

Art toy. Vehículo democratizador para manifestaciones artísticas emergentes

Roberto A. García Madrid ⁽¹⁾

Blanca E. López Pérez ⁽²⁾

Resumen: El Art Toy, también conocido como Juguete de Diseñador, tiene raíces a finales del siglo pasado en Asia. En el transcurso de poco más de treinta años, la oferta de piezas ha crecido notablemente y está presente en diversos países con propuestas locales, generando un nicho de mercado y un circuito especializado donde artistas, comerciantes, público y coleccionistas consumen, intercambian y legitiman la oferta cultural que emana de esta manifestación artística. En paralelo, autores e investigadores estudian y escriben sobre este fenómeno, y en las instituciones de educación superior, estas temáticas se abordan en tesis de licenciatura y posgrado.

La disciplina del diseño tiene incidencia directa en el proceso de conceptualización y desarrollo, y desde la lectura de la academia, se permite abordar las implicaciones que el mercado no considera. Este escrito busca contribuir al análisis crítico de este fenómeno desde la perspectiva Latinoamericana.

Palabras clave: Art Toy - Diseño - Arte - Arte Urbano

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 132]

⁽¹⁾ **Roberto Adrián García Madrid.** Profesor-investigador del Departamento de Investigación y Conocimiento para el Diseño, de la División de Ciencias y Artes para el Diseño en la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Azcapotzalco. Responsable del Laboratorio de Sistemas Interactivos y Eye Tracking, y miembro fundador del Área de Investigación Diseño Disruptivo.

⁽²⁾ **Blanca Estela López Pérez.** Profesora-investigadora del Departamento de Investigación y Conocimiento para el Diseño, responsable del grupo de investigación Diseño, Humanidades y Filosofía de la Cultura, y del programa de investigación Cultura Lúdica y Humanidades Digitales, de la División de Ciencias y Artes para el Diseño en la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco.

Introducción

Este escrito aborda una aproximación al fenómeno del Art Toy, desde la perspectiva general. El fenómeno ha tenido un crecimiento gradual, impulsando mercados emergentes en ámbitos culturales y sociales, además de generar un interés en la academia.

De forma general para el constructo Art Toy, se considera hacer un marco referencial al concepto coloquial de juguete, en el capítulo “Juguete, del juego a la contemplación” que trata, sobre la operación del juguete y la relación con las personas, y posteriormente se describe el proceso de transición de la función del juego a la de contemplación.

El apartado “Aproximándose al Art Toy”, refiere un breve marco histórico y los términos para describir estas piezas. En el capítulo de “Las mil y una caras”, se expone la intervención de piezas, que operan como el lienzo tridimensional para la intervención. El apartado “Apropiación de una experiencia nueva”, describe la experiencia del público ajeno. “Aproximándose a la experiencia”, describe una apropiación. En “La academia se asoma”, una breve referencia de aproximación de las universidades. Y en las “Conclusiones” se hace una reflexión sintética de los alcances del estudio al Art Toy.

Juguete, del juego a la contemplación

Desde una generalidad social, el juguete se concibe, como un objeto vinculado casi exclusivamente a la infancia del ser humano. Su función de acompañar procesos lúdicos, opera como andamiajes para el acto del juego (Loredo et al., 2005, p. 218). Para una persona en la etapa de infante casi cualquier artefacto puede operar como un juguete, como una cuchara, o un utensilio de cocina; es la intención de jugar lo que asigna el valor y la manera en que puede utilizarse el objeto. Para Levín “El juguete es un elemento inmerso en una narrativa afín al deseo del niño” (2012, p. 345). Winnicott deja entrever que el juguete puede transitar como una interfaz entre la relación de la persona y el juego, él lo denomina objeto transicional (1979, pp. 17-45).

El juguete es un vehículo para la acción del juego e independientemente de que uno sea adoptado para una acción lúdica o concebido de forma ex profeso, a lo largo de la historia se han identificado objetos utilizados con un propósito de operar como juguetes (van Uffelen, 2010, p 4).

Durante el siglo XIX surgen empresas de manufactura orientadas al mercado de juguetes en ciudades de Estados Unidos, Reino Unido, Francia y Alemania y se presenta una transición de producción artesanal a una de mayor escala. (King, 1999, p. 7).

Para la segunda mitad del siglo XX, la utilización de plásticos permitió una rápida reproducción, lo que magnifica la oferta de productos. La concepción y manufactura contemplan al contexto cultural y social de cada país, considerando un factor creciente: los medios de comunicación masiva: impresos, radio, cine y televisión promovieron temáticas como: fantasía, ciencia ficción y aventura. Historias, personajes empujaron un abanico de productos para públicos específicos lo que propició un consumo de significación entre contenido y juguetes.

Este fenómeno se captura en la serie de Netflix *The Toys That Made Us*, que narra el impacto de cine, televisión y dibujos animados, y el vínculo con la audiencia que se afianza con los juguetes (Volk-Weiss et al., 2017).

Cuando esta audiencia estaba en el segmento para menores de edad, los juguetes eran para jugar, posteriormente creció y los productos cambiaron para ser contemplados. El juego transitó a posesión y coleccionismo.

Aproximándose al Art Toy

Autores coinciden en que es Asia es donde se inicia este movimiento (Javo Javón, 2005; Phoenix, 2006; Vartanian, 2006; y Okedoki y Brautman, 2014).

En 1997 Hikaru Iwanaga, artista japonés, conocido como *Bounty Hunter* fabrica la primera figura de vinilo urbano: *Kid Hunter*, marinero en escala de grises, mezcla de estilo retro de caja de cereal e influencia punk de dibujos animados. (Phoenix, 2006, p. 52)

En 1998, dos artistas de Hong Kong, Michael Lau y Eric So presentan en la feria ToyCon, piezas realizadas con figuras de acción articuladas de 12 pulgadas, escala 1:6, de la línea *G.I. Joe* de *Hasbro*, intervenidas a lo individual. Lau realizó ajustes a la complexión, modificó altura, cambió cabezas por diseños propios y las viste con prendas de moda urbana de Hip Hop y Skate entre otros, las figuras fue inspirada en su tira de cómica de East Touch, llamada *Gardeners* (Javo Javón, 2005; Phoenix, 2006, p. 46). So, recreó a Bruce Lee, reproduciendo ropa y cambiando cabezas, logrando una gran similitud (Phoenix, 2006, p. 46)

En 1999 se legitima el juguete en la exhibición: Michael Lau Exhibition III – Gardener – Crazysmiles, en el *Hong Kong Art Centre* (crazysmiles, s.f.) El impacto provoca un interés en el público general, siendo unas de las exposiciones de más audiencia desde la apertura (Parco Art, s.f.).

Estos protagonistas formaron parte del epicentro que influye en un circuito internacional de ilustradores, artistas, y diseñadores que realizarían sus propias creaciones.

Durante la primera década de este siglo, se publicaron títulos escritos por protagonistas que vivieron el momento.

El artista australiano *Jeremy* del estudio *Jeremyville*, pionero, edita un título y responde a la pregunta ¿Qué es exactamente un juguete de diseñador?

Es un artista o diseñador que trabaja con una empresa de producción, o de manera independiente, para producir una serie limitada de una figura tridimensional “coleccionable” ... También puede ser un artista que proporciona un diseño para un molde ya existente... Más a menudo se construye con vinilo por rotomoldeo, con puntos de articulación ... como el hombro, la mano y la cintura, pero también ahora en otros materiales como juguete de peluche ..., tela, plástico, moldeo por inyección, madera y cualquier otro material que elija el artista o la empresa de producción para explorar. (Jeremy, 2004, p. 6)

Aquí se refleja las condiciones artesanales, y la utilización de materiales que ofrecían tirajes limitados. Posteriormente Paul Budnitz, fundador de *Kid Robot*, empresa norteamericana, refiere lo siguiente:

A estos juguetes los llamamos 'designer toys' en consideración al hecho de que el diseñador (o artista) es tan importante para el carácter del juguete, y no al revés... Al igual que una pintura sobre lienzo, el artista impone su particular visión sobre el objeto final, solo que, en lugar de un trozo plano de tela, el 'lienzo' es una escultura tridimensional hecha de plástico, vinilo, felpa o incluso metal o madera. (Budnitz, 2006, p. 6)

Un énfasis en el protagonismo del artista o diseñador en torno a la creación de piezas, y la relevancia de la autoría. El editor Ivan Vartanian (2006) expone:

...la actual explosión en art toys-designer toys, art toys, urban vinyl, designer vinyl, llámenlo como quieran. Dependiendo de con quién hables y cuáles sean sus intereses, la expresión varía. Son básicamente juguetes para niños de todas las edades que son diseñados, fabricados, producidos o incluso distribuidos por el artista/artesano... La cantidad producida es pequeña, por lo que el rango de precios es mucho mayor que el de una figura de acción promedio en blíster...(Vartanian, 2006, p.6)

Exposición de términos que nombran, de forma distinta, al mismo objeto. Woodrow Phoenix publica una crónica en torno a juguetes japoneses y el impacto a nivel global, ahí se define el término Urban Vinyl:

Urban vinyl, designer toys and boutique toys son tres de los nombres más comunes para un movimiento que combina arte, diseño gráfico y juguetes para crear elementos originales que provienen de una sensibilidad personal, en lugar de ser el resultado directo de la comercialización de programas de televisión o películas, cómics o videojuegos. Estos juguetes suelen estar hechos para ser exhibidos, no para ser jugados, y se producen en pequeñas cantidades, en parte porque los artistas que los diseñan no tienen los recursos de las grandes empresas, y en parte porque limitar las cantidades los hace especiales, mantiene interesados a los coleccionistas... (Phoenix, 2006, p. 106)

El objetivo es la exhibición, la contemplación, atributo que también opera en juguetes comerciales, y más aún en los que consideran ser de colección o de series limitadas. Los términos para estas piezas se han ido decantando en el enfoque desde el arte o del diseño, lo que provoca una encrucijada. La distinción de ser Art Toys o Designer Toys, depende del bagaje de la persona, y del momento. El término Designer Toy es de los albores, en contraste con Art Toy que es más actual.

Las mil y una caras

La oferta de piezas en los primeros años era de formas originales e irrepetibles con acabados, y también se presentaron figuras que operaban como un lienzo para intervenir. Una referencia es el *CowParade* de 1999. Que utiliza figuras de vacas a escala real en tres posiciones: erguida, pastando y postrada. Y con una convocatoria abierta se reciben diseños. Actualmente se tienen alrededor de 2500 vacas (*cowparade*, s.f.).

Toy2R de Hong Kong oferta figuras de plástico llamados *Qee*, con un mismo cuerpo y doce cabezas distintas de animales y seres. Eran intervenidas y se formaban colecciones, con estrategias comerciales de bolsas metalizadas en cajas para evitar identificara el contenido. Existen seis tamaños, con cinco puntos de articulación. (*Toy2R*, s.f.)

Kid Robot replica a *Toy2R* y ofrece: *Dunny* y *Munny* que comparten el mismo cuerpo, con cabezas de conejo y mono. Y posteriormente se suman cuatro figuras más. También se manejan distintas escalas, con tres puntos de articulación. (*kidrobot dunny*, s.f.; *Kidrobot munny*, s.f)

El abanico de figuras inspiraba a participar. Inercia que impulsó la venta de piezas en blanco, como DIY (do-it-yourself) hágalo usted mismo.

Esta estrategia la retoman creadores emergentes que persiguen posicionarse en la audiencia, invitando artistas o diseñadores con trayectoria para tener visibilidad y prestigio. En tanto que los artistas cuidan su participación. El objetivo para ambos es de ganar-ganar.

Para las personas externas se tiene la oportunidad de intervenir, en tanto no haya curaduría. La apertura a esta experiencia estética es menos abrupta que en soportes tradicionales de pintura o escultura. También es relevante el prestigio y visibilidad de las galerías que comercian el Art Toy.

Apropiación de una experiencia nueva

La apreciación de estas piezas está en función del bagaje de la persona. Un filtro, es el momento en que se percibe el término juguete, lo cual revira la atención a valorar la pieza desde una perspectiva de juguete comercial, dirigido a un mercado infantil, por lo que es necesaria la argumentación para explicar que son piezas de mercados especializados para exhibirse. Un segundo filtro, es en torno a los motivos para invertir en un juguete de alto valor.

En contraste hay referencias de autores reconocidos que han sido asimilados por sistemas legitimadores como los son museos está Brian Donnelly conocido como *Kaws*, artista / grafitero con formación académica y que en 1999 incursiona con sus primeras piezas, catalizador que le permite exponer gradualmente en diversos espacios dentro y fuera de Estados Unidos. (Sánchez, 2021)

Perfiles excepcionales como el de *Kaws*, evocan una meta posible de alcanzar, situación que permitió que su obra pueda ser leída desde otros campos, pero que aún se mantienen con cercanía del mercado del juguete.

Aproximándose a la experiencia

El análisis y valoración de estas piezas presenta múltiples aristas, e incógnitas, una de ellas es la experiencia estética, la manera en que impacta y puede significar en la persona.

Anna Calvera refiere lo siguiente:

Los objetos en nuestra condición actual de sociedad se han convertido en signos, ya no en símbolos, y por lo tanto su significado es cada vez más estético, no cognitivo... por lo tanto, el objeto particular tiene que ser juzgado como experiencia estética, como parte de un evento, por un sujeto como singular, ya no tan universal. El sujeto que experimenta conoce las cosas en términos de las estructuras ontológicas propias de las cosas mismas. El sujeto está en el mundo entre los objetos. Los sujetos ya no conocen los objetos –saben experimentarlos– (Scott, 1999, como se citó en Calvera, 2007)

Aplicando la apropiación de la experiencia, a una pieza de Art Toy, lo que provee y abona significado, es la provocación que el todo, la adquisición, sus implicaciones, la exhibición, son algunos factores, la significación final será de cada persona, lo que invita al coleccionismo. Walter Benjamín refiere una aproximación desde la figura de Edward Funch:

Fuchs es sobre todo un pionero: el fundador del único archivo existente para la historia de la caricatura... Pero aún es más importante otra circunstancia complementaria: Fuchs se hizo coleccionista en tanto que era un pionero... Y lo que sin embargo hizo un coleccionista de este materialista fue su sensibilidad más o menos clara para una situación histórica en la que se veía inserto...(1989,p. 87).

Funchs irrumpió el orden establecido “Sus colecciones son la respuesta práctica a las aporías de la teoría” (1989, p. 90).

Walter Benjamin refiere su aporte en tanto las colecciones que trabajaba estaban fuera de lo aceptado por las instituciones normalizadas, un aspecto en cierta forma similar al del Art Toy, al paso del tiempo es el coleccionista el que aporta una lectura de orden y comprensión a los campos de la periferia. Y justo el trabajo de Okedoki y Brautman, concentra la visión y experiencia de coleccionistas y comerciantes en torno al Art Toy, un material que refleja lo trabajado por Funchs.

La academia se asoma

Desde la década de los noventa del siglo pasado, el fenómeno emergente aún genera sorpresa en el público, pese a que son casi 30 años desde sus primeras manifestaciones, aún no hay un aparato crítico consolidado, el grueso de las publicaciones son crónicas, y ejercicios de edición para concentrar autores que aún son vigentes y los que alguna vez tuvieron presencia.

El tema de Art Toy / Designer Toy ha tenido mayor protagonismo y aceptación, a lo largo de la década pasada en tesis de licenciatura en diversas universidades, además de ser tema central en proyectos de investigación. Lo que es un indicador de que cada vez es aceptado en la academia, lo que impulsará estudios desde diversas perspectivas de campos como el diseño, las ciencias sociales, las bellas artes, la filosofía, la estética, psicología, historia, economía, por referir algunos campos, que pueden aportar visiones que asistan al fortalecimiento y argumentación de este campo en construcción. Situación que no entra en confrontación con los autores ni sus procesos creativos.

Conclusiones

El trabajo en torno al Art Toy es un tema que apenas se está estudiando en la academia, los abordajes son diversos, desde el ejercicio mismo que implica definir de la mejor forma estos artefactos, hasta un análisis de la forma, la experiencia estética, el valor comercial y las implicaciones de compraventa, en temas de negocios, se empiezan a buscar y adquirir piezas como inversión, de forma similar a la que se realiza con la adquisición de obras de arte. Poco más de un cuarto de siglo ha congregado el trabajo de cientos o quizás de miles de obras, las variantes son de orden exponencial. El aporte que se puede extrapolar a estudios de diseño y otros campos puede permitir estrategias emergentes que apliquen a problemáticas igualmente emergentes.

Referencias bibliográficas

- Benjamín, W. (1989). Discursos Interrumpidos I. Filosofía del Arte y de la Historia. Buenos Aires: Ed. Taurus.
- Budnitz, P. (2006). I am plastic. The designer toy explosion. (1ª ed.) Harry N. Abrams, Inc. p. 6
- Calvera A. (Ed.). (2007). de lo bello de las cosas. Materiales para una estética del diseño. (1ª ed.) Gustavo Gili.
- Crazysmiles. (s.f.). 1999 Michael Lau Exhibition III – Gardener – Crazysmiles, Hong Kong Art Centre, Hong Kong. <https://crazysmiles.com/blogs/exhibition/1999-gardener-hong-kong>
- Cowparade. (s.f.) cowparade. <http://www.cowparade.com>
- Javo Javón. (2005). Toy Story. Complot. 9(100). Suplemento especial.
- Jeremy (Ed.) (2004) Vinyl will Kill!. (1ª ed.) Systems Design Ltd.
- Kidrobot Dunny (s.f.) Dunny. <https://www.kidrobot.com/collections/dunny>
- Kidrobot Munny (s.f.) Munny. <https://www.kidrobot.com/collections/munny>
- King, C. (1999). Juguetes de Metal. Guía práctica para coleccionar, identificar y disfrutar de los juguetes de metal. Edimat Libros S.A.
- Lévin, R. (2012). El juguete. Psicoanálisis, XXXIV(2), 337-360.
- Loredo Abdalá, A; Gómez Jiménez, M y Pérez Martínez, A. (2005). El juego y los juguetes: un derecho olvidado de los niños. Acta Pediátrica de México, 26(4), 214-221.
- Okedoki y Brautman, J. (2014). Toy Art 2.0. (1ª ed.) VTSS Creative Integration Co., Ltd.

- Parco Art (s.f.) 1999 michael lau exhibition three gardenergala-crazysmiles. Recuperado de <https://en.art.parco.jp/acr/web/archives/parcomuseum/michael2001/michael.html#>
- Phoenix, W. (2006). *Plastic culture: How Japanese Toys Conquered the World*. (1ª ed.) Kodansha International Ltd.
- Sánchez, M. (27 de marzo de 2021). KAWS: Biografía, Obras y Exposiciones. Alejandra de Argos por Elena Cué. Recuperado de <https://www.alejandradeargos.com/index.php/es/completas/32-artistas/41847-kaws-biografia-obras-y-exposiciones>
- Toy2R (s.f.) About Qee. <https://www.toy2r.com/?q=about/qee>
- Vartanian, I. (2006). *Full Vinyl*. (1ª ed.) Harper Collins Publishers.
- van Uffelen, Chris. (2010). *Toy Design*. (1ª ed.) Braun Publishing AG.
- Volk-Weiss, B., Stern, T., Henson, C., Carkeet, A. y Zane, E. (Prods.). (2017). *The Toys That Made Us, Temporada 1 [Serie]*. Netflix.
- Winnicot, D. (1979) *Realidad y Juego*. Gedisa S.A.

Abstract: The Art Toy, also known as Designer Toy, has its roots in Asia at the end of the last century. Over the course of just over thirty years, the range of pieces has grown significantly and is present in various countries with local proposals, creating a niche market and a specialized circuit where artists, traders, the public, and collectors consume, exchange, and legitimize the cultural offerings that emanate from this artistic manifestation. In parallel, authors and researchers study and write about this phenomenon, and in institutions of higher education, these topics are addressed in undergraduate and postgraduate theses. The discipline of design has a direct impact on the process of conceptualization and development, and from an academic standpoint, it allows addressing implications that the market does not consider. This writing seeks to contribute to the critical analysis of this phenomenon from a Latin American perspective.

Keywords: Art Toy - Design - Art - Urban Art

Resumo: O Art Toy, também conhecido como Brinquedo de Designer, tem suas raízes no final do século passado na Ásia. Ao longo de pouco mais de trinta anos, a oferta de peças cresceu significativamente e está presente em diversos países com propostas locais, gerando um nicho de mercado e um circuito especializado onde artistas, comerciantes, público e colecionadores consomem, trocam e legitimam a oferta cultural que emana dessa manifestação artística. Paralelamente, autores e pesquisadores estudam e escrevem sobre esse fenômeno, e nas instituições de ensino superior, esses temas são abordados em teses de graduação e pós-graduação. A disciplina do design tem uma incidência direta no processo de conceptualização e desenvolvimento, e a partir da leitura da academia, permite abordar as implicações que o mercado não considera. Este escrito busca contribuir para a análise crítica desse fenômeno a partir da perspectiva Latino-Americana.

Palavras-chave: Art Toy - Design - Arte - Arte Urbana

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo.]