

ESTÉTICAS Y ANTIESTÉTICAS: ART TOYS Y JUGUETES

DAVID MATEO DÍAZ PÉREZ

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

ESCUELA DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

FACULTAD DE DISEÑO GRÁFICO

DISEÑO GRÁFICO

MEDELLÍN, 2021

ESTÉTICAS Y ANTIESTÉTICAS: ART TOYS Y JUGUETES

DAVID MATEO DÍAZ PÉREZ

Trabajo de grado para optar al título de Diseñador Gráfico

Asesor

Ph. D HERNANDO BLANDÓN GÓMEZ

Diseñador Gráfico

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

ESCUELA DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

FACULTAD DE DISEÑO GRÁFICO

DISEÑO GRÁFICO

MEDELLÍN

2021

A la memoria de Fernando Diaz Espinoza.

AGRADECIMIENTOS

Al profesor Sebastián Uribe Aguilar, quien me inició en el mundo de la investigación en diseño gráfico en el semillero. A Natalia Builes Escobar, por acompañarme durante gran parte de la carrera. A Artefacto Inc. y a Leonardo Mesa por iniciarme en el mundo del Art Toy colombiano. A Carlos Andrés Hernández, por su ayuda con la corrección de los textos. Y al profesor Hernando Blandón por la paciencia para guiarme en este trabajo investigativo.

Tabla de contenido

Resumen.....	8
Introducción	9
Objetivo general.....	11
Objetivo específico.....	11
Pregunta principal de la investigación.....	11
Planteamiento del problema	12
Capítulo 1: La historia del Juguete.....	14
La Barbie	24
G.I. Joe	28
El juguete en Colombia	22
Capítulo 2: ¿Que es el Art Toy?	33
Capítulo 3: La estética y la antiestética	42
Capítulo 4: Propuesta de creación de art toy: It Hungers.....	50
Conceptualización.....	51
Referentes Visuales.....	52
Primeros Bocetos	56
Concept Art final	57

Producción 58

Bibliografía..... 62

Anexos.....66

Tabla figuras.....76

Título: Estéticas y antiestéticas: Art Toys y juguetes

Autor: Mateo Díaz Pérez

Resumen

Este trabajo busca cuestionar las estéticas posibles y conceptuales que definen a un Art Toy, para ello, realiza un Estado de la cuestión que da cuenta del panorama histórico, comercial y social del objeto de investigación. Acto seguido, describe de manera sucinta y desde una narrativa y contextualización histórica la relación del juego y del juguete con las características sociales y culturales del momento, analizando los elementos tanto plásticos como gráficos, mecánicos y estratégicos que lo componen. Con base en este recorrido se abordan en los discursos visuales y formales otros conceptos estéticos presentes en las narrativas contemporáneas (antiestéticas) que afectan el diseño, producción y composición de un Art Toy. Finalmente, se presenta el proceso de investigación-creación y el producto resultado del ejercicio investigativo formalizado por el autor.

Palabras clave: Arte; Art Toy; Estéticas; Diseño; Juguetes de autor; Juguetes

Introducción

Desde una perspectiva histórica, es posible corroborar que el pensamiento reflexivo de la humanidad inicia con una pregunta, bien sea filosófica, religiosa o científica, cuya respuesta generalmente conduce al acto de creación y en ese intermedio del acto creador aparece el juego. Schiller (1945), en las Cartas sobre la educación estética del hombre, plantea que “el hombre sólo es completamente humano cuando juega” insiste además, que esta pulsión del juego es capaz de “soportar todo el edificio del arte de lo hermoso y del arte todavía más difícil de vivir” (Schiller, p. 67 1945). ¿Juego y juguetes para un mejor vivir?

Con el juego el hombre conoció el placer del tiempo de ocio y con él navegó hasta el encuentro con la risa y la alegría. Por ello, algunas veces, el juego se materializa en un juguete, ese objeto o instrumento que expresa materialmente la lúdica y el entretenimiento que de manera simultánea devela los conceptos de destreza, emoción o competencia que le asigna cada cultura (Blandón, p. 2, 2018)

La línea de diseño, creación y producción de estos juguetes crece comercial, estética y exponencialmente día tras día, haciendo de este campo un camino fértil para la investigación en diseño, en este sentido, este trabajo de grado es innovador al abordar un nuevo campo en el diseño: los Art toys. Estos juguetes de diseñador han expandido las

fuentes de expresión-creación en el mundo del diseño emocional y la creación lúdica al conjugar tiempos de manera sincrónica entre el pasado y el futuro, entre la tradición de la lúdica comunal y el disfrute individual del hombre contemporáneo, el coleccionista, que pretende recuperar a través del Art Toy memorias y nostalgias estancadas entre la obligación de crecer y la aceptación de cierta madurez que “se adquiere” con las responsabilidades del mundo real.

Diseñar, crear un juguete de diseñador, de autor o de adulto requiere un proceso que pasa de la idea al boceto; de este a la modelación o prototipado en plastilina y del modelo al molde en silicona que se llena con resina polimérica para luego extraer la copia de la figura. También se pueden hacer por rotomoldeo por impresión en 3D, utilizando un software profesional, entre otras técnicas. Vale aclarar que tanto en la producción del juguete como en la preparación y vaciado se debe tener conocimiento de fórmulas químicas y matemáticas tanto para el control del volumen de los materiales como de otras formas físicas de resistencia. Implica, además, un manejo preciso de acelerantes, retardantes y el conocimiento sobre las propiedades químicas de algunos materiales, a veces imposible, por la cantidad de oferta de productos que varían de proveedor a proveedor. (Blandón, p. 4, 2018)

Objetivo general:

Analizar el juguete y su historia para dirimir a partir de un análisis estético riguroso un juicio estético sobre las diferencias conceptuales y formales de un Art Toy y una obra de arte.

Objetivos específicos:

- Analizar la historia paralela entre el juego y el juguete.
- Identificar los elementos estéticos en los Art toys.
- Proponer a partir del discurso estético un Art toy antiestético
- Producir a partir de conceptos antiestéticos un Art toy.

Pregunta principal de la investigación.

Desde el campo del diseño, y a manera de pregunta ontológica este trabajo se pregunta inicialmente ¿Cuáles son las características que determinan la diferencia entre un Art toy o juguete de autor y una obra de arte?; se busca responder además ¿Cuáles elementos gráficos, estratégicos y/o comerciales son necesarios para el desarrollo y conceptualización de un Art toy? ¿Finalmente, responder si es posible la creación de un art toy que contradigan los principios de la estética comercial por uno antiestético?

Planteamiento del problema

Es evidente que el juego como parte de la cultura humana y el juguete como la materialización de la actividad lúdica en diferentes etapas de la vida han cambiado. Hoy en día las nuevas tecnologías y experiencias que se ofertan están unidas a nuevos modos de disfrute, de relajamiento o de esparcimiento tanto público como privado. Esta situación ha devuelto a algunos adultos contemporáneos la emoción y la nostalgia por un tiempo añorado por el juego y, por ende, por el juguete. Es en este intersticio iniciático y conceptual donde el diseño como disciplina debe empezar a rescatar historias y a reconstruir una memoria tangible, en este caso, en el campo de creación de los Art toys.

Hoy en día es posible sistematizar los procesos de creación de Art toys, rastrear cómo su creador navega entre los diversos territorios o campos de creación como el arte, el diseño, la ingeniería y otras alternativas impulsadas por otros creadores como grafiteros, tatuadores, fanzineros, etc., lo que hace bastante complejo encerrar en un campo disciplinar dichas creaciones. Sin embargo, estos bordes líquidos aumentan cada día con la incorporación de nuevos artistas al campo de los Art toys lo que convierte dicho tema de creación-conceptualización-producción en una posibilidad fresca e innovadora para la investigación en diseño.

El objetivo de este trabajo no es clasificar o jerarquizar en un determinado campo la creación de los Art toys, sino identificar las características gráficas y los lenguajes gráficos, las estrategias comunicativas y funcionales del juguete de autor y con el análisis de esos

datos presentar el proceso de investigación-conceptualización y producción de un Art toy con una metodología innovadora desde los procesos proyectuales del diseño que transgreda las estéticas comerciales establecidas.

CAPITULO 1

LA HISTORIA DEL JUGUETE

La historia del juguete se remonta a la antigüedad misma, pues el juguete ha estado en las diversas civilizaciones humanas desde siempre como preparador y educador de los niños. Pero desenredar la maraña histórica no ha sido un trabajo fácil para los historiadores, pues a la arqueología se le dificulta en gran medida distinguir qué clase de artefactos eran efigies o representaciones religiosas/sagradas y cuáles eran juguetes propiamente dichos, teniendo en cuenta que muchas veces el punto focal de las investigaciones no estaba en el juego ni la lúdica:

For a long time, the study of games has hardly been more than the study of toys. Attention has been focused on the instruments or accessories of games much more than on their nature, their character, their laws, the instincts that they involve, the satisfactions that they secure (Caillois, p. 22, 1967)

El problema se dificulta más aún cuando reconocemos que estas funciones no siempre estaban separadas, y algunas veces, terminado el uso del objeto en el rito o ceremonia, era obsequiado a los niños para que como juguete los llevara por el camino de la tradición espiritual. No obstante, se han encontrado diversos objetos que con seguridad parece que fueron juguetes: sonajeros de arrastre y muebles en miniatura de barro cocido,

encontrados en las excavaciones de Suse y Lagash, en Mesopotamia (Irán), de los cuales los más antiguos datan de 3.000 años antes de J.C (Mejía, 2005).

Primero fue el juego y después el juguete, en este sentido, es posible afirmar que el juguete nace de la necesidad de jugar y que el juego y el juguete han estado ligados desde siempre a la infancia de los niños en todas las culturas del mundo. El niño siente necesidad de jugar desde su nacimiento: juega con sus manos, con el sonajero, con cualquier objeto que le presenta la madre o tiene a su alcance (Museo Pedagógico y del Niño de Castilla-La Mancha, 2016). Es posible verificar la existencia de juguetes ya en el Neolítico con el juguete artesanal hecho por los padres o por los hijos, hallados en las tumbas y yacimientos en diferentes lugares del mundo en donde se han estudiado; hechos de materiales naturales y perennes, son muy pocos los que sobreviven para contarnos la historia.

Ya en el antiguo Egipto podemos encontrar evidencias de la pelota, hecha por lo general con vejigas de animales infladas y muñecas elaboradas de gran cantidad de materiales como: el marfil, el oro, bronce o barro. Con las muñecas sucede igual que con los barcos, pueden confundirse las destinadas a un fin ritual con juguetes. Esto se debe a la creencia que tenían los egipcios en las propiedades mágicas de las figuras artificiales humanas; pero, como sucede con los indios Hopi, podrían ser imágenes de culto que una vez finalizada la ceremonia se cedían a los niños para que jugaran con ellas (Mejía, 2005) (Callois, 1967). De igual forma, encontramos que la versión masculina de la muñeca eran las figuras de soldados de madera creadas para que los niños varones desarrollaran habilidades para el combate, también fue posible corroborar que las figuras además

podían ser de animales, sobre todo animales de tiro o arrastre que incluían ruedas para que el niño los pudiera mover.

Podemos percibir ya desde los inicios de la lúdica humana que el fomento de la capacidad motora desarrollaba la atención y la emoción que se buscaba producir como objetivos secundarios de la función social del juguete. El juguete artesanal acompañará a la sociedad por la mayor parte de su historia, pues solo después de la Revolución Industrial es que empieza a crearse una “industria del juguete” que busca darle un gran espacio comercial a estos objetos. En este sentido, es importante señalar que los juguetes se encargaron de darle a los niños un entrenamiento para la vida que tendrían en la adultez. La maternidad, la milicia, la granja, el ejercicio físico o la vida doméstica eran parte de lo que le brindaban al niño estos entretenimientos.

En la antigua Grecia, uno de los juguetes más populares fue el aro que al igual que la pelota brindaba una gran oportunidad de ejercicio físico al niño. En torno a estos dos elementos se inventaron juegos que permitían a los niños desarrollarse en equipo, así, el juego y el juguete se involucran con el deporte. Un juego muy común de las ciudades grecorromanas era intentar llevar la pelota de un lado a otro a pesar de los esfuerzos del adversario: He calls the game played by the ancient Greeks with ball “Episkyros”. The Episkyros game is known as a team game. This game, especially played by young people,

was played in sports complexes belonging to the military because it had military tones.
(Akademisyen Kitabevi A.Ş., p. 6, 2020).

Otro juguete importante en la vida griega fue la muñeca, dispositivo que tuvo mejoras en las ciudades grecorromanas, los griegos incorporaron en ellas las primeras articulaciones, haciendo las piezas como brazos y piernas por separado y juntándolas con hilos o fibras al cuerpo, de manera que pudieran moverse de forma independiente. Una muestra de esto son los artículos encontrados en la tumba de la hoy llamada “Momia de Grottarossa”: “(...) A significant number can reasonably be classified as children’s playthings from the combination of their size, shape and features as articulated limbs and accessories”
(Dolansky, 2012).

Roma al igual que Grecia desarrolló diversidad de juguetes, se puede apreciar que la muñeca romana por lo general tomaba la forma de una mujer adulta, matrona de la clase alta de la sociedad; debajo de los ornamentados trajes y accesorios se podían percibir los senos y los genitales de la mujer. (...) Many exhibited molded breast, swelling hips and delineated genitalia (Dolansky, p.12, 2012) Lo importante era la educación que le brindaba a las niñas sobre el rol cultural de la maternidad.



Figura 1. Muñeca romana. Fuente: <https://bit.ly/3d4zUZJ>

En otro lugar, cerca del año 206 a de C. se desarrollaría en China la cometa. No son los primeros en intentar algo parecido: En Indonesia durante el paleolítico ya había registros de objetos similares:

Through some steps of research, it's known that the drawing in the cave's wall was made since Epi-paleolithic era (Mesolithic period), or about 9,000-9,500 BC. In this opportunity, Wolfgang was invited by a kite lover from Muna Island to see a painting inside Sugi Patani cave, located in Liangkobori village, Muna. In the cave's

wall there's a drawing which described a man was flying a kite (GoCelebes.com, s.f.).

La versión China se diseñó con fines militares, aproximadamente en el 206 a de C., pero su finalidad pronto cambiaría: “en sus orígenes eran utilizadas para conocer las distancias del campo al palacio o para controlar el número de fuerzas enemigas. Más adelante los mandarines las emplearon como estandarte y, con el tiempo, se convirtieron en un deporte nacional” (Mejía, p. 26, 2005).

La Edad Media sería un período marcado por la guerra y la violencia, con intermitentes espacios de paz. Esto afectaría también a los juguetes: Espadas y escudos de madera, pequeños arcos, tambores y trompetas, así como una evolución de las figuras militares, para incluir también a las figuras de caballería que se popularizaron durante este periodo. En este periodo surge el caballo de madera o de palo que, inspirado por las figuras del caballero, apoyan al niño a jugar a la guerra. Al ser una época muy belicosa, junto con la existencia de la caballería, los soldados de juguete servían como preparación natural para las artes de la caballería. La figura del santo soldado San Martín fue muy famosa entre los niños de entonces. Por supuesto, las armas eran de uso común entre los niños, estaban fabricadas de cañas o maderas y, en ocasiones, eran armas reducidas de escala para jugar o para adiestrarse estimulados por sus padres (Mejía, 2005).



Figura 2. Soldados medievales. Fuente: <https://bit.ly/3d10BhZ>

Durante la época renacentista surgen talleres artesanos en países como Alemania, Francia y los Países Bajos. El espíritu renacentista va desplazando la ciega credulidad de la Edad Media, y juguetes como artilugios ópticos -precursores de otros más avanzados- empiezan

a surgir para entretener a los niños de la realeza. Los juguetes “autómatas” empiezan a ganar en cuanto a refinación, pues son una de las muestras de qué tanto habían desarrollado la mecánica. Leonardo da Vinci construyó unos pájaros voladores y un león que regaló al rey de Francia, Francisco I. Las primeras referencias sobre autómatas se encuentran en un par de manuscritos de la época de Alfonso X, el Sabio. Los autómatas solían fabricarse para príncipes y grandes señores, que ocasionalmente permitirían a sus hijos acercarse a cierta distancia. Los mecanismos que les hacían funcionar se accionaban por la fuerza del agua que se ponía en movimiento mediante balanzas (Mejía, 2005).



Figura 3. Automáta. Fuente: <https://bit.ly/3abdc0p>

En cuanto a las muñecas, las más caras tenían los brazos articulados en hombros y codos y lucían lujosos trajes bordados, mientras que las niñas de familias humildes jugaban con muñecas fabricadas de madera, trapo y escayola. Sus rasgos se fueron haciendo cada vez más realistas y el mundo que rodea a la muñeca y al juguete en general ganó en complejidad.

La casa de muñecas se desarrolla cerca del siglo XV. En los Países Bajos es donde se desarrolla con mayor interés, tal y como lo muestran algunos registros históricos: Comienzan a construirse las primeras casas de muñecas durante este período. La primera de ellas fabricada para la hija del duque Alberto de Sajonia en 1558, aunque no haya sobrevivido ni haya imagen de ella, existe un elaborado inventario que realizó en 1599 Johan Baptist Ficker; pero fue en Holanda donde las casas de muñecas gozaron de una gran importancia en el juego de los niños (Mejía, 2005). Se hacían pequeños muebles de plata con los que se decoraban las muñecas, poseían vestidos complejos y con elaborados encajes. Las primeras muñecas vestidas aparecen más o menos en el año 1690; y en Francia fueron utilizadas como modelos de la moda de París, algo que continuaría ocurriendo siglos después.



Figura 4. Casa de muñecas holandesa. Fuente: <https://bit.ly/36nWwR3>

Cerca al siglo XVII aparece la primera producción de un juego de mesa pensado para el público infantil: el Juego de la Oca”, una especie de recorrido donde dos jugadores avanzan lanzando los dados. Las casillas podían ayudarte a avanzar o a retroceder y el primero en llegar al final era el ganador. Este juego de mesa ayuda a los niños a dejar volar su imaginación, se plantea como una representación de la vida y el viaje, en donde el jugador se enfrenta a múltiples obstáculos. Es el principio de los juegos de mesa que

posteriormente evolucionarán de tal forma hasta llegar a algunos tan complejos como el Monopoly (Mejía, 2005).

Aunque la revolución industrial tardaría en afectar al mundo del juguete, no lo dejó inerte. La necesidad de crear juguetes autómatas a bajos precios, la utilización de nuevos materiales como el latón, el estaño, el celuloide, el papel maché, entre otros, y las nuevas y mecanizadas técnicas de producción impulsarían a la industria del juguete a llegar a más niños y a crear novedades no vistas antes. A partir del siglo XIX se crearon juguetes con mecanismos de relojería que poseían movimiento, muñecas que podían decir palabras sencillas tales como “mamá”.



Figura 5. Tren mecánico. Fuente: <https://bit.ly/3jHzWZa>

La tecnología influyó de otras maneras en el juguete: aparecieron los primeros coches y locomotoras (trenes) de tracción propia. Comenzaron con tracción mecánica y pasaron por motores impulsados por vapor y luego por motores eléctricos. En Alemania se popularizan los animales de tela, el origen de lo que llamamos coloquialmente peluche en nuestro contexto local. El animal de tela más popular, sin embargo, terminaría siendo norteamericano: el oso teddy o teddy bear, nombrado así en honor al presidente Theodore Roosevelt.

Mientras que, durante el siglo XIX, se produjo un gran aumento por las posibilidades didácticas del juguete, fue a comienzos del siglo XX cuando pasó a un primer plano: El primer tercio del siglo XX puede decirse que coincide con la mejor época de la fabricación del juguete en España, localizado sobre todo en Cataluña y en la provincia de Alicante. Una de las fábricas más importantes en cuanto a juguetes de hojalata fue Payá, establecida en Ibiza (Museo Pedagógico y del Niño de Castilla-La Mancha, 2016).

A principios del siglo XX, se crearon un tipo de muñecas que lograron un gran éxito: las muñecas americanas que se basaban en celebridades del cine de la época, como las muñecas de John Bunny, o las inspiradas en los caricaturas y tiras cómicas, como las que se fabricaron inspiradas en la página dominical de Winsor McCay, Little Nemo. Este modelo de negocio se ha mantenido hasta la época actual, donde las series de tv, películas

y videojuegos permiten la comercialización de múltiples tipos de merchandising, entre ellos juguetes con alto carácter coleccionable. A continuación dos ejemplos iconicos del mundo del juguete contemporáneo: Barbie y G I Joe.

La Barbie:

Ruth y Eliot Handler, los fundadores de Mattel en 1945, comienzan a observar los juegos de su hija. Tanto su hija como sus amigas dejaban de lado la típica muñeca de bebé para jugar con las que poseían una figura más adulta. Los materiales de la época eran económicos y no muy durables, características que dejaron de lado con el lanzamiento de la primera muñeca Barbie.

Barbie cambió el estereotipo de muñeca que se enfocaba en la educación maternal de las niñas, hacia una fantasía de la vida adulta donde la niña podía proyectar sus metas y anhelos. Acompañada de un guardarropa increíble y creciente, la muñeca permitió a las niñas hacer algo que en ese momento solo era posible con figuras de papel 2d: vestirla, darle atuendos diferentes y peinarla (Brian Volk-Weiss, 2018).



Figura 6. Barbie. Fuente: <https://bit.ly/3ab49MT>

La Barbie es el caso de la muñeca más popular de Norteamérica. Ella representaba los valores femeninos de la época. La muñeca funcionaba como una especie de mediador social que buscaba continuar los valores tradicionales de la mujer en el hogar y el hombre como sustento económico. Esta tradición de roles en los juguetes no se alteró durante mucho tiempo, ni aun por el movimiento feminista durante los años 60. (Brian Volk-Weiss, 2018).



Figura 7. Barbie. Fuente: <https://bit.ly/3ab49MT>

G.I. Joe:

Durante la Segunda Guerra Mundial se publicaría en la revista Stars and Stripes el cómic dirigido a los combatientes titulado G.I. Joe, un cómic encargado por el gobierno de los Estados Unidos y dibujado por David Breger. 20 años después Hasbro retomaría la idea para crear un Action Figure que fuera de igual éxito a Barbie entre el público infantil masculino (Brian Volk-Weiss, 2018).



Figura 8. G I Joe. Fuente: <https://amzn.to/3p9gmpz>

Joe nació de un prototipo creado por Sam Weston y su socio Levine. El juguete se produjo como una figura de marine y marcaría la historia como el primer action figure, que en su lanzamiento vendió más de 4 millones de copias. La figura tenía un tamaño aproximado de 30 cm y venía en 4 uniformes distintos (infantería, marina, piloto de fuerzas aéreas e infante de marina). Fue un cambio de paradigma al hacer que los niños jugaran con muñecas, algo impensable para la época donde los chicos preferirían haber salido a jugar a la pelota o béisbol en vez de quedarse jugando en la casa como niñas. Hasbro acuñó el término Action Figure precisamente para desligar al juguete G.I. Joe de la visión de que era una muñeca, como lo era Ken para Mattel (Brian Volk-Weiss, 2018).

El juguete en Colombia

Antes de la llegada de la industria juguetera al país, primaba en Colombia el juego tradicional y el juguete de artesano. Los más comunes eran la pirinola, el trompo, los caballitos de palo, el columpio y el “mataculumpio”, los aros, armas de juguete como la cauchera y la escopetilla de madera. Se hacían zancos y se usaban cuerdas viejas para saltar a la cuerda, y las cometas eran populares en la época de vientos en Antioquia.

Los chicos hacían barcos de papel, carritos con una guadua larga con dos ruedas de madera o cualquier otro material casero. Los caballitos, un juguete traído por los europeos, se hacían con un viejo palo de escoba al que se le encababa una cabeza de tela

o trapos con crines de cabuya. También montaban en zancos, conocidos desde tiempos remotos en Europa. Para saltar a la cuerda, un juego popular sobre todo entre las niñas y jovencitas, se usaba el lazo de encerrar, con el que se amarraban los terneros o la vaca de ordeño. Este mismo lazo servía para hacer el columpio, que se colgaba de una viga de la casa o de una rama de un árbol. Para el sentadero se echaba mano de una ruana o de la alfombra de la silla de montar las bestias (Arango, p. 12, 1987).

En el siglo XX llegaron los juguetes industrializados a Colombia. De la mano de importadores como Alfonso Londoño, los juguetes más populares eran los que fungían como versión miniatura de objetos usados por adultos: coches, hornos, mueblecitos. Los juguetes industrializados comenzaron a llegar a Colombia en el siglo XX (...) Los más innovadores que se conocieron imitaban en miniatura objetos usados por adultos como automóviles y cocinas (Biblioteca Luis Ángel Arango, 2012). Estos juguetes ostentaron tanta popularidad que se volvió costumbre entre las familias de clase media-alta tomarles fotos a los niños posando con su juguete, ya fuera el niño en un coche o avión de pedal, o la niña rodeada por sus muñecas, algunas de las cuales podían ser incluso de su mismo tamaño.

Después de la segunda guerra mundial, debido al cierre de las importaciones desde Europa, se comienzan a crear fábricas a nivel nacional. Algunos ejemplos son Klausung

Importing co., que producía pelotas y figuras de animales. La Fábrica Nacional de Muñecas de Bogotá produjo muñecas primero de aserrín y yeso, luego de plástico cuando nació su competencia Plastiflex. Conformada por ex-socios de la primera, Plastiflex llegaría a ser conocida como la número 1 en muñecas (Biblioteca Luis Ángel Arango, 2012).



Figura 9. Logotipo Fabrica Nacional de muñecos

Industrias Búffalo produjo juguetes hechos de hojalata y metal en Medellín. También en Medellín la fábrica Grulla, produjo además de calzado, juguetes de caucho como la pelota de letras tradicional. Entre 1943 y 1950 se produjo la Feria Nacional del Juguete: propiciada por el ministerio de fomento para que la industria del juguete colombiano se desarrollara en el país.



Figura 10. Antiguo logotipo Industrias Búffalo

Sin embargo, el juguete no ha dejado de evolucionar, y su carácter lúdico, las condiciones ideológicas de algunos de sus estándares, las formas masivas de producirlo, etc., han dejado lugar para nuevas formas de desarrollo y comunicación que le han permitido, a un sector del juguete al menos, alejarse de la producción comercial para acercarse a la artística. Precisamente sobre esta categoría del "art toy" hablaremos a continuación.

CAPÍTULO 2

¿QUÉ ES EL ART TOY?

Ya hemos realizado un recorrido por la historia del juguete, hallamos un artefacto que ha sido subestimado por la historia, y que sin embargo esclarece mucho de una cultura gracias a su función educadora. Nuestra sociedad debe en gran parte su forma y funciones culturales al juguete, aunque su impacto quizás sea un poco polémico:

Early research showed how children were directed towards certain types of play, and provided with certain kinds of toys, which afford opportunities for girls to develop communication skills and “emotional literacy”, and for boys to develop technical knowledge and skills.

Although girls have largely caught up with boys in terms of achievement at maths and science during compulsory education, science remains unpopular among girls (...) Girls are more likely than boys to take generalized Double Science than specialist subjects, and girls are less likely to be among the highest achieving at maths and science (Francis, p. 30, 2010).

Durante el siglo XX el juguete pasó de la mano de los artesanos a las manos de las grandes compañías, que se encargaron de la industrialización y la producción en masa de juguetes. Y los mejores ejemplos de este tipo de juguete industrializado (G.I. Joe y Barbie) han sido controversiales por el hecho de que, como juguetes, llevan más que diversión a los niños, llevan ideologías: “Toy companies are aware of gendered consumer preferences, and develop and market their toys to these trends, hence closing down broader (non-gendered) options and perpetuating the gendered toy market” (Williams, p. 12, 2006).

En lugares donde la ideología occidental no es predominante, algunos adultos comenzaron a preguntarse ¿Por qué los juguetes que tenían o habían tenido venían de Mattel o Hasbro, y eran tan distintos a ellos mismos? Aquí es donde empieza la historia del Art toy:

El Art toy nace como un movimiento de contracultura, es una respuesta que puntualmente nace en Asia, varios artistas como Takashi Murakami (el escultor), y Michel Law, se preguntaron: ¿Por qué los juguetes que nosotros tenemos, solo vienen de empresas? Solo vienen específicamente de Mattel y Hasbro, que nos vende a nosotros unos valores, el juguete es una pieza, una punta de lanza para propaganda, porque se les da a los niños y cuando yo le doy una Barbie a una niña, no le estoy dando solo el juguete, sino que le estoy dando un estilo de vida, unas aspiraciones, unos sueños, unos ideales

que van implícitos ahí. Entonces ellos reflexionaron: somos asiáticos, una Barbie está muy lejana a nosotros y un carro carece de sentido, entonces por qué nosotros no podemos hacer los juguetes (Mesa, 2020).

Detengámonos en este momento para generar una primera definición de art toy: Es un Juguete de Autor o Diseñador (...) Hecho con producciones bastante pequeñas y es coleccionable (Toys, 2020). No podemos hablar de esta definición sino como una simple respuesta de cajón en la que, si no profundizamos, dejaríamos de lado la cuestión principal de entender qué hace al art toy especial, más allá de las simples cuestiones de producción, distribución y canales de venta. No podemos asegurar que un juguete es arte, simplemente porque su modelo de venta o distribución son diferentes, dejando de lado por completo las características conceptuales y estéticas de la pieza en sí.

El interés de Murakami no está en crear un juguete didáctico o comercial. Esto lo ubica dentro de una producción pequeña. El juguete de Murakami, Mr DOB¹, apelaba a una estética que se ha popularizado en Japón desde los 80's, de la mano del anime: lo chibi y Kawaii, algo distinto de los juguetes tradicionales de Occidente, aunque luego el mercado también se iría adaptando gracias a la globalización.

¹ DOB KUN en el idioma original

Utilizando la técnica del Sofubi, o soft vinyl, los orientales fueron los pioneros en crear vinyl toys que marcaban tendencia, ya fuera porque representaban movimientos diferentes, como el movimiento rapero y grafitero, ya fuera porque tenían posibilidades de personalización en su aspecto, como lo son los Do it yourself toys. El Sofubi se vuelve un sinónimo del Art toy, pero no es la única técnica. Plástico, cartón, madera, chatarra, tela; todos los recursos se vuelven posibles en la fabricación del Art toy. Un ejemplo local es Toy Roboto, quien hace sus figuras a partir de múltiples capas de MDF que se unen para darle volumen a una figura. “El art toy es tu manera de expresarte en un objeto, no importa qué materiales sean, no tienes que tener los materiales más caros, puede ser papel... puede ser basura... puede ser lo que sea” (Toys, 2020).

Si la técnica no define al art toy, ¿es entonces quizás el sentimiento contracultural que carga sobre sí? Aunque la tentadora respuesta sea sí, es mucho más probable que sea un tal vez. La contracultura ha sido esencial en el surgimiento del art toy, pero no es todo lo que lo define.

Encontrar un juguete con sentido cultural es fácil, pero sólo cuando la cultura está bien arraigada en el entorno y ha sido asimilada en muchos sectores. Hay juguetes que pueden ser contraculturales en un sentido, pero a su vez seguir cayendo en un contexto de formación positiva de otra cultura. Tal es el caso de las muñecas Las muñecas sudafricanas

creadas por Molemo Kgomo. Kgomo creó las muñecas cuando no pudo encontrar una muñeca con cualidades sudafricanas para su hija, pues solo encontraba delgadas mujeres blancas y rubias. Las muñecas de Kgomo son ahora toda una sensación en su región, con piel y cuerpos acordes a las niñas sudafricanas, y vestimentas propias de su cultura, estas niñas se sienten mucho más identificadas con ellas que con Barbie. (Ntomb'enhle dolls, 2020)

Lo que diferencia a las muñecas Ntomb'enhle de un art toy son dos cualidades esenciales:

1. Las muñecas Ntomb'enhle se crearon para llenar un nicho en el mercado que estaba vacío. Como tal las muñecas son artículos producidos para la venta en tiendas y la distribución a gran escala.
2. Las muñecas Ntomb'enhle desafían la visión cultural occidental, pero no tratan de subvertir el propósito del juguete, ni el lúdico ni el cultural. Aunque la cultura africana sea distinta a la americana, la muñeca aun sirve como un medio de apropiación cultural a través del cual las niñas aprenden de su propia herencia y con el cual pueden jugar y sentirse representadas. El art toy, por el contrario, busca subvertir las funciones del juguete, pues un juguete que es claramente contracultural solo puede ser apreciado en su totalidad por aquellos que ya entienden la cultura y pueden ver cómo el concepto del

juguete la desafía. El objeto ya no es un juguete lúdico sino un medio de expresión de una opinión o mensaje, y este mensaje solo puede ser captado en su totalidad por los adultos.

Como tal, el art toy es un juguete hecho para los adultos, cuya función lúdica y educativa han sido alterados a propósito, con raíces en la artesanía y cuya intencionalidad, más que la comercialización, es la cre

ación de un producto coleccionable con producciones a bajos números.

Nos surge entonces la pregunta de qué diferencia al art toy de una pieza escultórica en el sentido más tradicional. Esta pregunta es un poco más difícil de responder, pues en realidad el art toy sí hace parte del arte como escultura (atelier, 2019). La línea que divide estos dos grupos no es clara, pues el art toy realmente es arte, pero podemos nombrar algunas opiniones generales que hemos obtenido de los artistas que fabrican los juguetes:

El art toy es un juguete híbrido entre la escultura y el juguete y sus dinámicas sociales se dirigen más hacia el arte contemporáneo, son objetos coleccionables; y se comportan como un juguete normal (tradicional) muchas veces de ellos sirve para distraerse o para generar una pequeña interacción con el elemento, en cambio el juguete de autor te puede comunicar un territorio, un proceso, una técnica y puede ir a una galería, a un estudio de diseño y venderse serializado o en masa. Vi en el juguete un crisol de ideas, de profesiones

y no solo como un elemento de lúdica, sino que también como un proceso artístico, una metodología de diseño, una expresión al arte contemporáneo (Espinel, p. 40, 2020).

Un art toy tiene muchas características que hemos encontrado que lo diferencian, sin embargo, es una categoría joven que sigue reinventándose y generando sus propias reglas. La principal es que la historia o storytelling del personaje viene del mismo toy a diferencia de un juguete tradicional que puede ser una reinterpretación del entorno o una figura sacada de un cómic o película. Con respecto a la escultura una de las principales diferencias es que debe tener la estética de un juguete, aun así hayan art toys muy lujosos o de gran escala, ese lenguaje de juguete lo separa desde el saque. (Peregrino, 2020)

Un art toy en realidad es una obra conceptual de carácter mixto que se sirve simbólicamente del lenguaje del juguete como medio de expresión personal. Su función no es la de jugar con él sino la de formular reflexiones de diferente tipo. (Subira, 2020)

En general, el art toy no nace como escultura, sino que nace como juguete al que se le subvierte el propósito. En un sentido es como la escultura dadaísta, en la cual se toman objetos que no eran arte para volverlos arte. El art toy toma juguetes, subvierte su función y los transforma en arte. El art toy, más que para su exhibición, está pensado para la colección, lo que hace que, a diferencia de la escultura, que en la mayoría de casos da un

producto o serie de productos únicos, el art toy trate de hacer una tirada más larga pero no en escalas comerciales.



Figura 11. El hombre endeudado por Hernando Blandón (2019).

Fuente:hernando.blandon.com

Esta imagen híbrida de la obra del diseñador Hernando Blandón nos permite preguntarnos ¿qué hace que el arte sea arte, exactamente? ¿Dónde residen las claves de la experiencia estética que le da forma? Finalmente, en el marco de un mundo que ha visto surgir el debate entre la estética y la antiestética, nos preguntamos ¿Dónde comienzan y diluyen las

fronteras estéticas que antes parecían claras, delimitadas? La respuesta posible se elabora en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO 3

LA ESTÉTICA Y LA ANTIESTÉTICA

En este capítulo haremos un breve recorrido por las teorías estéticas de Paul Mattick Jr. aborda (1993), quien a partir de un acercamiento inicial a la relación entre estética (y filosofía del arte), y el campo mismo del arte o la teoría del arte, señala algunas de las preguntas fundamentales que a la luz de esta relación han adquirido (o readquirido) una significancia fundamental: ¿qué es, de hecho, aquello que hace del arte, arte? ¿Cuál es la naturaleza del desafío que pretenden representar las corrientes que se definen por antiestéticas? ¿Hasta qué punto el arte, o al menos cierto tipo de arte, puede entenderse como no-arte?

Para afrontar el reto de aventurar respuestas a preguntas como estas, se acude a un ejemplo que, a modo de hilo conductor, permite hilvanar los elementos del debate justo antes de darle inicio, y dar las últimas puntadas a la hora de concluir: la estética, se dice en principio, citando a Barnett Newman, es “como la ornitología debe ser para los pájaros” (citado en Sixto, 2019, p. 14), poniendo así al artista y al esteticista en polos radicalmente opuestos de relación con el arte en sí mismo.

Sin embargo, a partir de aquí empieza a desarrollarse la idea de Newman, puesta en el contexto específico (y como respuesta al mismo) de una corriente estética ortodoxa, limitante, incapaz de ver el arte más allá del objeto en sí mismo, como parte de fenómenos que lo trascienden y, a su vez, le dan significado.

Para alimentar esta reflexión, conviene acudir también al texto de Meyer (2004), donde se señala, como posible explicación para rupturas tan radicales como la de Newman, la oposición del Avant-gardism al concepto de belleza, cuyas nociones polarizantes despreció, por reducir el arte a una expresión ciertamente superficial y, en gran medida, despolitizada.

Así, el discurso antiestético se construye alrededor de algunas nociones que rechaza: los cánones de belleza propios de la Ilustración, y su relación inherente con los principios conservadores; la incapacidad para asumir, en toda su complejidad, los procesos deconstructivos propios de la modernidad, capaces de llevar la noción de arte (y, por tanto, de belleza, significado, experiencia estética, etc.), a niveles que ese cánón (al menos en teoría) rechaza o subestima; la inflexibilidad que impediría adaptar las transformaciones experimentadas por las artes visuales en general dentro del concepto de “arte”, en el marco de su viraje hacia principios como el del consumo masivo y popular.

A su vez, sólo a la luz de este viraje, de acuerdo a algunos de los autores cuyos textos Meyer introduce, es posible entender el aparente viraje de un gran número de artistas y críticos hacia una especie de “nostalgia de la belleza”, que parecen sacar de contexto y reducir los aportes de algunas corrientes como el posestructuralismo y los estudios culturales.

¿Tiene esto que ver (se preguntan) con el frenetismo despótico de la actualidad, cada vez más comprometida con los avances tecnológicos y las transformaciones sociales de ellos derivadas? Es decir: ¿acaso la incertidumbre propia de los tiempos modernos y sus cronologías apresuradas, irregulares, busca ser conjurado a través de la invocación nostálgica de la belleza, como lugar seguro y confortable en el cual refugiarse durante estos tiempos aciagos, desprovistos de las certezas que un concepto totalitario de belleza podría brindar para cobijarse?

Esto parece fundamentar una idea que se ha ido asentando, sobre la cual han girado múltiples reflexiones multidisciplinares: ¿son el gozo o placer estético y el compromiso social absolutamente irreconciliables en el arte? Siguiendo la línea de este dilema, Danto, uno de los autores introducidos por Meyer (2004), se pregunta por qué, si la belleza tiene algún valor o rol social, el placer visual y la belleza, como conceptos, fueron irremediabilmente separados de la política. Para entenderlo, se plantea, hace falta entender también las corrientes que enarbolan, plantean o fomentan dicha división: Dadaísmo y constructivismo, en principio, y más tarde otras como la cultura pop, minimalismo y posmodernismo.

Mattick plantea un aparente cese al fuego entre las posturas estéticas y antiestéticas en la figura de Andy Warhol, que usa para ejemplificar. Warhol comprende, plantea Mattick, algo

que muchos artistas que adhieren a corrientes antiestéticas parecen obviar, y que él explica en esta cita de Bordieu:

“nothing more clearly reveals the logic of the functioning of the artistic field than the fate of these apparently radical attempts at subversion. Because they expose the art of artistic creation to a mockery already annexed to the artistic tradition by Duchamp, they are immediately converted into artistic "acts," recorded as such and thus consecrated and celebrated by the makers of taste. Art cannot reveal the truth about art without snatching it away again by turning the revelation into an artistic event” (2004, p. 12).

Separando el arte, o al menos “su arte”, de la estética en su sentido más convencional, Warhol puede, según Mattick, dar forma a la premisa fundamental de su producción: apreciar a la vez la estética propia del diseño comercial, la cultura pop y la publicidad, mientras considera el arte “un trabajo más”. Esto le permite asumir posturas y ejecutar proyectos que claramente rompen con los cánones de la estética más ortodoxa, a la vez que mantiene la esencia del “acto” artístico y se sirve del mismo para expresarse. Sus famosas cajas Brillo pudieron, por tanto, nutrirse tanto de la cultura capitalista (si se le quiere llamar así) y su producción masiva, en serie, como del lenguaje propio de la publicidad y, más importante aún, su facultad artística, capaz de resignificar lo que, en otro contexto, tiene un significado absolutamente distinto. En principio, una reconciliación parcial entre la

estética y la antiestética o, todavía mejor, la adaptación de sus matices a las particularidades de la obra de Warhol.

Esto, si se quiere, gravitaría según Mattick en un punto medio entre la concepción radical y reduccionista de la dupla arte/belleza defendida por la estética más ortodoxa, y aquel arte posmoderno que resulta, en la práctica, inaccesible para el observador que no cuente con la formación específica para descifrar sus códigos, lo que “is an index of the extent to which art training, production, and reception have been absorbed by academic institutions” (2004, p. 16).

Así, por ejemplo, el impresionismo sería fácilmente accesible para un público no educado, por la familiaridad intrínseca de sus códigos, pero incluso aquí una parte del significado permanecería oculto para aquel que no cuente con formación estética. De ahí el quiebre aparente entre el público general y ciertas corrientes artísticas.

A pesar de ello, plantea Mattick, una negación de la estética, o una postura antiestética, permite al artista experimentar con todo el vocabulario estético del arte moderno, lo que probablemente hace de la interpretación de sus códigos una tarea incluso más compleja. Sin embargo, la percepción de que la experiencia estética no está mediada, o incluso aquella

que pretende decir que su producción no de la estética y, por extensión, de su contexto de producción, es engañosa.

A pesar de los constantes cuestionamientos emitidos por ciertos vanguardismos artísticos hacia la ideología estética y muchos de sus elementos más convencionales, estos contribuyen en función de la lucha por la legitimidad del arte y el éxito comercial del mismo que en cierto modo han propiciado y democratizado las recientes transformaciones técnicas del medio y la incorporación de las artes visuales más allá de la producción televisiva.

En suma, por lo tanto, y a pesar de los legítimos cuestionamientos emitidos por algunos artistas hacia muchos de sus principios ortodoxos y sus concepciones más conservadoras, la estética puede, de hecho, al entender el arte como un fenómeno cultural relacionado intrínsecamente con el contexto, contribuir en la comprensión de la naturaleza y las dinámicas del campo artístico moderno.

Es así como Mattick se remonta, para concluir, nuevamente a la analogía con la que empieza a introducir sus planteamientos: la de la ornitología y los pájaros. A fin de cuentas, la diferencia entre esta relación y la del arte con la estética, radica fundamentalmente en que

los pájaros son completamente incapaces (y no están muy interesados) de cuestionar los principios teóricos bajo los que son estudiados. Ahí radica, precisamente, el valor de los planteamientos antiestéticos: la necesidad de reflexionar críticamente y desde una perspectiva sociopolítica sobre la historia de la estética en sí misma, su relación con el arte (incluso aquel que pretende no serlo) y su función social.

Podemos concluir entonces, que lo horrendo, lo grotesco y lo no bello tienen también la potencia de ser impactante, al ser un acto de provocación en el que el espectador es lo realmente importante, no es lo que siente el autor sino lo que este hace sentir al receptor de la obra; en este sentido, la antiestética no busca conciliar su discurso solo a través lo bello sino de la producción de sensaciones intensas ligadas con lo repulsivo, busca provocar ansiedad, conmocionar, confrontar posturas tal como lo hizo el grito de Edward Munch en su momento. La antiestética es en definitiva el rechazo a la estética establecida.



Figura 12. El grito por Edward Munch (1893). Fuente: <https://bit.ly/2LMb6un>

CAPÍTULO 3

PROPUESTA DE CREACIÓN DE ART TOY: IT HUNGERS

1. Conceptualización:

Para concluir este proceso proyectual y dar una respuesta posible a la pregunta de investigación, partimos de un concepto íntimo, personal, de un trastorno psicológico: la ansiedad alimenticia y los efectos en el comportamiento y su relación con la obesidad, el cuadro clínico de esta patología determina el concepto matriz para la creación de la figura del Art toy. Los trastornos alimenticios han sido ampliamente estudiados por la psicología y la psiquiatría. El principal trastorno que busca representar es el del Comedor compulsivo, llamado en el DSM-5 Trastorno por atracón (Binge Eating Disorder).

A disorder associated with three or more of the following: eating until feeling uncomfortably full; eating large amounts of food when not physically hungry; eating much more rapidly than normal; eating alone due to embarrassment; feeling of disgust, DEPRESSION, or guilt after overeating. Criteria includes occurrence on average, at least 2 days a week for 6 months. The binge eating is not associated with the regular use of inappropriate compensatory behavior (i.e. purging, excessive exercise, etc.) and does

not co-occur exclusively with BULIMIA NERVOSA or ANOREXIA NERVOSA. (U.S. National Library of Medicine, 2020)

En este trastorno se pueden evidenciar varios elementos conceptuales importantes a la hora de formular la pieza: Ansiedad, falta de control sobre los impulsos por la necesidad fisiológica de alimentarse, y la adicción a la comida.

Referentes visuales



Figura 13. Budha, Fuente: <https://bit.ly/3aUs4iN>



Figura 14. Budha. Fuente: <https://bit.ly/3751DWC>

El Buda es un símbolo de serenidad y su obesidad es un presagio de buena fortuna, Abundancia. En el contexto local, sin embargo, el buda siempre ha sido relacionado con la obesidad y la glotonería, usándose el término de manera sarcástica para referirse a los obesos. La relación de esta imagen, junto con la dualidad de la serenidad del buda contra la ansiedad del obeso, hicieron del buda uno de los referentes más importantes a la hora de conceptualizar la figura.

El Monstruo



Figura 15. El Viaje de Chihiro por Hayao Miyazaki. Fuente: Studio Ghibli. El viaje de Shihiro, 2001.



Figura 16. Hiromu Arakawa. Fuente: Hiromu Arakawa/ BONES. Fullmetal Alchemist, 2009.

La figura del monstruo está ligada a la visión estética del cuerpo humano. La deformación, la enfermedad y la atrofia del cuerpo humano. El cuerpo humano genera el terror en estos aspectos, porque simplemente no podemos huir de ellos. En el caso puntual de la figura, la visión occidental del cuerpo perfecto y estilizado contrasta con la monstruosa morbilidad del obeso que no puede dejar de comer, que ve como una actividad que, fisiológicamente es necesaria, pero psicológicamente se ha vuelto una adicción que lo lleva al límite de lo grotesco y lo humano.

La boca es otro de los elementos que exageramos en el monstruo, pues primero porque la boca es por donde se ingiere el alimento, pero también por la expresividad de las

facciones humanas. Una sonrisa puede transmitir serenidad, fortuna, pero también convertirse en un gesto que genera en el que lo ve intranquilidad y temor.

Otros Referentes



Figura 17. Mutantes por Vinyl hardcore. Fuente: <https://bit.ly/3acZPNk>



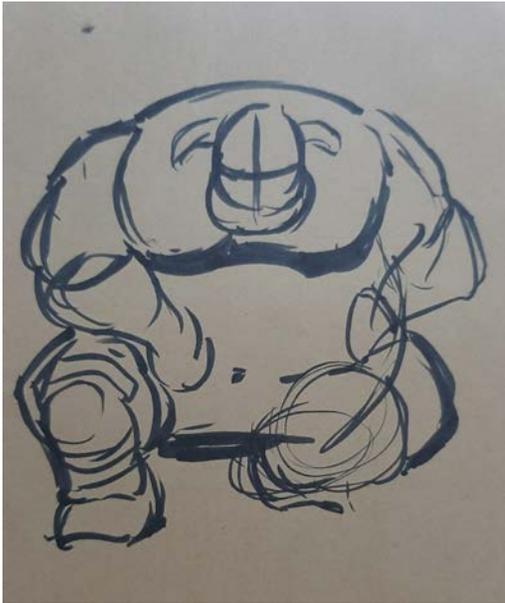
Figura 18. Desata el engendro/ Games workshop. Fuente: <https://bit.ly/2Z4ezHM>



Figura 19. Dragón. Fuente: <https://bit.ly/3pcUlkv>

Estos referentes son piezas actuales de juguetes que en alguna manera se relacionan con la intención estética de la propuesta que hemos realizado, desde la imagen de lo corporal y lo monstruoso

Primeros Bocetos



1. Concept art final



2. Producción

La figura se produjo con la técnica del modelado, en arcilla polimérica GapoArt.

Comenzando con un armazón de papel aluminio que asegura una mejor cocción interna
reducción de la necesidad del material.

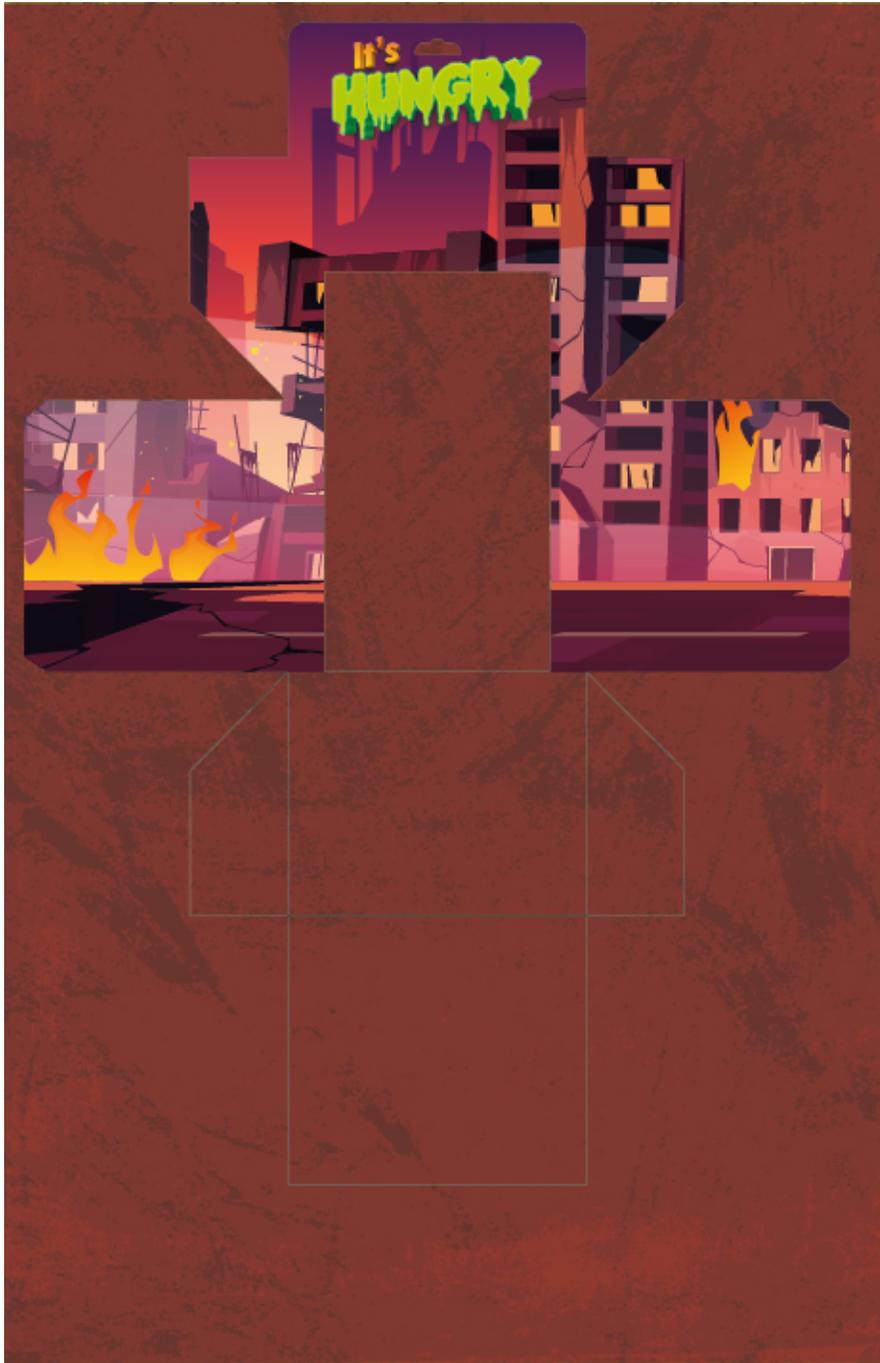


El proceso requirió modificaciones con respecto al concept original, ya que descubrí que el material era demasiado frágil al hornearse y para mantener la apariencia semilíquida propuesta, por lo que se optó por un acabado más liso y redondeado. Después de hornear el material, se aplicó la pintura a mano (ver video anexo)



Para el empaque, el concepto que se considero coherente con la antiética subrayó un escenario apocalíptico en el que el monstruo habita, una ciudad semidestruida por los

grandes daños causados por él. La tipografía utilizada para el cabezote del empaque presenta de forma coherente una apariencia basada en las películas de monstruos de serie b.



BIBLIOGRAFÍA

Akademisyen Kitabevi A.Ş. (2020). ORIGINS OF FOOTBALL IN ANTIQUITY. En A. K. A.Ş., DIFFERENT APPROACHES TO SPORT SCIENCES. (págs. 165-180). Akademisyen Kitabevi A.Ş.

Arango, E. J. (1987). Antología del juguete. Armenia: Comité Departamental de Cafeteros del Quindío.

Atelier, G. (26 de Julio de 2019). Art Toy Una Revolucion En La Historia Del Arte ¿Que es? / Gsus atelier. Obtenido de YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=0kfOzgSV7aU>

Blandón, H . (12 de diciembre de 2018). El subversivo arte de los juguetes de diseñado. <https://laterales.com/disenio/arte-de-los-juguetes-de-disenador/> p. 4

Biblioteca Luis Ángel Arango. (2012). Los niños que fuimos : huellas de la infancia en Colombia. Bogotá: Banco de la República.

Brian Volk-Weiss, T. S. (Dirección). (2018). The Toys That Made Us [Película]. Título de la película

Callois, R. (1967). *Les Jeux et les hommes*. Paris: Gallimard.

Dolansky, F. (2012). *Playing with Gender: Girls, Dolls, And Adult Ideals in the Roman World*.
Classical Antiquity 31, 256-292.

Espinel, I. (21 de Febrero de 2020). *Que es el Art toy?* (D. M. Díaz, Entrevistador)

Francis, B. (2010). *Gender, toys and learning*. Source: *Oxford Review of Education* Vol. 36,
Junio.

GoCelebes.com. (s.f.). *Kaghati, World's First Kite*. Obtenido de gocelebs.com:
<http://en.gocelebes.com/kaghati-worlds-first-kite/>

Matick, Paul Jr. (1993), *Aesthetics and antiaesthetics in visual arts*, *Journal of aesthetics and art criticism*, pp. 253-259.

(U.S. National Library of Medicine, 2020) Mejía, F. A. (2005). *ARTISTAS Y JUGUETES*. Madrid:
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID.

Mesa, L. (20 de Febrero de 2020). *¿Que es el Art toy?* (D. M. Díaz, Entrevistador)

Museo Pedagógico y del Niño de Castilla-La Mancha. (Junio de 2016). Museo del Niño Historia del juguete. Obtenido de Museo del Niño: <https://www.museodelnino.es/wp-content/uploads/2016/06/Historia-del-juguete.pdf>

Schiller, Friedrich. (1952) La educación estética del hombre, trad. de Manuel García Morente. México, Espasa-Calpe.

Sixto, Rita (2019), Pájaros y ornitólogos. Una analogía para pensar la relación entre práctica artística e investigación, Universidad del País Vasco.

Toys, D. M. (24 de Junio de 2020). ¿Que es un art toy? Obtenido de YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=0WINF27VRfg>

Williams, C. L. (2006). Inside toyland: working, shopping and social inequality. Berkeley: University of California Press.

U.S. National Library of Medicine. (15 de 11 de 2020). Medical Subject Headings. Obtenido de Binge-Eating Disorder MeSH Descriptor Data 2020: <https://meshb.nlm.nih.gov/record/ui?ui=D056912>

ANEXOS

ENTREVISTAS

Entrevista 1. LEONARDO MESA

1. ¿Por qué te dedicas a la creación del juguete? ¿cómo llegaste a esto?

Hola, mi nombre es Leonardo Mesa, conocí los Art toys por medio de la ilustración como en 2009, 2010, en el ejercicio de la Universidad que yo estaba en esa época, había una cosa como intervención de gráficas sobre volúmenes, entonces a partir de ahí empecé a encontrar en flicker, en ese momento, un montón de cosas que se hacían alrededor y el movimiento que en mi mundo estaba como creciendo.

2. ¿Qué educación o cursos has recibido de habilidades que uses en tu oficio?

Yo empecé a hacer esto con otro par de personas como a poder elaborar objetos y nos acercamos a un maestro en Bogotá, que nos transmitió el conocimiento sobre el vaciado de resinas, a la escultura básica y una teoría de materiales muy cercana y eso lo mezclé con unos conocimientos que ya tenía de mi papá, no hace juguetes como tal, pero el trabaja restaurando lámparas y parte de esos conocimientos los mezclé con los que nos dio este maestro y en esa época también trabajaba con una empresa de resinas y con esas tres cosas empezamos a crear objetos

3. En tu experiencia y opinión, ¿qué diferencia a un Art toy de un juguete tradicional y de una escultura?

El primer juguete que yo armé fue en porcelanacrón, un vikingo que hice. Luego hice una pin up, esos fueron trabajos universitarios pero ya hacia la técnica y pensando el Art toy, en ese colectivo que éramos en ese momento y luego cuatro, empezamos a trabajar sobre la identidad colombiana y la historia de cada una de ellas, entonces a partir de leyendas, o de

observación de objetos, creamos una colección, en ese momento había un Tucán, visto desde los quimbayas, otra persona hizo un personaje inspirado en los poporos y el mío era una apropiación del Sombrero. Esos los alcanzamos a prototipar en rotomoldeo. Antes de ese que fue el que me dio la visión de que me gustaba hacerlos, hubo un muñeco de peluche que creé cuando fui invitado a la bienal de ilustración de Beatriz Lava, en la cual nos daban un juguete en blanco de peluche y lo interveníamos, entonces yo lo intervine con rasgos colombianos, era un muñeco que por un lado era una calavera sonriente y por el otro una calavera triste y como rasgo especial le hice una ruana, que para nosotros puede ser algo muy sencillo pero para la gente en Europa oriental es algo súper exótico, entonces fue uno de los juguetes que más gustó en esa exhibición. Eso fue por allá como en el 2013. Bueno, ya trabajamos con el colectivo e hicimos varias piezas, me acuerdo de algunas, por ejemplo, una serie de animales intervenidos sobre la violencia que fueron los prototipados en 3D, impresos en 3D con ayuda del exploratorio, esos eran unos animales, un toro que tenía unas puntillas clavadas, unos pollitos que estaban como unos Nuggets y un cerdo que estaba cortado como si fuera una salchicha, esos fueron presentados en la exposición que se hizo en esa época con el colectivo, en Carlos E, en la galería que tiene Bellas Artes de La universidad de Antioquia.

También se hicieron unas alianzas con unos Toys de China que se llamaba awesome toys de HonKong y ahí intervenimos unos que ellos mandaron, habían dos leyendas, uno era un Jinmeiken que es como esos perros japoneses que tienen cara de humano y el otro era un Kaiju, que son moscas gigantes de la imaginación japonesa de las películas de los 60's, la intervine y yo a esa mosca la convertí en un papa, un Benedicto XVI, que era como un astronauta y tenía al divino niño con cabeza de mosca sostenido.

¿Qué otros juguetes he hecho? Hice por ahí un pato como los de Fisher Price que uno llevaba con una cuerda, pero tenía una cabeza de calavera, también tenía otro que es inspirado en una leyenda personal que también se fue para España que se llamaba la turumama, que es como una señora con la que mi abuelito me asustaba desde pequeño y todavía se produce.

También por EXPLORACIONES con el Maestro Nuca, trabajé un toro con unos pollitos que hace poquito se vendió, viendo la quema de barro, en cerámica también trabajé otras piezas que eran como dos compañeros que se acompañaban, fue una edición muy cortica que se hizo en co-creación y ahorita que digamos que, con mi marca, le estoy dando fuerza a un personaje que se llama La Tía Empanada; ya lleva un par de años en exploración y creación.

4. Pregunta: ¿Qué otras estéticas maneja en el ámbito de los juguetes?

Respuesta: A mí me gusta basarme en la identidad colombiana pero salirme de los clichés, ponerle algo que aprendí del creador de head robot que es la yuxtaposición, que es sacar un concepto de un contexto y aplicarlo al otro, entonces, por ejemplo esta impresión que tenía en 3D la intervenía manualmente con elementos que violentaban al animal, como para hablar de un discurso un tanto político. Siempre me ha gustado dar carga conceptual a los objetos, así se noten o no; por ejemplo la tía empanada era un personaje que había creado pero me faltaba como un peso político y ya la exploté total, el año pasado que salió el código de policía que prohibieron la venta en la calle, yo dije no, esta va a ser un personaje que tiene 50 años que iba a pensionarse pero no pudo porque se le olvidó pagar sus prestaciones, entonces trabajó toda la vida, tiene venas várices, sufre de stress, está fumando, pero al darse cuenta de las situación, sale y protesta, ella se ve como un personaje rudo pero por dentro tiene un patico que es su voz interior que le ayuda a moverse por buenas causas. Siempre me interesa identidades colombianas con cuestiones del contexto político que a mi me inquietan, son esas dos cosas.

5. Cómo enfocas la comercialización de tus productos? Canales de comercialización, publicidad, ventas etc...

Varias estrategias se han intentado, vender afuera. A lo largo del recorrido que he tenido he buscado la forma de comercializarlo porque efectivamente es algo que por costos de producción, tecnología que tenemos en el país y por el conocimiento del mercado de los Art toy, es algo que todavía es difícil y que está incipiente. Yo creo que en este año y el año pasado hay cosas del contexto que están ayudando a que se pueda conocer más, pero como siempre gusta más lo de afuera que lo de acá adentro, cosas como por ejemplo que J Balvin está trabajando con una marca que hace Art toys pero no en Colombia y que le dio la imagen a su gira y que el mismo se vuelve coleccionista, hace que eventualmente esto se vuelva algo pop, algo de la cultura popular, llamándola en el gran sentido de la palabra y no en nuestro sentido popular y hace que la gente que es seguidora del reguetón o de J Balvin, eventualmente se interesen por esto, me parece muy peculiar que el año pasado apareció un modelo comercial como alguien en Medellín que se hace llamar un toy broker, compra juguetes de Estados Unidos, de tiendas, los vende a otro precio, los subasta, el aparece como una figura de curador y en esa misma curaduría como en todo el mundo del arte contemporáneo y del arte clásico, también se mueven ciertas influencias, y eso. Yo me he querido mantener al margen de eso porque mi lenguaje dista un poco como dentro de la cultura popular y algunas cosas con las que no estoy de acuerdo, entonces digamos que lo que yo intento hacer desde mi modelo es educar y enseñar a la gente a hacer porque yo creo que todo el mundo puede hacer sus juguetes y todas las edades pueden hacer sus

juguetes, eso es algo que me he dado cuenta por los talleres. También siento que es mejor pensar en local y siento también en el compromiso que tengo con el planeta, en el cual yo vendo los juguetes localmente, al que le interese nacionalmente listo y si voy a otro país pues los venderé allá; pero mover cantidades internacionales creo que se está rompiendo, incluso digamos que en la técnica trato de mantener manos locales que me ayudan a mí o intento mantener procesos que estén a la mano de nosotros y los vendo en ferias que son análogas, ferias de ilustración, ferias de tatuajes. Los canales y las redes sociales ayudan, pero no se puede hacer solo una estrategia, hay que tener siempre como una mezcla. Entonces, están las ferias pero en algunas no vendo tanto sino que me doy a conocer y termino cerrando la venta en redes sociales, principalmente Instagram, Facebook no es una plataforma que funcione para los Arttoy porque el público que tenemos es un público joven, por lo tanto pensar en juguetes de 100 dólares, 200 dólares, 300 dólares me parece que es algo vanal, que tiene mucho más que ver con el ego, mientras que puede llegar, por ejemplo aquí hay otras marcas que trabajan con el Art toy de una manera interesante y que no es un Art toy, con tal ¿No se puede decir nombres? Me parece que el abordaje de Sadoy cuando muestra el juguete como un tipo de meme, es chévere porque finalmente no busca que se vendan piezas como tal, sino que hay un discurso alrededor interesante y es directamente del público que lo compra. Pienso que toykers que es un equipo, porque no es una sola persona, que la tiene muy clara y tienen buenos métodos de producción y se mueve como hacia el blank toy que la gente lo interviene y está haciendo cosas muy chéveres desde es punto, desde lo que yo llamaría Arttoy. Y otras personas que hacen objetos y juguetes que me parecen que están chéveres y que llevan muchísimo tiempo acá como son Tostytoys que son juguetes que se han hecho es bajo pedido y que ya ha experimentado, se da cuenta que es algo que a ella le gusta y que a la gente también le gusta, entonces funciona. The birs toys, también se ha mantenido y es alguien que vivía solo de vender juguetes y objetos y también se ha mantenido; su temática ya tiene el nicho del público con el cual está. Esos son los que yo pienso están en este momento chévere en Colombia.

¿Qué temáticas inspiran tu estilo gráfico para el art toy? tendencias, movimientos etc...

El Art toy nace como un movimiento de contra cultura, es una respuesta que puntualmente nace en Asia, varios artistas como Haruki Murakami, Haruki no, murakami, el escultor, se están preguntando y Michel Law, puntualmente, se están preguntando: ¿Por qué los juguetes que nosotros tenemos, solo vienen de empresas? Solo vienen puntualmente de matel y hasbro, que nos vende a nosotros unos valores, porque el juguete digamos es una

pieza, una punta de lanza para propaganda, porque se les da a los niños y cuando yo le doy una barbie a una niña, no le estoy dando solo el juguete, sino que le estoy dando un estilo de vida, unas aspiraciones, unos sueños, unos ideales que van implícitos ahí. Entonces ellos dicen, pues somos asiáticos, una barbie está muy lejana a nosotros y un carro carece de sentido, entonces por qué nosotros no podemos hacer los juguetes, entonces Michel Law sacó unos muñecos que partían de una base de un muñeco “Ken” pero hablaban era como del rapero, el grafitero, salieron mucho de la escena urbana y a partir de esto le dieron a los escultores, a los artistas y a los diseñadores el poder de decir, hagan sus propios juguetes. La escena más vieja es allá, en Asia, en Corea, en Taiwán y luego en Japón, en Japón se mezcla con artes tradicionales del juguete como el SOFUBI, que nosotros lo conocemos como juguetes de vinilo, entonces llega a EE. UU, a New York, hay tiendas grandes que se encargan de moverlo como ToyTokio o Rotofugi y que crean que aparezcan estos grandes asesores de juguetes, no como empresas sino como artistas como Jowler Beller y luego hacen que se vengán hacia el sur, en Mexico hubo una gran movida de juguetes de vinilo hace unos 10 años, ahorita no está tan grande y que ha ido bajando hacia Colombia y hacia otras latitudes del continente. En Colombia, lo primero que yo he encontrado de Art toy, fue una exposición que hizo el artista Felipe Bedoya en Casa Ensamble, en Bogotá entre 2007-2008, trae figuras grandes de un Munny de kid robot, invita a artistas clásicos a intervenirlos, había entre esos una figura muy grande de él, había también de Grau, bueno, varios artistas que lo intervinieron y se dan a conocer por lo menos a través de la prensa y hay un precedente y ya creación de juguetes, de los primeros, pues Paper Toys, que siempre ha habido, pero un juguete como tal pensado para hacer un art toy y un blank toy, era urbandru. Aquí en Medellín hubo incluso una colaboración que se hizo con Kiss Robot de un dragón que se lanzó, que era con Bestia extraña Vendieron aquí Art toys como en el 2011-2012 , pero por los costos del Arttoy, que es un juguete caro, hablando en dólares, es muy difícil moverlo acá o por lo menos hasta este momento está siendo difícil poderlo mover, pues Bestia extraña cerró y todas esas piezas desaparecieron. Entonces la producción aquí ha estado apareciendo, desapareciendo, urbandru ya no hace más juguetes, porque el ya no está, digamos hay muchas iniciativas pero pocas se mantienen porque por lo general estos diseñadores de juguetes que existen ahora su futuro profesional es mucho más exitoso que la producción de juguetes, entonces dejan de hacerlo. Urbandreu, ya está en Estados Unidos, haciendo audiovisuales, y ya se fue. Aquí está apareciendo Maure, tiene unos juguetes muy chéveres, en UPB puntualmente, pero ellos tienen un trabajo que los ocupa todo el tiempo y su producción no pasó de ser una producción académica. Vamos a ver qué pasa con Sadoi, pero yo creo que gracias a esto que está pasando con J Balvin , a estos eventos que está haciendo se están dando a conocer,

nos puede ayudar, a ver que tal nos va, porque por lo menos en ventas de Art toys todavía no se puede ver.

ENTREVISTA 2. Emilio Subira

6. ¿Por qué te dedicas a la creación del juguete? ¿cómo llegaste a esto?

Es una especie de homenaje. Las figuras de acción tuvieron gran importancia durante mi infancia en la estimulación de mi imaginación y como primer contacto con el mundo de la escultura y lo fantástico.

2. ¿Qué educación o cursos has recibido de habilidades que uses en tu oficio?

Soy licenciado en Bellas Artes, especializado en escultura. A partir de ahí he continuado mi formación por mi cuenta en otros campos como el digital de manera autodidacta.

3. En tu experiencia y opinión, ¿qué diferencia a un Art toy de un juguete tradicional y de una escultura?

Un art toy en realidad es una obra Conceptual de carácter mixto que se sirve simbólicamente del lenguaje del juguete como medio de expresión personal. Su función no es la de jugar con el sino la de formular reflexiones de Diferente tipo.

4. ¿Qué técnicas de producción usas? Ej: vaciado en molde, máquina rotativa, impresión 3d etc...

Uso modelado tanto digital como tradicional para la creación de la pieza maestra, la cual luego reproduzco en serie a través de moldes.

5. ¿Cómo enfocas la comercialización de tus productos? Canales de comercialización, publicidad, ventas etc...

Es un trabajo bastante independiente, haciendo uso de la autopromoción sobre todo en redes sociales y a veces también a través de plataformas especializadas o exposiciones. Las ventas suelen ser de manera directa a través de mi página web.

6. ¿Qué temáticas inspiran tu estilo gráfico para el art toy? tendencias, movimientos etc...

mis piezas son fruto de reflexiones personales, teóricas y estéticas, desde un punto de vista a menudo irónico o sarcástico. Intento formular estas reflexiones en base a una estética personal que evoca figuras de acción al estilo de los años 80/90

ENTREVISTA 3. Art Toy Origen Peregrino

1. ¿Por qué te dedicas a la creación del juguete? ¿cómo llegaste a esto?

Somos diseñadores de formación y hacia el 2015 habíamos iniciado nuestra pequeña firma de branding pero sin mucha certeza de nuestro papel como diseñadores, Diego ya había empezado con la exploración de minifiguras custom de Lego, eso volvió a despertar nuestra curiosidad por crear algo propio y los juguetes siempre han tenido un lado lúdico y un lenguaje pop que nos encantaba.

2. ¿Qué educación o cursos has recibido de habilidades que uses en tu oficio?

No propiamente en el diseño o desarrollo de art toys pero el mix de especializaciones que teníamos entre todos nos permitió poder hacer los primeros bocetos del personaje, el manejo de síntesis, color y prototipado desde la universidad y en nuestra experiencia como diseñadores nos permitió empezar. Luego conocimos a muchos talleres, artistas y especialistas en distintos rubros que nos enseñaron sobre impresión 3D, cerámica, madera, resina, moldes, acabados, pinturas, etc.

3. En tu experiencia y opinión, ¿qué diferencia a un Art toy de un juguete tradicional y de una escultura?

Un art toy tiene muchas características que hemos encontrado que lo diferencian, sin embargo es una categoría joven que sigue reinventándose y generando sus propias reglas. La principal es que la historia o storytelling del personaje viene del mismo toy a diferencia de un juguete tradicional que puede ser una reinterpretación del entorno o una figura sacada de un comic o película. Con respecto a la escultura una de las principales diferencias es que debe tener la estética de un juguete, aún así hayan art toys muy lujosos o de gran escala, ese lenguaje de juguete lo separa desde el saque.

4. ¿Qué técnicas de producción usas? Ej: vaciado en molde, máquina rotativa, impresión 3d etc...

Siempre estamos explorando técnicas y procesos para lograr concretar las ideas que van saliendo, principalmente usamos resina de poliéster con moldes de silicona, cerámica de alta y baja temperatura con moldes de yeso, impresión 3D de resina y filamento, corte láser, mecanizado CNC, modelado manual en masa y/o arcilla, tallado en madera, etc.

5. ¿Cómo enfocas la comercialización de tus productos? Canales de comercialización, publicidad, ventas etc...

Nosotros nacimos en Facebook y fuimos invitados a casi desde el principio en Galería Índigo, un espacio de arte y diseño importante aquí en Lima. Luego ingresamos a Instagram y ahora también estamos en una tienda de decoración más, DecoEstudio. Somos muy conscientes de que debemos mantener una comunicación constante de nuestro trabajo, todos los días intentamos hacer publicaciones de nuestros toy o del universo que le hemos creado a través de ilustraciones y renders. La idea es mantenernos presentes para poder generar un deseo de compra hacia nuestros productos

6. ¿Qué temáticas inspiran tu estilo gráfico para el art toy? tendencias, movimientos etc...

En principio nos inspira nuestro país y todo su registro cultural, desde el pasado hasta el día de hoy. Sobre esta base cultural hemos definido nuestro estilo como minimalista pop. Obviamente también tenemos como referencia otros artistas del art toy como Kaws, Jason Freeny, Rafael Lanfranco, Folk Chamac, Mr Mitote, Chocotoycute, Bear Brick y muchísimos otros que seguimos.

7. ¿En qué exposiciones, eventos, galerías, etc. has participado?

Desde el primer año que empezamos empezamos a participar en colectivas de arte y diseño en Perú, Colombia, México y España. Además de dictar charlas, conferencias y talleres para compartir lo que hacemos. También hemos realizado exposiciones individuales hasta el momento Danzaq Atipanakuy (2017), un tributo a los danzantes de

tijeras, Fancy Bomb Vol. 1 (2019), nuestra primera exposición de customs y El Rescate del Sol, una leyenda Moche (2019) una colección basada en un mito de la cultura Mochica.

Entrevista 4. Artefacto Inc

1. ¿Por qué te dedicas a la creación del juguete? ¿cómo llegaste a esto?

Vi en el juguete un crisol de ideas, de profesiones y no solo como un elemento de lúdica sino que también como un proceso artístico, una metodología de diseño, una expresión al arte contemporáneo y llegue a través de conocer a mi maestro que trabajaba realizando promocionales para bonice, para papas margarita y un sinfín de productos.

2). ¿Qué educación o cursos has recibido de habilidades que uses en tu oficio?

Como diseñador gráfico, el desarrollo de empaques, afiches, stickers, en cuanto al 2D. En la parte tridimensional si ha sido un proceso autónomo, exploratorio y al mismo tiempo compartiendo el conocimiento.

3). En tu experiencia y opinión, ¿qué diferencia a un Art toy de un juguete tradicional y de una escultura?

El art toy es un juguete entre la escultura y el juguete y sus dinámicas son más hacia el arte contemporáneo, son objetos coleccionables; y un juguete normal (tradicional) muchas veces de ellos sirve para distraerse o para generar una pequeña interacción con el elemento, en cambio el juguete de autor te puede comunicar un territorio, un proceso, una técnica y puede ir a una galería, a un estudio de diseño y venderse serializado o en masa.

4). ¿Qué técnicas de producción usas? Ej: vaciado en molde, máquina rotativa, impresión 3d etc...

Impresión 3D, fresado, tridimensional, resinas, modelado tridimensional, paper toys, plus toys, de todo creo que explora aires es un gran potencial para mí. Y moldes vaciados en resinas, silicona, yeso, cuando la producción es en casa. En cuanto ha roto molde hice una exploración muy pequeña, sé el procedimiento de los moldes de cobre, los baños electrolítico, los tapones y en estas fechas estoy modelando una figura para roto molde.

5). ¿Cómo enfocas la comercialización de tus productos? Canales de comercialización, publicidad, ventas etc...

En cuanto a la comercialización, soy parte del colectivo internacional “art toy y gama” tenemos una plataforma de exhibición donde montamos nuestros juguetes y no solo los de nosotros sino de artistas emergentes y a través de instagram y nuestras redes sociales.

6). ¿Qué temáticas inspiran tu estilo gráfico para el art toy? tendencias, movimientos etc...

Me inspiro en lo cotidiano, me inspiro en lo diario, creo que nuestras temáticas son bien valiosas a la hora de diseñar todo parte de lo que es ser colombiano a la hora de proponer un juguete de autor.

TABLA DE FIGURAS

Figura 1. Muñeca romana.	Fuente: https://bit.ly/3d4zUZJ
Figura 2. Soldados medievales.	Fuente: https://bit.ly/3d10BhZ
Figura 3. Automáta.	Fuente: https://bit.ly/3abdc0p
Figura 4. Casa de muñecas holandesa.	Fuente: https://bit.ly/36nWwR3
Figura 5. Tren mecánico.	Fuente: https://bit.ly/3jHzWZ
Figura 6. Barbie.	Fuente: https://bit.ly/3ab49MT
Figura 7. Barbie.	Fuente: https://bit.ly/3ab49MT
Figura 8. G I Joe.	Fuente: https://amzn.to/3p9gmpz
Figura 9. Logotipo Fabrica Nacional de muñecos	Fuente: https://bit.ly/2OzUwPA
Figura 10. Antiguo logotipo Industrias Búffalo	Fuente: https://juguetesbuffalo.com/
Figura 11. El hombre endeudado por Hernando Blandón (2019).	Fuente: hernando.blandon.com
Figura 12. El grito por Edward Munch (1893).	Fuente: https://bit.ly/2LMb6un
Figura 13. Budha.	Fuente: https://bit.ly/3aUs4iN

Figura 14. Budha.	Fuente: https://bit.ly/3751DWC
Figura 15. El Viaje de Chihiro por Hayao Miyazaki.	Fuente: Studio Ghibli. El viaje de Shihiro, 2001.
Figura 16. Hiromu Arakawa.	Fuente: Hiromu Arakawa/ BONES. Fullmetal Alchemist, 2000.
Figura 17. Mutantes por Vynil hardcore.	Fuente: https://bit.ly/3acZPNk
Figura 18. Desata el engendro/ Games workshop.	Fuente: https://bit.ly/2Z4ezHM
Figura 19. Dragón.	Fuente: https://bit.ly/3pcUIkv