

Εταιρείες μαζί ξεπλύθηκαν και έχουνε γίνει ροζ - Μια κριτική ματιά στη Barbie



Συνεχώς σκέφτομαι διαβάζοντας όλες αυτές τις απόψεις κριτικών, δημοσιογράφων, σινεφίλ και καταναλωτών για την ταινία της Gretta Gerwig *Barbie*, ποια θα ήταν μια αντικαπιταλιστική απάντηση και κριτική στη ταινία και στα νοήματα της; Γενικά αναρωτιέμαι, γιατί όσο έψαξα και στα ελληνικά και στα ξένα διαδικτυακά μέσα δεν βρήκα κάποιο ολοκληρωμένο κείμενο, μια ανάλυση από την άλλη όχθη, για την ταινία που σπάει το ένα ρεκόρ μετά το άλλο. Και καλά κάνει και το σπάει! Αυτό το κείμενο δεν έχει στόχο να πλήξει τη ταινία ή να την μειώσει στο επίπεδο που τη μειώνουν διάφοροι ειδών φαλλοκράτες, μισογύνηδες ή troll του διαδικτύου που ασκούν κριτική σε μια ταινία επειδή απλά τα χώνει στη πατριαρχία. Όχι, όχι. Η Barbie μας αρέσει δεν μας αρέσει, έχει καταφέρει κάτι πολύ σημαντικό: να επαναφέρει ένα προοδευτικό discourse στη δημόσια σφαίρα και ας είναι απλοϊκό (για κάποιους) ή χιλιοειπωμένο (για κάποιους άλλους). Καταφέρνει να αλλάξει τις ισορροπίες, όπως ορθά διατυπώνει και ο Stuart Hall για τη δύναμη της ποπ κουλτούρας: να παίξει με το φαντασιακό και να αλλάξει την ισορροπία των εξουσιαστικών δομών. Τον αντίκτυπο, δεν τον γνωρίζω, αν και δε θεωρώ ότι κάτι επειδή είναι mainstream ή γίνεται viral, θα μπορέσει να προωθήσει οποιαδήποτε κοινωνική αλλαγή. Στο πλαίσιο αυτό, το κείμενο έχει στόχο να αναλύσει τη Barbie με μια αντικαπιταλιστική ματιά, χωρίς αυτόματα να μειώνει και τα μηνύματα που περνάει για την αντιπροσώπευση (representation) και τον (επιδερμικό) φεμινισμό. Μπορεί να διαφωνήσουν πολλοί με αυτό που θα πω, αλλά το κύριο πρόβλημα της Barbie, δεν είναι τα μηνύματα που περνάει, αλλά το μέσο και το περιβάλλον, όπου αυτά τα μηνύματα γίνονται δεκτά. Με λίγα λόγια το πρόβλημα είναι ότι η ταινία δημιουργήθηκε από την ανάγκη της Mattel να πουλήσει φεμινισμό και περισσότερες κούκλες Barbie.

Καπιταλισμός, αντικαπιταλισμός και η Barbie

Άραγε τι θα έλεγε ο καθηγητής Πολιτισμικών Σπουδών και συγγραφέας του *Καπιταλιστικός Ρεαλισμός*, Mark Fisher για τη ταινία της Gerwig; Ο Fisher ασχολήθηκε με την μαζική κουλτούρα καθ' όλη τη διάρκεια της συγγραφικής και ακαδημαϊκής του πορείας, με απώτερο σκοπό να αναλύσει (μεταξύ άλλων) τον τρόπο με τον οποίο εταιρείες παραγωγής ταινιών που αποζητούν το κέρδος αν μη τι άλλο, χρησιμοποιούν αντικαπιταλιστικά μηνύματα για το mainstream κοινό. Το φαινόμενο αυτό που το έχει ονομάσει «επιδερμικός αντικαπιταλισμός», το έχει σχολιάσει και ο Σλάβοϊ Ζίζεκ που θεωρεί ότι: «Ο αντικαπιταλισμός είναι διάχυτος μέσα στον καπιταλισμό». Μέσω της ποπ κουλτούρας,

οι εταιρείες παραγωγής με τα υπέρογκα budget, με τα αμέτρητα κέρδη και τα box office, μας προσκαλούν να «παίζουμε» με αυτά τα αντικαπιταλιστικά, αντί-συστημικά μηνύματα, να ανατρέψουμε (πάντα στο φαντασιακό) για λίγο τη ροή των πραγμάτων, την ηγεμονία του συστήματος και έπειτα να είμαστε έτοιμοι, θαρραλέοι σαν από καιρό να καταναλώσουμε ξανά και ξανά, εύκολα, γρήγορα και με έναν αέρα αντισυστημικότητας. Είναι το παράδειγμα της «Γενικής Συναίνεσης» που αναλύει ο Des Freedman στο άρθρο του "Media Power" για τους τρόπους με τους οποίους κάθε μιντιακός όμιλος προωθεί μια ομοφωνία και συναίνεση, αλλά πάντα μέχρι ενός σημείου, μέχρι εκεί που δεν θα αμφισβητηθεί το σύστημα εξ ολοκλήρου. Η ταινία Barbie μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως ένα παράδειγμα για αυτήν ακριβώς τη «γενική συναίνεση» που δίνει μέχρι εκεί που θέλει να δώσει κριτική σκέψη, αλλά η ίδια, το σύστημα ως έχει και ο "συστημικός φεμινισμός" κερδίζουν πολλά περισσότερα. Η στερεοτυπική Barbie λοιπόν, γέννημα θρέμμα της μητριαρχικής Barbieland, παθαίνει μια υπαρξιακή κρίση και πηγαίνει στον πραγματικό κόσμο να λύσει την κατάρα, όπου εκεί συνειδητοποιεί ότι ζει σε μια παραίσθηση όλων αυτό τον καιρό στη γενέτειρα της και ότι ο πραγματικός κόσμος είναι πραγματικά τερατώδης. Μια σάτιρα των καπιταλιστικών σχέσεων παραγωγής, της πατριαρχίας και μια φεμινιστική οπτική σε διάφορα κοινωνικά ζητήματα, από την αγορά εργασίας, στον τρόπο πρόσληψης της πραγματικότητας μέχρι σε κάθε είδους συμβολικό, πολιτιστικό, κοινωνικό και οικονομικό κεφάλαιο (στα λόγια του Μπουρντιέ). Όλα καλά μέχρι εδώ, αλλά το πράγμα λίγο να στραβώνει όταν γίνεται αντιληπτό ποιος είναι πίσω από όλη αυτή την «αντισυστημική» γιορτή εμπλουτισμένη με ροζ και παστελ χρώματα. Μα η ταινία που δημιούργησε το προϊόν Barbie εξ αρχής: η Mattel, η οποία στη ταινία αυτό-σαρκάζεται, αυτό-γελοιοποιείται, είναι η «κακή» εταιρεία που κοιτάει μόνο το κέρδος και που οι αποφάσεις της λαμβάνονται εξ ολοκλήρου από άνδρες (ακόμα και αν το προϊόν τους απευθύνεται κυρίως στο γυναικείο φύλο). Και η Mattel είναι και αυτή που ελέγχει το μήνυμα, μέχρι που φτάνει η ειρωνεία, η σάτιρα και η αντισυστημικότητα. Οποιοσδήποτε λόγος «αντισυστημικός» και αντικαπιταλιστικός λοιδορείται, όπως όταν η «στερεοτυπική» Barbie, συνομιλεί με την έφηβη Σάσα η οποία την αμφισβητεί σαν προϊόν του σεξουαλικού καπιταλισμού και του καταναλωτισμού και την αποκαλεί και φασίστρια, χωρίς κάποιο σοβαρό λόγο. Αυτή η σκηνή, που ξεκάθαρα σατιρίζει τη woke κουλτούρα και τα τσιτάτα της (η λέξη «φασίστας» που χρησιμοποιείται χωρίς περιεχόμενο, όπως αντίστοιχα και οι βαρύγδουπες αντικαπιταλιστικές αναλύσεις) δείχνει και τις ορέξεις της ταινίας, για το που φτάνει η κοινωνική αλλαγή που ευαγγελίζεται η κινηματογραφική Barbie.

Ο εταιρικός φεμινισμός και η ατομική εξέλιξη

Και ενώ οι ταινίες παρουσιάζουν αυτόν τον επιδερμικό αντικαπιταλισμό, προωθούν ταυτόχρονα και τα κατάλληλα μηνύματα για να κατευνάσουν το κοινό τους: τον ατομικισμό. Ένα «προσόν» της εποχής μας, αποκύημα του νεοφιλελευθερισμού και του μεταμοντερνισμού, ο ατομικισμός έχει πάρει τη θέση του στο βάθος της προσωπικότητας μας. Στη Barbie για παράδειγμα, ακόμα και η συλλογική προσπάθεια που πραγματώνει και επιτυγχάνει τη λύτρωση της ηρωίδας παραμερίζεται και υπονομεύεται προς χάριν της ατομικής εξέλιξης. Η συζήτηση με την (συν)ιδρύτρια της Mattel προς

το τέλος, επιβεβαιώνει ότι η συλλογική προσπάθεια δεν θα ήταν τίποτα χωρίς την (ανθρωπόμορφη) Barbie, χωρίς δηλαδή τα εγωϊστικά κίνητρα που προσδιορίζουν και το κατά πόσο θα κινηθεί το κάθε άτομο, τα όρια του και την ατομική του ελευθερία που είναι έτοιμος να σπαταλήσει για να δει την αλλαγή στη κοινωνία, που ξεκινάει και αρχίζει στα προσωπικά «θέλω» και στην ατομική (και μονάχα ατομική) εξέλιξη.

Πέραν του ατομικισμού, δεν ξέρω ποιος μπορεί να είδε τη ταινία και να μην ένιωσε άβολα από το επιθετικό marketing που προωθούσε; Από μοντέλα Barbie που είχαν, έχουν και θα κυκλοφορήσουν (βλ. την «παράξενη Barbie»), μέχρι συλλεκτικά κομμάτια που επίδοξοι fans αλλά και διάφοροι influencers θα αναζητήσουν και θα αγοράσουν σε πανάκριβες τιμές. Ένα υπερκαταναλωτικό πανδαιμόνιο που μου θύμισε επεισόδια των παλιών καλών Simpsons όπου σατιρίζουν αυτήν ακριβώς την μετά-καπιταλιστική κατάσταση, όπου εταιρείες και πασίγνωστα brands παράγουν ταινίες με τα προϊόντα τους για να πουλήσουν ακόμα περισσότερα προϊόντα. Ένα πανδαιμόνιο διαφήμισης και κακής ποιότητας ταινιών που δεν μπορεί να βγει παρά έξω από τη μεσημεριανή ζώνη του Star. Εντάξει, αυτό είναι ένα από τα χαρακτηριστικά του post-late capitalism, αλλά τι ακριβώς επιδιώκει μια ταινία (παραγγελιά από τη Mattel), που έχει καταφέρει να ακουστεί παντού, να κατακλύσει τα σινεμά και να αρχίσει (δια)λόγο για το αντίκτυπο της, για τον φεμινισμό και την πατριαρχία καλοκαιριάτικα; Και ποιο το «όραμα» εν τέλει της Barbie και της Mattel για το φεμινιστικό κίνημα του 21^{ου} αιώνα;

Όπως έχει εμπορευματοποιηθεί ο κινηματογράφος με τρόπο αδηφάγο, κινήματα όπως αυτά της ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητας ή και της κλιματικής κρίσης, φαίνεται πως εταιρείες κολοσσοί που χρηματοδοτούν τα κάθε Pride και οργανωμένες διαδηλώσεις επιχειρούν να τα εργαλειοποιήσουν, και ως αντάλλαγμα να προβάλλονται κατά τη διάρκεια τους. Δε θα μου έκανε λοιπόν εντύπωση σε ένα επικείμενο March for Women σε κάποια πόλη αυτής της Γης, η Mattel, με το εκπληκτικό re-branding της που πέτυχε, να βρίσκεται ανάμεσα στις χιλιάδες διαδηλώτριες και να μοιράζει πλαστικές (από 100% ανακυκλώσιμο υλικό) κούκλες ή ευφάνταστα στίκερς που θα προωθούν την ατομική εξέλιξη. Θα αναρωτηθεί κάποιος, γιατί είναι κακό αυτό; Εταιρείες δηλαδή να διαφημίζονται και να διαφημίζουν ένα κοινωνικό γεγονός που προωθεί την ισότητα. Να επιζητούν δηλαδή και οι εταιρείες το μερίδιο τους για όλα αυτά που έχουν προσφέρει στη κοινωνία και στη κοινωνική πραγματικότητα. Η απάντηση είναι θεωρώ απλή: Διότι οι ίδιες αυτές ακριβώς εταιρείες που λειτουργούν στα πλαίσια του κέρδους και των εξουσιαστικών σχέσεων, με τους σκελετούς στις ντουλάπες και την περίσσεια υποκρισία τους και στοχεύουν προς την ατομικοποίηση και στη διάλυση του συλλογικού, να έχουν τώρα το μερίδιο τους στο να καθησυχάσουν ότι «ακούμε» και ότι «είμαστε εδώ». Δεν θα έπρεπε η ιδέα της απαξίωσης των συλλογικών δράσεων στο πλαίσιο του κέρδους και marketing να μας φοβίζει και λίγο; Αν κάτι μας έχει μάθει ο καπιταλισμός είναι οπουδήποτε τρυπώνει έχει τη δυνατότητα να διαβρώνει οποιεσδήποτε δομές ισότητας και αλληλεγγύης και να τις μετατρέπει σε δομές εξουσίας και κερδοφορίας. Ένα αποδιοργανωμένο φεμινιστικό κίνημα που λειτουργεί σαν επιχείρηση και έχει χάσει την βάση του, την ιδεολογία του και την πραγματική ταυτότητα του, και τα έχει θάψει κάτω από το πέπλο της ατομικής εξέλιξης, της εμπορευματοποίησης και του καταναλωτισμού, δεν θα

έπρεπε να μας κρούει τον κώδωνα του κινδύνου; Να ξεκαθαρίσω ότι δεν βρίσκομαι απέναντι από την ελευθερία του ατόμου και την ανθρώπινη προσπάθεια να βρει την αλήθεια και να ελευθερωθεί από τα όποια δεσμά. Τουναντίον, το άτομο έχει το agency, την ικανότητα να τα κάνει αυτά, να δρα ανεξάρτητο και να τροποποιεί το κοινωνικό περιβάλλον, όπως και το ίδιο το περιβάλλον τροποποιεί το άτομο και τις επιλογές του. Παρόλα αυτά αν μιλάμε για κοινωνική αλλαγή, δεν έρχεται (μονάχα) από αυτό, αλλά από διάφορες συλλογικές δραστηριότητες που έχουν ως στόχο τη δημιουργία εναλλακτικών προτάσεων, την επαναδιατύπωση νοημάτων και τον αγώνα για επιβολή τους.

Ροζ παστέλ κοινωνικοί αγώνες

Επομένως, δεν είναι δυνατό να μιλάμε για το αντίκτυπο που θα έχει η Barbie στο φεμινιστικό κίνημα, καθώς η ταινία προωθεί ατομικιστικά χαρακτηριστικά και ναι, μπορεί να έχει επίδραση ατομικά, σε κάποιες γυναίκες λόγω της μεγάλης δημοφιλίας που έχει αποκτήσει. Αλλά αυτό δεν είναι αρκετό για την καταπολέμηση των έμφυλων ανισοτήτων, καθώς το νόημα της ταινίας περιορίζεται από την ίδια την εταιρεία Mattel, που κρατάει και τον τελευταίο λόγο και που αμφιβάλλω αν θέλει να δει μια πραγματική φεμινιστική επανάσταση να εμφανίζεται στις ΗΠΑ για παράδειγμα, με ταξικά χαρακτηριστικά. Για αυτό και καθ' όλη τη διάρκεια της ταινίας και την αποδόμηση της πατριαρχίας και τη σάτιρα έναντι του καπιταλισμού, δε γίνεται πουθενά λόγος για το πώς ο καπιταλισμός συντηρεί την πατριαρχία και πώς η πατριαρχία τον καπιταλισμό. Άρα σε τελική ανάλυση, για ποιο φεμινιστικό μήνυμα μιλάμε και τι ροζ παστέλ κοινωνία θεμελιώνεται στο φαντασιακό μας;

Το τελικό ερώτημα που μπορεί να πλανάται στα κεφάλια των αναγνωστών (όσων κατάφεραν να διαβάσουν μέχρι εδώ και όσων ακόμα θεωρούν ότι έχει κάποια σημασία όλο αυτό) είναι ίσως το «γιατί». Γιατί ασχολούμαστε τόσο πολύ με μια ταινία που στο κάτω-κάτω και καλό νόημα έχει, και χιούμορ έχει και τα χώνει στη πατριαρχία-καπιταλισμό. ΓΙΑΤΙ ΑΚΟΜΑ ΑΣΧΟΛΟΥΜΑΣΤΕ ΜΕ ΤΗ BARBIE; Μα η απάντηση είναι απλή, γιατί όπως οι κούκλες Barbie καταφέρανε να επιδράσουν εκατομμύρια παιδάκια και να τα εντάξουν σε ένα πλαίσιο και σε ένα ρόλο από μικρή ηλικία, έτσι και μια ταινία και τα νοήματα της έχουν τον τρόπο και τη διάθεση να «παίξουν» με τη κοινωνική πραγματικότητα και να τη διαμορφώσουν σε κάποιο βαθμό. Ναι, ο κινηματογράφος αλλάζει τον κόσμο, αλλά αυτό δε σημαίνει ότι πάντα έχει και καλό αντίκτυπο. Πόσο μάλλον όταν μια εταιρεία που θέλει να πουλήσει περισσότερα προϊόντα, τον χρησιμοποιεί ως προπαγανδιστικό μέσο για να πουλήσει περισσότερα προϊόντα και ειδικά όταν μια εταιρεία (με τα χαρακτηριστικά που προανέφερα) φαίνεται να είναι πιο ικανή να παράξει φεμινιστικό και αντικαπιταλιστικό λόγο, από διάφορες οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών. Εκεί έγκειται και το ζήτημα: ότι για τους περισσότερους/ες είναι okay, η απάντηση σε όλα αυτά να έρχεται μέσα από το ίδιο το σύστημα και όχι από τον δρόμο ή μέσα από συλλογικές δράσεις ή μέσα από εναλλακτικές προτάσεις. Η Barbie δε δίνει εναλλακτική στο ζήτημα της πατριαρχίας, των ανισοτήτων, της αδικίας και του αδηφάγου καπιταλισμού, αλλά υπόσχεται ότι με πολλή ατομική προσπάθεια μπορείς να επιτύχεις την ατομική εξέλιξη και να πραγματοποιήσεις τα όνειρά σου, αρκεί να μην ενοχλήσεις και πολύ, να μην ταραξείς τα νερά συθέμελα, μη πάθεις και

καμιά ταξική αφύπνιση. Ζήσε όσο πιο ανθρώπινα μπορείς, λέει η ταινία, ξεχνώντας βέβαια ότι ο μέσος ζει μέσα σε μια απάνθρωπη κοινωνία. Από την άλλη, όσες και όσοι βέβαια, που μπορεί να επιμένουν να αυτοαποκαλούνται φεμινίστριες και φεμινιστές, δεν το βρίσκουν αυτό προβληματικό και αρέσκονται στο να θεωρούν ατομικό κεκτημένο και προνόμιο, τους διάφορους φεμινιστικούς, συλλογικούς και ταξικούς αγώνες που ανά τα χρόνια έχουν δοθεί ή να βλέπουν τον φεμινισμό μέσα από μια ατομικίστικη ματιά, τότε ίσως θα ήταν σκόπιμον να σκεφτούν ξανά και να αναζητήσουν... τον δρόμο τους.

*Ο **Οδυσσέας Γραμματικάκης**, ζει και εργάζεται στην Αθήνα. Είναι απόφοιτος Πολιτικής Επιστήμης και Διεθνών Σχέσεων του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου και πρόσφατα ολοκλήρωσε τις μεταπτυχιακές του σπουδές στα ΜΜΕ στο Πανεπιστήμιο Εράσμους στο Ρότερνταμ. Κύριες ερευνητικές ασχολίες του είναι τα ΜΜΕ, η ποπ κουλτούρα, οι προφορικές ιστορίες, η μνήμη και ιστορία.

Πηγή φωτογραφίας: Housebeautiful, διαθέσιμο: [εδώ](#)