Barbie india se agota en menos de cinco días

El lanzamiento de una nueva Barbie para conmemorar la festividad india de Diwali, que da la bienvenida al Año Nuevo hindú, desató el furor entre los fanáticos de la popular muñeca y, en menos de una semana de su lanzamiento, está agotada en todos los puntos de venta.

Con un coste de unos 40 dólares, la «Barbie Diwali» salió a la venta al público el 4 de octubre y este miércoles ya se encuentra agotada en todos los lugares donde se podía adquirir, como en la página web de la empresa matriz de Barbie, Mattel, en Amazon, o en los comercios Walmart y Target en Estados Unidos.

Detrás de esta demanda se encuentra la inmensa población de la India -con 1.400 millones de personas-, y la elección de una fecha propicia, próxima a la celebración de Diwali el 31 de octubre, según explicó a EFE el experto en marketing Sanjay Arora.

«Promover a una muñeca de edición limitada a semanas de una de las festividades más importantes del país refleja la estrategia adoptada por la empresa de Barbie. Del 25 al 45 % de sus ventas anuales se producen en estos uno o dos meses. No creo que hayan sido conscientes de la repercusión que podía tener», añadió.

La nueva muñeca nace de una colaboración de Mattel con Anita Dongre -la diseñadora de moda india de renombre que ha vestido a Beyoncé y la princesa de Gales, Catalina- con el fin de promover una muñeca que combina la estética moderna con la artesanía tradicional, se lee en la descripción del producto.

El look ‘Moonlight Bloom’ de tonos azules oscuros de ‘Barbie Diwali’ está compuesto por una lehenga – tradicional falda larga india, adornada con dalias, jazmines y un loto indio-, un top y un chaleco, inspirado en el estado norteño de Rajastán.

Además, luce zapatos, brazaletes y pendientes dorados que, según dijo la modista en Instagram el día del lanzamiento, «reflejan las luces radiantes del festival».

«Me siento honrada de tener esta oportunidad de representar a la moda india contemporánea en una plataforma global y espero que inspire a los niños de todo el mundo a conectar con su cultura y su herencia», publicó la diseñadora.

800 noticias