

De mirada sesgada. La muñeca Blythe y el gusto contemporáneo

Federico López Silvestre

María Álvarez Cebrián

This is Blythe

Se llaman Blythe y son algo más que muñecas. Son el síntoma de un cambio de paradigma, el reflejo de un cambio de gusto que marca una nueva era, una era que ya no hará distinciones claras entre el arte genuino y el arte de masas.

La primera generación de muñecas Blythe, la nacida en 1972, ha sobrevivido en algún armario o gracias a coleccionistas que le han dedicado un espacio y han rastreado su historia. La mayoría de nosotros la hemos conocido hace poco, en algún foro de internet o en alguna tertulia curiosa. Sus diseñadores, Marvin Glass, Rouben Terzian, Gordon Barlow y Alison Katzman, habían pensado en crear una muñeca destinada a un público infantil. La caracterizaron con unos inmensos ojos dulces que podían cambiar de color mediante un mecanismo que la campaña publicitaria de los años 70 mostraba. Que un año después la Blythe dejase de fabricarse se debió al temor que infundió entre los niños su enorme cabeza y aquellos grandes ojos –que pasaban del naranja al rosa y podían mirar de soslayo¹.

Su historia continúa de la mano de coleccionistas o aficionados que, después de que dejase de producirse, cultivaron el gusto por las primeras Blythe como objetos raros y curiosos. Es la era de la “Vintage” Blythe, término inglés de origen agrícola que significa vendimia o cosecha y que se utiliza en el mundo del coleccionismo para hacer referencia a lo que, siendo viejo pero de origen respetado, pasa a ser considerado algo con solera, de calidad y hasta clásico

Los trabajos de Gina Garan marcan un punto de inflexión en la trayectoria de nuestra muñeca. La fotógrafa estadounidense pasó un año fotografiándola durante sus viajes. Como resultado de sus esfuerzos, en el año 2000 editó un libro titulado *This is Blythe* en el que narraba esos recorridos a través de las fotografías.

Tras la publicación del libro, la empresa japonesa Cross World Connections, dirigida por Junko Wong, decidió relanzarla y crear las que hoy se conocen como “Neo Blythe”. La campaña publicitaria del año 2000 de Parco Limited Edition resultó ser un gran

¹ “whatsaboutblythe@” <<http://www.blythedoll.com/eng/whats/aboutblythe/index.html>> 15 Septiembre, 2007.

éxito que convirtió el juguete en un nuevo objeto de culto dirigido, ya no tanto a un público infantil, como a adolescentes, adultos y coleccionistas. Desde entonces sus ventas se han disparado, abriendo su mayor mercado en EEUU y Japón. La mayoría de ellas se encuentran en gran parte de Asia, Inglaterra, Canada, Nueva York, Australia, pero también en España.

Redescubierta como pieza de coleccionismo, como modelo fotográfico o como referente artístico, la Blythe es ahora, de manera consciente, un producto creado, producido y manipulado con finalidad estética, sobre todo desde que diseñadores como Issey Miyake, Chisato Tsumori y Hysteria Glamour dedicaron parte de su colección a esta modelo². No en vano, su evolución y la pasión que desata, primero entre coleccionistas y después entre artistas, deja trasnochado uno de los debates culturales y filosóficos más polémicos de los últimos treinta años. Veamos por qué.

Ni apocalíptica, ni integrada

Decíamos que nació en Chicago en 1972. Volvamos entonces a los setenta: crisis del petróleo, trágicos Juegos Olímpicos en Berlín, fin de la Guerra del Vietnam, comienzo de la transición española, muerte de Picasso, desarrollo de la psicodelia... En resumen, la vida. El diseño de la primera Blythe tiene mucho de la juventud de su tiempo: rebelde e ingenua a la vez. Pero, ¿encajan sus formas y el placer que suscita entre los coleccionistas con la teoría estética del momento? Ridícula cuestión. Casi tan torpe como preguntar si el vuelo de los jilgueros en abril depende del método del ornitólogo que los estudia. De hecho, ¿cuál fue la obra más importante e influyente en la teoría estética de los años setenta? Sin duda, la *Teoría estética* de Adorno³. Deslumbrante, compleja, reflejo fiel de ese arte en el que ya “nada es obvio”. Pero, más allá de sus acertadas “iluminaciones”, ¿qué defiende Adorno? ¿Defiende algo que tenga que ver con el gusto por la Blythe o con las creaciones de su tiempo? Si nos ceñimos a las elites, al arte de vanguardia, al teatro, a la literatura y a la música más sofisticados, obviamente se muestra tolerante e, incluso, satisfecho. Los nombres de Beckett, Schoenberg y Joyce se adaptan a sus páginas con naturalidad, como los carísimos guantes de guipure de Flandes a la piel tersa e incorrupta de Eugenia

² “blythehistory@” <http://www.thisisblythe.com/blythe_history.php> 15 de Septiembre de 2007.

³ V. ADORNO, Theodor: *Teoría estética*, Madrid, Ed. Akal, 2004, original alemán de 1970.

Grandet. Pero, ¿qué decir de lo cotidiano, de las creaciones y las estéticas pop, de la muñeca Blythe, de la psicodelia, en definitiva, del mundo que se encontraba Adorno al salir a la calle? Como es sabido, pensaba que era un mundo falso, sembrado de atractivos falsos, de falsos espectáculos y de corruptos placeres; pensaba que, en ese mundo, todo placer debía ser despreciado, y pensaba, también, que todos aquellos que, como en la cultura de masas, buscasen en el arte algún tipo de placer fácil, para el cuerpo, debían ser tildados de simples burgueses, mediocres títeres de la sociedad de consumo⁴. No podemos evitar preguntarnos qué habría dicho Nietzsche si hubiese leído a Adorno. Sin duda, el joven Nietzsche, el tardo-romántico, se quedaría indignado. Pero las palabras más duras saldrían de boca del maduro, del vitalista, del autor de *La genealogía de la moral*. Éste intuiría al asceta que se ocultaba detrás del escritorio de Frankfurt. ¡Despreciar el placer! ¡Reducir el arte a la abstracta idea de libertad! Como si la política pudiera prescindir del arte. Como si el ser humano pudiera prescindir del placer.

¿De dónde procede el error de Adorno? ¿En qué se apoyaba para establecer semejante diferencia entre lo genuinamente artístico y lo popular y corrupto? Efectivamente, se apoyaba en la estética kantiana, esa estética que predicaba la diferencia entre un placer artístico autónomo, puro y hasta intelectual, y un placer corporal despreciable, animal, en absoluto estético. A decir verdad, Adorno comenzaba criticando ciertos aspectos de la teoría kantiana del desinterés. Sin embargo, enseguida pasaba a defender y glorificar otros: “Kant fue el primero en alcanzar el conocimiento, que desde entonces no se ha perdido, de que el comportamiento estético está libre del apetecer inmediato; Kant arrebató el arte a la banalidad codiciosa que una y otra vez lo toca y prueba [...]. La separación de la esfera estética respecto de la empírica constituye el arte”⁵. En estas y otras frases, Adorno establece la conocida polaridad entre arte genuino y arte mercantilizado o de masas. Las características del segundo se pueden resumir en seis puntos: (1) espíritu sensual o empírico; (2) arte placentero; (3) modo de producción mercantil, condicionado, retribuido y codicioso; (4) gusto por la seriación, la estandarización o la homogeneidad; (5) carácter frívolo, superficial, de mero entretenimiento, tendente a lo espectacular, y (6) preferencia por lo obvio o lo

⁴ Id., pp. 24 y 25.

⁵ Id., pp. 21 y 22.

explícito. A continuación, deduciéndolas de la negación del mundo alienante y propio del arte mercantilizado en el que vivimos, Adorno establecía las características del arte genuino: (1) espíritu abstracto y distanciado; (2) arte negativo, resistente y hasta displacentero; (3) modo de producción libre y desmercantilizado; (4) gusto por la originalidad; (5) carácter crítico, profundo, y (6) preferencia por lo enigmático o lo obtuso.

Obviamente, sería difícil que Blythe aprobase el exigente examen que imponía Adorno a todos los productos y actividades que pretendían acceder al selecto club del arte genuino. En todo caso, ¿aprobaría algún objeto o acción ese examen? Se nos ocurren numerosos argumentos para cuestionar la teoría estética de Adorno. En primer lugar, cabe plantearse si realmente es tan clara la diferencia entre arte auténtico y arte de masas. En otras palabras, ¿tenía sentido a fines del siglo XX crear toda una estética basada en esa diferencia? Como buen filósofo de Frankfurt, Adorno establecía la separación entre ambos tipos de arte partiendo, sobre todo, de los modos de producción. Ahora bien, ¿puede alguien defender la existencia de algún arte, del tipo que sea, que no esté sometido de un modo u otro a la necesidad y a la economía? Por otro lado, el alemán trataba de separar el arte genuino de la esfera empírica y de lo sensual, pero, ¿es posible pensar algún arte prescindiendo por completo de esa esfera? El propio Adorno consciente de la paradoja respondía: "Si se extirpara la última huella de disfrute, causarían desconcierto la pregunta de para qué existen las obras de arte"⁶; y autores como H. R. Jausse aprovecharon esta falla para atacar todo su sistema⁷. En definitiva, ciertos puntos clave de la teoría del autor de Frankfurt pueden ser fácilmente cuestionados. La muñeca Blythe se vende, pero, ¿qué arte no se vende? ¿Puede el testimonio legendario de un par de artistas bohemios como Van Gogh seguir sirviendo de aval para defender que el arte genuino no obedece a las leyes del mercado? ¿Es que ya nos hemos olvidado de cómo le gustaba vender a Picasso? Por otro lado, la muñeca Blythe suele tener colores llamativos, suscita sentimientos corporales y primitivos, pero, ¿acaso no es propio de todo arte provocar reacciones corporales? O, más moderadamente, ¿acaso no es producido el arte con los sentidos y para los sentidos?

⁶ Id., p. 25.

⁷ V. JAUSSE, Hans Robert: *Pequeña apología de la experiencia estética*, Buenos Aires, Paidós, 2002, pág. 34 y ss., original alemán de 1972.

Volviendo a Adorno, no cabe duda que establecer prioridades debe ser el principio de toda escala de valores y de toda crítica. Sin esas prioridades no hay crítica y sin crítica hablar de arte se reduce a mera descripción. En otras palabras, el talante del filósofo de Frankfurt, no sólo debe ser respetado, sino que nos sigue pareciendo el único aceptable. De hecho, aunque el marco general de su investigación sea cuestionable, algunas ideas que maneja sobre el arte genuino resultan verdaderamente sugerentes a la hora de establecer el valor de “cualquier tipo de obra”, sin necesidad de referirse sólo a lo auténtico frente a lo mercantilizado. Si los reproches que le lanzan teóricos como Hans Robert Jauss en relación con su manifiesto ascetismo están absolutamente justificados, las críticas que suscita en ensayistas tan leídos como Noël Carroll nos parecen hartamente cuestionables. He aquí el otro modelo: frente a Adorno– el gran defensor del “arte genuino”, Carroll– el gran defensor del “arte de masas”. ¿No seguimos aquí atrapados en una ridícula trampa para osos? En efecto, no sólo es que las críticas de Carroll contra Adorno estén mal argumentadas⁸; es que, de hecho, sus propuestas a favor de la separación del arte de masas de todo lo demás no resultan convincentes.

Una teoría que trata de refutar Carroll sostiene que, en realidad, no hay diferencia sustancial entre arte genuino y arte de masas, y que la separación entre ambos mundos es meramente nominal y sólo obedece a intereses de clase. El filósofo analítico arguye que, de ser cierta esa idea, todavía tendríamos que mostrar los rasgos formales que permiten a los agentes sociales identificar las obras apropiadas a su *status* para que estas pudiesen cumplir su función de diferenciación de clase. Por eso, Carroll considera que, de un modo u otro, es posible distinguir ambos tipos de obras. Su teoría aparece resumida en el siguiente apartado: “*X* es una obra de arte de masas si y sólo si: (1) *x* es una obra de arte tipo, (2) producida y distribuida por una tecnología de masas, (3) intencionalmente concebida para inclinarse hacia las decisiones que prometen la accesibilidad al mayor número de personas sin instrucción”. Consciente de que, gracias al *Pop art* y a otras manifestaciones como la novela del siglo XIX, la barrera no está clara, más adelante añade: “no me opongo a que una obra de arte

⁸ Su teoría de que el error de Adorno deriva de una mala comprensión de la filosofía de Kant puede ponerse en duda sólo con leer a Kant. V. CARROLL, Noël: *Una filosofía del arte de masas*, Madrid, Antonio Machado, 2002, pp. 99-102, original inglés de 1998.

elevado pueda ser una obra de arte de masas”⁹. Perplejidad en el foro. Al fin y al cabo, ¿para qué hace falta una teoría del arte de masas de trescientas cincuenta páginas si, al final, el arte elevado puede ser una obra de arte de masas? De hecho, el problema también se da a la inversa: ¿no hay rasgos del arte elevado que podemos encontrar en el arte mercantilizado? Y, de ser así, ¿dónde están esos límites tan claros?

Exactamente a este punto queríamos llegar con la larga disquisición filosófica precedente. El propio Carroll, después de hacer un esfuerzo ímprobo por distinguir el arte de masas del elevado, introduce una serie de capítulos en los que se pone de manifiesto que el arte mercantilizado posee o puede poseer valores estéticos, políticos y morales encomiables, profundos y sólo aparentemente superficiales. En este sentido, la caracterización que establece del arte de masas como arte “accesible”, “fácil” o “comprensible”¹⁰, puede ser refutada con los propios datos que maneja el autor. Que muchos productos generados por la industria sean “fácilmente comprensibles”, no quiere decir que todos lo sean. De hecho, la teoría del arte de masas como arte fácil y accesible resulta tan fácilmente cuestionable como la teoría adorniana del arte elevado como arte libre y desmercantilizado. Esto, no sólo se descubre viendo *Ciudadano Kane* de Orson Welles. También la Blythe y, más concretamente, la Blythe *customizada*, lo pone de manifiesto.

De ser ensayista, la Blythe no estaría, ni con los apocalípticos, ni con los integrados. Ella misma posee rasgos del arte de masas y del arte genuino, por lo que desmiente el esfuerzo teórico de aquellos que tratan de distinguir con claridad ambas manifestaciones. Su mera existencia es prueba del carácter teórico y escasamente aplicable de las tesis de Adorno y Carroll. El segundo denomina “eliminativistas” a aquellas teorías que cuestionan los límites claros entre el arte mercantilizado y el arte genuino. Trata de refutarlas enfrentándose a artículos y libros de talante sociológico escritos por profesores de universidades anglosajonas y francesas¹¹. En todo caso, ¿dónde se quedan los argumentos de Carroll cuando se presenta un caso práctico? ¿Qué puede argumentar un filósofo que trata de demostrar que todos los cisnes son blancos cuando, sin previo aviso, se da caza a un cisne negro?

⁹ Id., pp. 196 y 197.

¹⁰ Id., pp. 212 y sg.

¹¹ Id., pp. 158 y sg.

La Blythe como cisne negro

Mitad genuina, mitad de masas, juguete fabricado en serie, pero entidad ambigua y enigmática, manifiesto a la originalidad y a la diferencia con estructura de plástico: la historia de Blythe explica por qué mucha gente hoy en día considera plausible tratar el mundo de los juguetes, las muñecas, el diseño industrial o la moda, como arte o, simplemente, como un fenómeno genuinamente estético; en otras palabras, explica por qué muchas personas ven forzadas las tradicionales fronteras entre lo libre y lo mercantilizado, lo artístico y lo popular¹². A pesar de fabricarse en serie, la originalidad, la inevidencia y el enigma son rasgos propios del fenómeno Blythe. Para descubrirlo, conviene ponerla en contexto, comparando su aspecto y evolución con la de las muñecas que la precedieron.

Sin duda, la muñeca actual es un producto de fábrica. Paralelamente a la revolución industrial, se produce un desarrollo formidable en su producción, pasando de lo artesanal a la producción industrial. Aparecen en el XVIII las primeras muñecas con bocas y ojos que se abren y cierran o con dientes en vidrio. Algunas caminan, otras mandan besos¹³. Famosas son las de la marca francesa Jumeau. Otras casas como la Gaultier, la Bru en Francia; la Montanari en Inglaterra y la Kämmer & Reinhardt en Alemania inauguran una nueva etapa. Aunque su difusión se inició con la industrialización en el setecientos, su desarrollo completo tiene lugar en el ochocientos, con juguetes que empiezan a mostrar considerable ambigüedad en los rostros, reflejando lo monstruoso, lo siniestro y lo neurótico propio de la naturaleza humana¹⁴. La representación de caracteres es significativa si la ponemos en relación con el primer libro escrito por G. S. Hall & C. A. Ellis, bajo el título de *A Study of Dolls* (1896), que estudia la psicología del juego con muñecas. Desde entonces la muñeca ha sido considerada como un instrumento de análisis psicológico. En 1851 se celebra en

¹² Para evitar malentendidos, diremos que lo que aquí se defiende no es un planteamiento esencialista y agrupador del arte a la manera de Novitz (NOVITZ, David: *The Boundaries of art. A Philosophical Inquiry into the Place of Art in Everyday Life*, Philadelphia, Temple University Press, 1992), es decir, una filosofía que sustituya las teorías ontológicas del arte genuino de Adorno y del arte de masas de Carroll por una teoría general e igualmente ontológica y esencialista del arte en general. A lo que aquí aspiramos, únicamente, es a presentar razones por las que mucha gente considera hoy plausible llamar a la Blythe arte, sin ver con claridad esos límites entre alto y bajo, o libre y mercantilizado, a los que las teorías académicas nos tienen acostumbrados. En este sentido, nuestra posición está más próxima a la mantenida por LIGHT, Andrew & SMITH, Jonathan (eds.): *The Aesthetics of Everyday Life*, New York, Columbia University Press, 2005.

¹³ V. GICCA PALLI, Fulvia: *La bambola. La storia di un simbolo dall'idolo al balocco*, Firenze, Convivio/ Nardini Editore, Firenze, 1990. Sobre el simulacro, véase: STOICHITA, Victor I.: *Simulacros. El efecto Pigmalión: De Ovidio a Hitchcock*, Madrid, Siruela, 2006.

Londres la primera Exposición Internacional de muñecas, destacando sobre todo la producción de Madame Montanari que reproducía en sus modelos las edades de la vida femenina. Esta exposición pondría en valor, por primera vez en la historia, a la muñeca como un objeto de gusto, de costumbre, que comienza a ser estudiado y valorado por coleccionistas que analizan y catalogan los distintos tipos. De esta época es la gran colección de la reina Victoria de Inglaterra, con ciento treinta y cuatro muñecas, vestidas personalmente por ella misma, que hoy forman parte de los fondos del Victoria and Albert Museum.

A principios del siglo XX la producción se dispara con la introducción del plástico, el caucho y la goma, que sustituirán a los materiales anteriores, permitiendo una gran producción a bajo coste. Esta moderna muñeca, no tiene como principal destinatario a un público adulto, hasta ahora presente en ese mundo de las muñecas, sino el mundo de la infancia. Entre las más conocidas está la Mariquita Pérez, de origen español, que nació en 1949 de la mano de Leonor Coello y Bernabé Molina. En todo caso, la gran protagonista del siglo XX será la Barbie, ideada por Ruth Handler en 1959, inspirada en una muñeca alemana, llamada Build Lili, recreación de un personaje de comic para adultos¹⁵. La Barbie, una muñeca moderna, sofisticada, sensual, había entrado en escena trece años antes que la Blythe. Durante la primera etapa de la vida de la Blythe ambas convivieron. Pero mientras que la Blythe mostraba una muñeca dulce pero extraña, sin identidad sexual, sin rasgos fisiognómicos que remarcasen su potencial erotismo, Barbie conformaba una identidad sexual clara, evidente, superficial e hiperreal, a través de una construcción corporal artificial¹⁶. Se adaptaba a la moda, a la sociedad, a los modelos de belleza que se iban imponiendo, y consolidaba el *look princesa*, de estrella, delgada, guapa, rubia, con dinero, novio, familia y amigos. Todo un estereotipo que reflejó los valores e intereses de las niñas norteamericanas¹⁷. La exaltación de estos ideales de belleza, juventud, riqueza y fama a través de una imagen plástica congelada revela la nueva poética narcisista que, en el siglo XX, se concentra

¹⁴ CREGO, Charo: *La muñeca, el maniquí y el robot en el arte del siglo XX perversa y utópica*, Madrid, Abada editores, 2007, p. 19.

¹⁵ El personaje de Lili fue creado por Reinhard Beuthin para el periódico *Bild Zeitung*. SOLORIO DÍAS, M^a Marta: "Cultural Aspects Of Barbie® Doll Advertising" en *About Culture*, Elisabeth Woodward Smith Ed., 2004, p. 422.

¹⁶ SHAFFINO, Irene: "Cuerpo de Cyborg" en *Representaciones y simulacros del cuerpo femenino. Tecnología, comunicación y poder*, Sevilla, Arcibel Editores, 2004, p. 211.

¹⁷ SOLORIO DÍAZ, M^a Marta: "Cultural Aspects of Barbie® Doll Advertising" en *About Culture*, Elisabeth Woodward Smith Ed., 2004, p. 416.

en la reflexión sobre el sujeto consigo mismo y sobre su propio cuerpo a través de una imagen. Este mecanismo de identificación, que en la Barbie parte del rol sexual de un modo evidentemente ramplón, podemos aplicarlo a la Blythe con matices muy diferentes.

Cuando, siguiendo el modelo de productos estereotipados como la Barbie, en los años setenta se lanza al mercado por primera vez la Blythe, ésta no tuvo el éxito esperado. Sin embargo, tras su relanzamiento en el siglo XXI, se ha instaurado y consolidado en el mercado. Por un lado, su éxito se debe al destinatario, pues ha dejado de ser sólo un objeto lúdico pensado para un público infantil y ha pasado a ser un objeto de culto entre adultos, un juguete complejo. Por otra parte, el reclamo del estereotipo, la homogeneidad y la seriación, ha mudado hacia la mayor versatilidad de la imagen de la muñeca que se transforma y se adapta a los gustos estéticos del propietario, como una forma de espejo del yo.

Aquella desproporción singular de su cabeza, que nacía para adaptarse a las necesidades del embalaje, ahora cautiva y antes no¹⁸. Sus ojos de colores, su pelo largísimo, funcionan como un reclamo de lo exclusivo, lo extraño, lo original. Pueden peinarse, maquillarse, vestirse, y mirar como personas. La individualidad, llevada a su extremo, nos da como resultado una muñeca susceptible de ser *customizada*. Como si se tratase de un juego consigo misma, la muñeca se convierte en el otro, un espacio en el que se recrean aspectos del propietario, en el que se hace efectiva la búsqueda del yo con la ayuda de algo personal pero ajeno. Se trata de un verdadero *alter ego*. Esta relación intensa, de complicidad, de ambivalencia, es nueva, es el juego privado de la proyección: lo más parecido a la originalidad – ella es uno mismo, pero no lo que uno es, sino lo que uno querría ser– y lo más distante de la producción en serie que se pueda concebir.

En este sentido, aunque hablar de construcción de identidades a través de una muñeca de plástico puede parecer extremo, sin embargo, el gran atractivo de la Blythe reside en esa capacidad de personalización. Por un lado, los diseñadores juegan con la idea manida de la construcción de una identidad estereotipada, que reproduce tipos sociales o profesiones, pero partiendo de una estética extraña. Por otro, los

¹⁸ Originalmente la muñeca fue concebida para tener un cuerpo proporcional a la cabeza, pero por cuestiones de *packaging* el tronco y las extremidades debieron ser reducidos, conservando la cabeza en el tamaño original previsto. [whatsqa@ <http://www.blythedoll.com/eng/whats/qa/index.html>](http://www.blythedoll.com/eng/whats/qa/index.html) 15 Septiembre, 2007.

coleccionistas le imprimen un sesgo transformista, individualizador, a través de la introducción de multitud de complementos y sobre todo a través de la *customización*. Estas dos dimensiones, la del creador y la del propietario que la transforma, interaccionan.

El mercado de Blythe se disputa principalmente entre Japón y EEUU. Estos dos modelos de consumo dejan entrever dos esquemas de adaptación al mercado. Por un lado, y como otras muñecas, Blythe reproduce estereotipos que consiguen, a través de la reproducción de esquemas sociales y roles preestablecidos, la identificación *facilona* de los consumidores. Se presenta como una indígena caracterizada al modo tradicional, –como en el caso de la japonesa–, reproduciendo roles sociales –como ejecutiva, hippie, ama de casa–, o identificándose con todo tipo de profesiones o actividades – de azafata o camarera a deportista o estrella del rock –. Cada uno de estos roles sociales extractados de la realidad corresponden a una forma de imitación de la vida cotidiana pensados para que la muñeca pueda reproducirla. Sin embargo, frente a eso, aparece la Blythe *customizada*, individualizada, que cobraría más interés entre los consumidores occidentales por su adaptación al individuo. ¿Cuál de los dos valores prevalece? Ambos se solapan, sin duda. Pero es interesante observar como se desarrolla el fenómeno en dos mercados tan distintos.

El pensador Michitaró Tada¹⁹ ha estudiado el fenómeno de la imitación en el arte y su construcción en la sociedad japonesa, llegando a la conclusión de que existen dos modos de entender la imitación: frente a la que llama “la sociedad del cálculo”, que se podría identificar con la sociedad Occidental inigualablemente representada por EEUU, se encuentra la “sociedad del caos”. La primera es una sociedad en la que cada individuo tiene una apariencia que lo distingue de los otros, frente a la sociedad del caos, en la que el “yo” se vuelve indistinguible del “otro”. Este sentido de la imitación, que para un occidental supone la pérdida de toda originalidad, es aceptado en Japón como una voluntad de parecerse “exactamente” al otro que genera la pérdida del yo. En este sentido, la identificación con roles, actitudes o “personajes tipo” de la vida cotidiana, explicaría el enorme éxito que estas muñecas están teniendo en Japón. Por el contrario, el gran atractivo de esta muñeca, en el mundo Occidental, lo que la hace

¹⁹ Antropólogo, crítico literario y catedrático del Instituto de Estética de la Vida de la Universidad de Mukogawa, Tada es un estudioso de la cultura japonesa. TADA, Michitarò: “Hacer mímica I. La imitación versus la originalidad” en, *Gestualidad Japonesa*, Buenos Aires, Adriana Hidalgo Edit., 2006, p. 21.

“original”, es precisamente su capacidad de adaptación a las necesidades particulares y subjetivas del individuo. Lo vemos cuando visitamos los blogs y las páginas web oficiales dedicadas a la muñeca, en donde, se reproduce su vida, sus viajes, sus conciertos por el mundo. Escribe un diario para nosotros, construye una realidad para ser algo más que un artefacto, esto es, se reinventa. Por lo demás, este modo cultural de consumir la Blythe, pone de nuevo de manifiesto el carácter relativo y cuestionable de las tesis de Adorno y Carroll. Lo que los filósofos occidentales llaman arte genuino e identifican con lo original y personalizado, en Japón simplemente no existe.

La muñeca como objeto de inspiración artística

Otro aspecto que indica lo cuestionable que resulta la separación entre la muñeca como producto mercantilizado y el arte genuino, es lo sugerente que este producto ha resultado para los artistas como objeto de inspiración. Como se descubre en la exposición, la Blythe ha suscitado mucho interés entre artistas y creadores. Pero lo cierto es que el fenómeno puede rastrearse desde, al menos, el siglo XVIII. En la plástica encontramos pinturas con referencias a muñecas en algunas obras de Goya, (*El peleele*, 1791-1892) y en algunas escenas de la pintura del rococó. Aunque pintores simbolistas como Moreau o Redon se acercaron a esta temática de la muñeca, sus figuras de sirenas, bailarinas pretendían sobre todo establecer los límites entre lo humano y lo animal. Encontramos otro ejemplo a finales del siglo XIX en uno de los cuadros de Degas conocido como *Retrato de un pintor en su taller* (1878), hoy en el Museo Gulbenkian de Lisboa, en el que se retrata la figura de una muñeca echada sobre el suelo, apoyándose sobre la pared del fondo. Vestida para ser retratada, con guantes y sombrero, su carácter inanimado genera extrañeza e inquietud.

A partir de mediados del siglo XX, quizás más que hablar de muñecas, durante este tiempo, deberíamos referirnos a un tipo concreto, el maniquí, que nace como un ser deshumanizado, que se convierte en un símbolo de la situación de crisis que se vive en el contexto de la Primera y Segunda guerra mundial. En la obra de autores como De Chirico, donde los maniqués a partir de 1917 son los protagonistas de un ambiente enigmático y metafísico, y sobre todo de George Grosz, “el maniquí acaba

convirtiéndose en el signo de abatimiento y melancolía por una humanidad perdida”²⁰. Sin rostro, los muñecos nos hablan de la crisis de identidad del hombre. Otro de los ejemplos donde reaparece el mismo tipo de objeto es en la pintura de Carlo Carrà. En *La musa metafísica* de 1917 un autómata futurista propugna la vuelta a un mundo sencillo alejado de lo tecnológico. En este mismo contexto George Grosz pinta los que se conocen *Autómatas republicanos*, (1920), maniqués, verdaderas marionetas de la sociedad que deambulan por paisajes urbanos, y que hablan de la pérdida de identidad del sujeto.

Durante el segundo tercio del siglo XX, la muñeca, en su variante maniquí, fue sobre todo utilizada como un elemento de crítica social. Pero el referente creativo de las muñecas no termina aquí. El arte se ha apropiado de la muñeca para hacer de ella un fetiche. Primero Kokoschka, y años más tarde Bellmer, crearon una muñeca, de tamaño real, con la que tratarían de sustituir la identidad original de su referente: en el caso de Kokoschka su amada Alma Mahler; en el caso de Hans Bellmer la añorada mujer-niña. En realidad la muñeca de Kokoschka no fue creada propiamente por él, sino encargada a una famosa diseñadora de muñecas, Hermine Moos, que recibió durante el proceso de producción todo tipo de indicaciones del artista. De la obsesión por ajustarse lo más fielmente posible al natural han nacido gran parte de los dibujos de este artista sobre Alma Mahler, que reproducen posturas, gestos e incluso texturas pensadas para ser reproducidas por el objeto creado. En 1919 la muñeca, de tamaño natural, decepciona tanto al artista que termina por deshacerse de ella años más tarde. La obsesión por el fetiche que sustituye a la realidad también aparece en la conocida obra de Hans Bellmer titulada *La Poupée* que se inspira en las muñecas diseñadas por su amiga Lotte Pritzel. Se trataba de una figura en madera articulada de algo menos de metro y medio. La primera versión de 1934 fue modificada unos años después, y se dio a conocer por medio de fotografías que retrataban a la muñeca en posiciones sugerentes, a medio camino entre la lascivia y la sensualidad. Las fotografías se hicieron famosas a partir de su publicación en la revista *Minotaure*²¹, que las dio a conocer entre los surrealistas. Su belleza genera un cierto malestar, inquietante que muestra la pulsión irrefrenable del deseo escabroso y degradante

²⁰ CREGO, Charo: *La muñeca, el maniquí y el robot en el arte del siglo XX perversa y utópica*, Madrid, Abada editores, 2007, p. 27.

²¹ *Minotaure*, nº 6, Octubre de 1934.

propio de un fetiche. Continuando en esta línea podemos encontrar ejemplos en artistas como Duchamp y su famosa instalación *Étant Donnés* (1946-66) en la que reproducía la figura de un desnudo de mujer, recostada, con un paisaje con cascada de fondo. La observación de este cuerpo, echado sobre la hierba de manera lasciva y un tanto violenta, debía hacerse a través de dos agujeros abiertos en una puerta. Esto mantenía alejado lo que en realidad era una muñeca, objeto de deseo inalcanzable. En el contexto Dadá destacan muñecas como las *Dada-Puppen* (1920) de Hanna Höch, fabricadas con trapo o uno de los más famosos maniqués, o *El arcángel prusiano* (1920) de John Heartfield y Rudolf Schlichter. También los surrealistas las utilizaron de una forma casi obsesiva, tal como se desprende de la serie de fotografías de Man Ray sobre los maniqués de *Le rue surréaliste* de 1938.

Si en la obra de Duchamp se advierte la lascivia y lo siniestro, será con Cindy Sherman cuando la muñeca se convierta en algo abyecto. En la serie fotográfica *Sex pictures*, Sherman presenta como protagonistas a muñecas o maniqués, mostrando, como ya lo había hecho Bellmer en los años treinta, sus articulaciones, desmembramientos, juntas y mutilaciones. Obras como *Sin título# 250*, 1992 o *Plate 146 Untitled # B15*, 1995, son ejemplos del carácter transgresor y de la violencia repulsiva que genera ver los cuerpos de muñecos fragmentados. Los órganos sexuales desubicados consiguen provocar verdadera repulsión en el espectador. En esta misma línea de juego con el maniquí y el sexo, encontramos obras de los hermanos Chapman como *Zygotic acceleration, biogenetic de-sublimated libidinal model*, 1995. En todo caso, ahora se enfatiza el carácter grotesco y superficial.

Como objeto artístico, la Blythe, aparece en escena en exposiciones como "Blythe by Gina Garan", "Behind Blythe" o "LEELE" en Nueva York, Canadá y Tokio. Pero si de alguna forma se dio a conocer al mundo fue precisamente por funcionar como modelo y objeto de inspiración artística. En el año 2000, con la publicación del libro de fotografías de Gina Garan titulado *This is Blythe*, la muñeca volvía a escena.

Prácticamente nadie la conocía. Aparecía retratada, posando como modelo en diferentes actitudes y roles a lo largo de la geografía de ciudades conocidas. El encanto de la muñeca y la calidad de las fotografías de Garan consiguieron despertar su interés. Apareció un primer género artístico interesado en ella. Con su reedición y la vuelta al mercado, el fenómeno de la reproducción fotográfica, en el que la muñeca

funcionaba como modelo, empezó a tener auge. Tanto, que hoy en día, existen foros de intercambio de fotografías como “Vidas de plástico”²², en el que fotógrafos y aficionados le dedican reportajes fotográficos completos. Pero las Blythe no sólo inspiraron el campo de la fotografía. Otro de los ámbitos en los que ha destacado es en el diseño de alta costura. Diseñadores internacionales como como Issey Miyake, Chisato Tsumori y Hysteria Glamour han creado algún modelo exclusivo para adaptarlo a ella. Otro de los libros de Gina Garan, titulado *Blythe Style*, recoge algunas fotos de las muñecas vestidas por firmas exclusivas como Gucci, Prada, Dolce & Gabbana, Dior, Valentino o Sonia Rykiel. La colaboración entre la empresa que fabrica las muñecas y el mundo de la moda consigue una mayor publicidad para las marcas y genera ediciones exclusivas como la *Courtney Tez by Nike* (2002), la *Roxy baby*, o la *Tommy February Blythe*.

Como vemos en la muestra *Yo, Blythe. Vidas de plástico*, al mismo tiempo que referente para diseñadores la muñeca es objeto de inspiración para el arte actual. Nerea Pozo las utiliza como modelo en sus pinturas al óleo para presentarnos un personaje que, como en el caso de las fotografías de Gina Garan, posa como protagonista de cuadro. Opta por un acabado limpio, con colores planos, en un estilo a medio camino entre el naif, el pop y el manga, para obtener, en un tono ingenuo, lo que parecen ser escenas de una vida cotidiana. Parte de estas pinturas están pensadas para ilustrar blogs, páginas dedicadas a contar a modo de diario el transcurso de los acontecimientos personales, y que, como personaje de uno mismo, Blythe adopta. Otras artistas, como la pintora norteamericana Lisa Petrucci, siguiendo una estética muy semejante, ha mantenido como referente a Blythe para la creación de sus piezas. En definitiva, las Blythe han pasado de ser un objeto lúdico o propio de un público coleccionista, a convertirse en motivo para la plástica contemporánea. Los llamados artistas *custom* dedican horas a transformarlas cambiando su pelo, puliendo sus labios para recortarlos o agrandarlos, maquillándolas, cambiando pestañas, vestimentas, con el fin de conseguir auténticos personajes adaptados. Obras como *Elf Princess* de Neus Perales - Pícara, *Dark Queen* de Naiara Moncada - Nanuka o *Agnes* de Nerea Pozo, son ejemplos de esta tendencia. El fenómeno cuestiona los esquemas filosóficos sobre los límites entre el arte genuino y el arte de masas que

²² <http://www.vidasdeplastico.com/foro>

tradicionalmente se manejan en las academias y permite vislumbrar los derroteros por los que correrán buena parte de las prácticas y las teorías artísticas del siglo XXI.

Bibliografía:

- ADORNO, Theodor: *Teoría estética*, Madrid, Ed. Akal, 2004, original alemán de 1970.
- AZÚA, F. DE: El País: "Sólo quiero lo mejor para ti, 10/11/2005" y "Triste atraso de los avanzados", 9/12/2005.
- CARROLL, Noël: *Una filosofía del arte de masas*, Madrid, Antonio Machado, 2002.
- CREGO, Ch.: *La muñeca, el maniquí y el robot en el arte del siglo XX perversa y utópica*, Madrid, Abada editores, 2007.
- GERMANO, I.: *Barbie, il fascino irresistibile di una bambola leggendaria*, Roma, Castelvevchi, 2000.
- GICCA PALLI, F.: *La bambola. La storia di un simbolo dall'idolo al balocco*, Firenze, Convivio/ Nardini Editore, Firenze, 1990.
- JAUSS, Hans Robert: *Pequeña apología de la experiencia estética*, Buenos Aires, Paidós, 2002.
- LIGHT, Andrew & SMITH, Jonathan (eds.): *The Aesthetics of Everyday Life*, New York, Columbia University Press, 2005.
- PEREIRA RODRÍGUEZ, M^a.C: "Globalización e educación en valores. Contribuciones educativas desde o fenómeno social da Boneca Barbie" en, *Revista Galega de Ensino*, nº 47, Novembro de 2005, Santiago de Compostela, Edición Xunta de Galicia.
- SHAFFINO, I.: "Cuerpo de Cyborg" en, *Representaciones y simulacros del cuerpo femenino. Tecnología, comunicación y poder*, Sevilla, Arcibel Editores, 2004.
- SOLORIO DÍAZ, M^a M.: "Cultural Aspects Of Barbie® Doll Advertising" en, *About Culture*, Santiago de Compostela, Elisabeth Woodward Smith Ed., 2004.
- STOICHITA, Victor I.: *Simulacros. El efecto Pigmalión: De Ovidio a Hitchcock*, Madrid, Siruela, 2006.
- TADA, M.: "Hacer mímica I. La imitación versus la originalidad" en, *Gestualidad Japonesa*, Buenos Aires, Adriana Hidalgo Edit., 2006.
- VIDAL JIMÉNEZ, R.: "El poder en el cuerpo. Subjetivación, sexualidad y mercado en la 'sociedad del espectáculo'" en, VV.AA.: *Representaciones y simulacros del cuerpo femenino. Tecnología, comunicación y poder*, Sevilla, Arcibel Editores, 2004.

Páginas Web

whatsaboutblythe@” <<http://www.blythedoll.com/eng/whats/aboutblythe/index.html>> 15 Septiembre, 2007.

“blythehistory@” <http://www.thisisblythe.com/blythe_history.php> 15 de Septiembre de 2007.

“pon una blythe en tu vida” <<http://jenesaispop.com/2006/07/06/pon-una-blythe-en-tu-vida/>> 12 de abril de 2008.

<lisapetrucchi>http://www.septimovicio.com/entrevistas/11062007_entrevista_a_lisa_petrucchi/, 12 de abril de 2008.

<nerea del pozo> <http://www.nereapozo.com/>, 12 de abril, 2008.

<http://www.thisisblythe.com/>

<http://www.bonbonblythe.com/>

<http://www.myblythe.com/>

www.yo-blythe.com

<http://blythestudio.com/Gallery.html>

<http://www.puchimadam.com/index.htm>

<http://www.changeableblythe.com/>

<http://www.puchicollective.com/tutorials/>