

Breve historia de la muñeca Blythe

Clara Rodríguez Cordeiro

En 1972 se creaban en EE.UU. —a cargo de la compañía de juguetes Kenner—, las primeras muñecas Blythe. Diseñadas por Allison Katzman, Rouben Terzian y Gordon Barlow en Marvin Glass & Associates¹, nacieron inspiradas por la obra de la pintora norteamericana Margaret Keane, importante referente de movimientos artísticos tales como el Big-Eyed Art y el Surrealismo Pop.

Aunque para los primeros prototipos el estudio pensó en la creación de cuatro muñecas con personalidades diferentes (Blythe, Karess, Willow y Skye) todas se fundieron en una única Blythe, ofertada en cuatro colores de pelo diferentes (rubia, morena, castaña rojiza y pelirroja) y distintos vestidos que reflejaban fuertemente el estilo de su tiempo; así como diferentes complementos: gafas y pelucas de llamativos colores (lima, rosa, azul y amarillo), un surtido de 12 conjuntos complementarios y hasta un guardarropa portátil². Obligada a competir con la ultra famosa Barbie, la desproporcional cabeza de Blythe, uno de sus rasgos distintivos, es entendido en la actualidad como la primacía de la inteligencia sobre la apariencia física, como un refugio de resistencia ante los estereotipados cánones estéticos y sociales de los que Barbie, se entiende, sería representante. Y eso, aún a pesar de que se afirma que el tamaño de la misma fue debido casi al azar, impuesto por la necesidad de reducir el tamaño del cuerpo por restricciones en el embalaje³.

Inicialmente destinada para niñas, la mayor originalidad de Blythe radica en que sus enormes y redondos ojos son capaces de cerrarse y cambiar de color y posición tirando de la anilla (pullring) que cuelga de la cuerda situada en la parte posterior de su cabeza. Ese original mecanismo que permite el cambio de color en sus ojos —de verdes a naranjas, azules y rosas en los modelos comunes— se dice que consiguió infundir más temor a los menores que fascinación y que por eso su salida al mercado supuso un estrepitoso fracaso. Sin embargo, merece la pena destacar a mayores el hecho de que algunos padres asociasen el extraño cambio y colorido ácido y brillante de sus ojos a los efectos causados por el consumo de drogas y a la estética del arte psicodélico, en un momento de tanta confusión al respecto como fueron los 70. Sea como fuese, las Blythe Kenner, también conocidas como Vintage, apenas se produjeron durante un año, para después sumirse en el olvido durante 28, apreciadas tan sólo por escasos coleccionistas

de juguetes que las conseguían a precio de saldo en mercadillos de barrio, donde eran tal vez el objeto más curioso.

Pero la suerte de Blythe cambió completamente a finales de la década de los 90, cuando cayó en manos de la fotógrafa norteamericana Gina Garan. Garan, fascinada con tan peculiar belleza, convirtió a la muñeca en modelo base de sus fotografías y con el tiempo en el centro de su producción artística. En diciembre de 1999, durante la inauguración en Nueva York de una exposición de la agencia creativa Cross World Connections⁴, Gina pudo conocer a la fundadora y presidenta de la misma, Junko Wong, y mostrarle sus fotografías de Blythe viajando por el mundo. Este hecho, aparentemente tan anecdótico, marca el inicio de la nueva etapa de Blythe.

Gracias a la colaboración entre Gina Garan y Junko Wong se publicó en el 2000 el primer libro de fotografías de Gina Garan, *This is Blythe*⁵, mediante el cual la muñeca fue presentada de nuevo al mundo; y surgió también la posibilidad de convertir a Blythe en “modelo virtual” de los grandes almacenes PARCO de Tokyo. En las Navidades de ese mismo año se rodó un anuncio animado de quince segundos en el que era la protagonista, emitido en Japón a nivel nacional, y a este se sucedieron hasta el verano de 2001 toda una serie de campañas publicitarias en prensa.

La curiosidad que esta publicidad despertó en torno a la historia de Blythe y el éxito alcanzado por la obra de Gina Garan, se ven reflejados en el incremento inmediato del precio de las antiguas Kenner, subastadas a través de portales de Internet. Su precio se incrementó de 35 a 350\$ inicialmente, llegándose a superar los 1.000\$ conforme avanzaba la campaña. Conocedores de la demanda popular y las expectativas generadas nace, en junio de 2001 y gracias a la cesión, por parte de Hasbro⁶, de los permisos para su fabricación en Asia y Oceanía a CWC, la primera Neo Blythe, llamada Parco en honor a su patrocinador.

La venta de la Parco Limited Edition⁷ fue tan exitosa que se dice que las muñecas se agotaron en tan sólo una hora⁸. Desde entonces se han diseñado y comercializado un total de 104 Neo Blythe: 5 más en el mismo 2001, 9 en el 2002, 13 en el 2003, 15 en el 2004, otras 15 en el 2005, 17 en el 2006, 22 en el 2007 y por el momento 7 en los cuatro meses que han transcurrido de este 2008. Aunque existen sutiles diferencias en los cuatro moldes que en estos años han servido de base para las Neo Blythe (BL, EBL, SBL y RBL), la cabeza actual sigue siendo una fiel reproducción de la originaria.

Conmemorando el aniversario de su re/nacimiento se celebran cada año en Tokyo

numerosos eventos, entre los que se incluyen exposiciones, subastas benéficas y concursos de fotografía y diseño. Que Blythe es un fenómeno social lo demuestran cientos de páginas y foros en Internet creados para compartir sus fotografías. Imagen de varias campañas publicitarias posteriores a la de PARCO —como la de Walkman Sony a nivel internacional o la de Babaria en España este mismo año— ha sido también musa de importantes diseñadores de moda, como Donna Karan, Gucci, Dolce & Gabbana, Dior, Valentino o Prada entre otros, e inmortalizada, de nuevo a través de las fotografías de Gina Garan, en el catálogo fotográfico Blythe Style⁹.

Blythe, esta muñeca con historia, se reconoce actualmente más japonesa que americana. La Neo Blythe es manufacturada gracias a la colaboración con la compañía de juguetes TAKARA TOMY —que lleva a cabo la fabricación y distribución— y tanto su diseño conceptual, como el de todos sus elementos —diseño de moda, accesorios, embalajes, etc.— así como el marketing, la publicidad y la organización y desarrollo de eventos en torno a ella, corresponden a los directores creativos del equipo de CWC conocido como Junie Moon¹⁰.

Junko Wong afirma: *“Many people say, that Blythe originated in the US but I think different. I think she was recreated and by adoption brought into Japan and is more Japanese now than American. I think, even if she had been given her second chance in the US she would not have become the phenomenon she is now nor would dolls have become one of the important object of art of pop culture of the 21st century. After Blythe was introduced back into society, many dolls followed, but she is the one with the history.”*

Japonesa o no, lo cierto es que en el 2004 Ashton Drake Galleries consiguió la licencia para su fabricación en Estados Unidos, pero las conocidas como ADG Blythe, más preocupadas si cabe en mantener la estética originaria de las Vintage, no llegaron a alcanzar la repercusión y éxito de sus familiares en Japón.

1 Prestigioso estudio americano de diseño de juguetes, responsable de la creación de numerosos muñecos durante los años 60 y 70.

2 Para más información visitar la página web: www.changeableblythe.com

3 “Q&A” En **What’s Blythe. Blythe Doll**. Web oficial de la muñeca Neo Blythe: www.blythedoll.com

4 CWC —establecida en Tokyo desde 1991— y CWC International —establecida en New York desde 1999— es una agencia japonesa que representa internacionalmente a diversos ilustradores, diseñadores gráficos y fotógrafos: www.cwctokyo.com y www.cwc-i.com

5 Garan, G.: This is Blythe. Editorial Chronicle Books. California, 2000.

6 Hasbro Inc.: Compañía de juguetes americana que consiguió la licencia de Blythe a mediados de los 80.

7 Edición limitada de 1.000 muñecas de venta exclusiva en los grandes almacenes PARCO.

8 Garan, G.: "Blythe History" En su página web oficial: www.thisisblythe.com

9 Garan, G.: Blythe Style. Editorial Chronicle Books. California, 2005.

10 El equipo de Junie Moon, encabezado por la propia Junko Wong, está compuesto por diseñadores gráficos, ilustradores, diseñadores de moda, fotógrafos, vídeo creadores y animadores.