producción consumista inspirada en Frida Kahlo surge el concepto *fridomanía*, bajo la necesidad de ponerle un nombre a dicho fenómeno. Este término se basa, por parte de las marcas, en la creación de productos inspirados en la artista, con el fin de aumentar su público objetivo aprovechándose de sus valores y limpiando su imagen al apoyar una causa justa como es el feminismo, y por parte de los consumidores, en la adquisición de estos productos. Esto ha llegado hasta tal punto que los consumidores ya no adquieren dichos productos por estar de acuerdo con las ideas de Frida, si no por el simple hecho de haberse convertido en una moda, dejando los valores de la artista en un segundo plano. Al igual que las marcas que solo lo producen por el mero hecho de que cualquier referencia a la artista les va a generar beneficios y una mejor aceptación por parte del público. Sin olvidar que esto les sirve como publicidad, ya que al fin y al cabo es una forma de atraer y vender, siendo esta una buena herramienta de comunicación para alcanzar las metas y objetivos que la marca tuviese marcados de antemano.

Viendo el lado positivo, la adquisición de cualquiera de estos productos puede generar interés en el arte y la historia de la artista por parte del consumidor. Siendo, en cierto modo, una forma de darle la visibilidad que merece, ya que llevando algo de ella estas reivindicando una forma de pensar que deberías conocer antes de promulgarla, además de que según mi opinión pierde el sentido si no conoces el significado.

Por último, me gustaría mencionar lo que Frida Kahlo supuso para el arte, convirtiéndose en la primera mujer mexicana que destacó en este ámbito y en uno de los artistas mexicanos más reconocidos del siglo XX. Tanto es así que llegó a hacer

exposiciones internacionales, en ciudades como Nueva York o París. Además, en estos viajes se relacionó con otros artistas tan conocidos como Picasso o André Bretón, con los que mantuvo una relación de amistad.

## 5. Bibliografía y Webgrafía

Agramont, P. (21 de 02 de 2018). *Journal de Comunicación Social*. La Corporación Frida Kahlo del siglo XXI. Analizada a través de la teoría del aura de Walter Benjamin. Recuperado de:  
<http://bibvirtual.ucb.edu.bo/revistas/index.php/comunicacion/article/view/1145>

Andolfato, M. (2007). *La historia del arte contemporáneo y su influencia en el Diseño Publicitario*. Argentina: Universidad Abierta Interamericana. Facultad de Ciencias de la Comunicación:

ARTIUM. (2010). *Jean Paul Gaultier*. Recuperado de:  
<https://catalogo.artium.eus/dossieres/exposiciones/disenio-creativo-publicitario/jean-paul-gaultier>

Artium. (2010). *Calvin Klein*. Recuperado de:  
<https://catalogo.artium.eus/dossieres/exposiciones/disenio-creativo-publicitario/calvin-klein>

Artium. (2010). *Veet*. Recuperado de:  
<https://catalogo.artium.eus/dossieres/exposiciones/disenio-creativo-publicitario/veet>

Barajas, A. M. (2010). *Autorretrato con traje de terciopelo*. *Arte Barajas*. Recuperado de:  
<http://artebarajas.blogspot.com/2010/05/frida-kahlo.html>

Bolaño, E. (2018). *Historia Arte HA*. La columna rota. Autorretrato de mujer sufriendo.

Recuperado de:

<https://historia-arte.com/obras/la-columna-rota>

Bonazzoli, F., Cattelan, M., & Robecchi, M. (2014). *De Mona Lisa a Los Simpsons*.

Madrid: Lunwerg Editores.

Comas, C. (2019). *La columna rota. La Cámara del Arte*. Recuperado de:

<https://www.lacamaradelarte.com/2019/11/la-columna-rota.html>

Converse. (2012). Frida Kahlo. Recuperado de:

<https://www.trendencias.com/marcas/estalla-la-fridomania>

Converse. (2019). *Converse*. Recuperado de:

[https://www.converse.com/es/search?lang=es\\_ES](https://www.converse.com/es/search?lang=es_ES)

Costa, J. (2009). *Diseño, comunicación y cultura*. Madrid: FUNDESCO.

Expansión. (2018). Mercadotecnia. Recuperado de:

<https://expansion.mx/mercadotecnia/2018/03/08/la-duena-de-la-marca-frida-kahlo-asegura-que-el-contrato-con-mattel-es-legal>

Fernández, M. (2014). *Viva la vida. El cuadro del día*. Recuperado de:

<https://www.elcuadrodeldia.com/post/94319447244/frida-kahlo-viva-la-vida-1954-%C3%B3leo-sobre>

Fischer, A. (2017). *Cultura Colectiva*. El feminicidio tras 'Unos cuantos piquetitos' el cuadro más brutal de Frida Kahlo. Recuperado de:  
<https://culturacolectiva.com/arte/unos-cuantos-piquetitos-de-frida-kahlo>

Frida Kahlo Corporation. (s.f.). *Frida Kahlo Corporation*. Recuperado de:  
<https://fridakahlocorporation.com/>

Gauli, J. C. (1998). *La publicidad como arte y el arte como publicidad. Arte, individuo y sociedad*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Gerry, S. (2018). *Frida Kahlo. Detrás del espejo*. Madrid: EDIMAT LIBROS.

Gómez, V. (2016). *Autorretrato con collar de espinas La Cámara del Arte*. Recuperado de:  
<https://www.lacamaradelarte.com/2016/05/autorretrato-con-collar-de-espinas.html>

Hernandez, L. A. (2019). *FRIDA KAHLO COMO UNA FIGURA DE APOYO AL MERCHANDISING EN LAS TIENDAS EN MÉXICO*. Recuperado de:  
<https://repository.usta.edu.co/handle/11634/21632>

Hesse, M. (2016). *Frida Kahlo. Una biografía*. Barcelona: Lumen Gráfica.

Horkheimer, M., & Theodor, A. (2003). *La industria cultural. Ilustración como engaño de masas*. La industria cultural. APARICI

Imaginario, A. (2016). *Cultura Genial*. Las Dos Fridas de Frida Kahlo. Recuperado de:  
<https://www.culturagenial.com/es/cuadro-las-dos-fridas-de-frida-kahlo/>

Lowe, S. M. (2001). *El diario de Frida Kahlo. Un íntimo autorretrato*. Madrid: RM Verlag.

Matador Network. (2018). *Matador Network*. La historia del cuadro "Henry Ford Hospital" de Frida Kahlo. Recuperado de:  
<https://matadornetwork.com/es/la-historia-del-cuadro-henry-ford-hospital-de-frida-kahlo/>

Pinuaga, P. V. (2018). *FASHIONUNITED*. Stradivarius x Frida Kahlo. Recuperado de:  
<https://fashionunited.es/noticias/moda/stradivarius-x-frida-kahlo/2018032325868>

Rosalía. (2019). *YouTube*. Rosalía - A Palé. Recuperado de:  
<https://www.youtube.com/watch?v=5zwpwbdGNik>

Santillan, T. (2018). *Elle*. Recuperado de:  
<https://elle.mx/moda/2018/03/12/es-frida-kahlo-vestida-de-gucci-en-la-nueva-campana-de-la-firma>

Souter, G. (2018). *Frida Kahlo. Detrás del espejo*. Madrid: EDIMAT LIBROS.

Taymor, J. (director), y Sigal, Lake, Nava, & Thomas (guion). (2002). *Frida* [DVD]. [interpretes Salma Hayek, Alfred Molina, Mía Maestro, Roger Rees, Geoffrey Rush, Ashley Judd, Antonio Banderas, Edward Norton, Patricia Reyes, Valeria Golino, Chavela Vargas]. Estados Unidos: Miramax

Unkrich, L., & Molina, A. (director), y Molina A. & Aldrich M. (guion). (2017). *Coco* [DVD]. Estados Unidos: Pixar Animation Studios, Walt Disney Pictures

Vega, M. (Dirección). (2019). *Documental sobre Frida Kahlo* [Película].

Vidal, H. (20 de Abril de 2014). *The Markethink*. Frida Kahlo, inmortalizada en la nueva máquina de Nescafé Dolce Gusto. Recuperado de:  
<https://www.themarkethink.com/lanzamiento-de-productos/frida-kahlo-inmortalizada-en-la-nueva-maquina-de-nescafe-dolce-gusto/>

VOGUE. (2012). Frida Kahlo. *VOGUE*.