

ARXIU / MUSEU DEL JOGUET DE CATALUNYA-FIGUERES



Petits objectes del desig

Nines de les cases Jumeau o Bru, de París, amb les quals havien jugat les nostres àvies, avui dia no sols no han estat arraconades, sinó que s'han revalorat fins a límits milionaris.

Dalt, una nina de François Jumeau. Pertany a la col·lecció del museu del Joguet de Figueres.

La nina de col·lecció, molt allunyada de la juguina en la seva concepció, tant pel que fa al preu com a la qualitat, té els orígens a mitjan segle passat. L'estat francès va ser un dels primers llocs que apostà per aquesta tendència en què es combinava la

nina juguina amb la nina maniquí, un penja-robes en miniatura ideal per emprovar els vestits abans de fer-los a les clientes. Pierre-François Jumeau fou el fundador, el 1842 a París, d'una empresa consagrada inicialment a la creació de cossos de nines de fusta o

de pell, i als vestits que havien de dur. Anys més tard, el seu fill Émile, sempre a la recerca d'ampliar el negoci, va diversificar les activitats de l'empresa i obrí una fàbrica de porcellanes a Montreuil, on començaren a elaborar, a partir de 1873, caps de bescuit (porcellana amb dues coccions). Émile va ser l'iniciador dels *Bebès Jumeau*, nines amb el cap de porcellana sobre un cos articulad de guix o paper *mâché*, en què l'encant del rostre (segons la llegenda, inspirat en un retrat d'Enric IV a l'edat de quatre anys) i els complements (en una primera època fets a mà per Ernestine, la dona del creador) van contribuir molt especialment a la difusió d'aquesta casa. Enfrontada més tard a la dura pressió de la competència alemanya, la casa Jumeau s'associà el 1899 amb altres fabricants per fundar la Societat Francesa de Fabricació de *Bebès* i *Joguines* (SFBJ), amb què van continuar la seva activitat fins el 1957.

Igual de famosos van ser els denominats *Bebès Bru*, de l'empresa fundada per Léon-Casimir Bru el 1866 i que va ajudar a la difusió de la nina de col·lecció francesa, sinònim de qualitat i originalitat i que mai ha tornat a tenir un moment d'esplendor com aquell. Aquestes nines avui dia es reconeixen fàcilment pels seus rostres pàl·lids i arrodonits, d'ulls de vidre penetrants, celles espesses i pestanyes molt marcades. Ara per ara, la cotització d'aquestes nines és força elevada i es poden arribar a pagar fins a quatre milions de pessetes per les peces més rares i originals.

Ràpidament, al mercat francès li sorgí la dura competència alemanya, amb productes molt ben acabats i més varietat quant a fesomes i motius: des dels *bebès expressius* de la casa Kämmer & Reinhardt, fins a les nines models de la marca Cuno & Otto Dressel. La nina alemanya va començar a cobrar importància relativament tard, a començament d'aquest segle, però ha anat consolidant manufactures que han arribat fins els nostres dies i, ara per ara, és la

capdavantera en producció i nous artistes creadors.

L'empresa Gotz va sorgir al final dels anys setanta i ja s'ha situat entre les principals impulsores de la nina de col·lecció, i té sota la seva nòmina artistes tan reconeguts com Sabine Esche, Carin Lossnitzer o Karin Schmidt. L'estrella de la casa, però, ha estat fins ara el creador Philip Heath, que aquest mateix any ha optat per fer la seva darrera col·lecció i retirar-se del negoci abans que fos massa evident una certa manca de creativitat. Mestre en l'art de l'hiperrealisme, les recerques de models per a les seves noves creacions sempre es convertien en veritables esdeveniments a qualsevol lloc del món. Des del Congo (on es va inspirar per a la peça Lualaba) fins a Malàisia (on descobrí la xiqueta que li va servir per fer la nina Jerteh), qualsevol infant podia ser objecte de la seva inspiració i, per tant, un candidat a passar a la posteritat. Segurament el seu art ja devia estar inclòs als cromosomes que li va passar a la seva filla Tara, la qual ha decidit continuar la tradició i deixar volar la seva imaginació. No li deu anar tan malament quan aquest any ja ha tret la seva tercera col·lecció de nadons ètnics, i amb força èxit.

Si hi ha una artista en què es reconegui un especial talent i sensibilitat és la francesa Anne Mitrani. Després de finalitzar els estudis de disseny d'escenaris, pren lliçons d'escultura en una petita ciutat del Migdia; allà va conèixer, el 1981, Abigail Brahm, una artista de nines molt creativa. Això havia de ser un fet decisiu en la seva vida, ja que començà a crear les seves primeres obres, especialment infants, amb què podia expressar millor, segons les seves paraules, "la fragilitat dels sentiments". A partir de 1984 comença una col·lecció de pèl-rojos, fascinada per la transparència i el color de la pell i les seves expressions entremaliades. Zoé és una de les darreres pigades pèl-roges que ha fet per a l'empresa Gotz, i està disponible a l'"accessible" preu de 300.000 pessetes. Malgrat

el que pugui semblar, no és ni de bon tros la peça més cara. És per això que entre els seus col·leccionistes es troben estrelles del cinema com Demi Moore, amb un sou a l'altura de les circumstàncies.

Continuant l'antiga tradició anglesa, el duo britànic de creadors de nines Paul Crees i Peter Coe treballen la cera amb un alt nivell de qualitat. Un material força insòlit avui dia, però en el qual ells, a còpia d'investigar força i buscar nous motius d'inspiració, han adquirit un estil propi ben definit, de rostres angulosos, figures esveltes i acuradíssimes reproduccions de mites de tots els temps. La primera col·lecció de Crees el 1978 estava inspirada en l'actriu Marlene Dietrich. Des de llavors, les seves esperades produccions, de tiratge molt limitat, sempre són ben rebudes pels col·leccionistes, encara que els preus no baixin normalment de les 400.000 pessetes. El trio protagonista d'*Entrevista amb el vampir*, la princesa Anastàsia o un encertat homenatge a Lady Di són algunes de les creacions amb què ens han delectat enguany, encara que, d'altra banda, hagin decidit també ampliar el seu camp d'acció i fer peces de tiratge limitat en vinil, material molt més



manejable i econòmic, un detall que molts col·leccionistes agrairan profundament.

El contraatac nord-americà.

Moltes són les empreses que han volgut fer-se un lloc en el mercat nord-americà, però poques han sobreviscut al llarg del temps: Vogue, Ginny, Tressy... La dura com-

Una nina de l'artista francesa Anne Mitrani. Entre els seus col·leccionistes es troben estrelles de cinema com Demi Moore.

ARXIU / GOTZ



Nines de Philip Heat, creador de les nines hiperrealistes de l'empresa alemanya Götz. Heat s'ha retirat recentment, però la seva filla Tamara ha decidit continuar la tradició.



Nina de Sabine Esche. És un altre dels creadors de les nines Götz.

petència i la contínua aparició de noves idees han fet que molt poques romanguin al peu del canó i que sobrevisquin les que millor s'han adaptat a les noves tendències.

La Madame Alexander Company ja fa més de cinquanta anys que renova la seva oferta i cerca noves línies de creació. Tot començà el 1926, quan les germanes Rose i Bertha Alexander fundaren a Nova York l'Alexander Doll Company i tragueren al mercat les seves primeres nines, que s'inspiraven en celebritats o personatges de ficció com Shirley Temple o Scarlett O'Hara, l'heroïna d'*Allò que el vent s'endugué*. Un fet crucial va esdevenir el seu trampolí definitiu: el maig de 1934 van néixer a Corbeil (Ontario) les cinc bessones Dionne, les quals van passar a ser immediatament les vedettes de l'actualitat. Molts fabricants de nines s'esforçaren per obtenir el dret d'explotar aquest esdeveniment, però va ser l'Alexander Co. la qui finalment, el 1936, aconseguí treure al mercat les cinc bessones Dionne. Ara per ara, l'empresa continua, com sempre ha fet, en la seva línia de reproduir sota uns trets arrodonits, d'ulls grans i boques diminutes, els rostres de personalitats com els Bea-

ties, Evita o la Família Addams, compaginant-ho amb altres línies més dedicades als col·leccionistes. Així van crear nines com la Coco o la Cissy, més encarades cap a un estil de nina model, amb profusió d'accessoris i formes més properes a una *top model* en miniatura. A la darrera col·lecció fins i tot podíem trobar-ne una que feia homenatge a la ciutat de Barcelona, sempre des de l'òptica, un xic extravagant, dels americans.

La incombustible Barbie.

I, parlant de súper models, si alguna nina, des de la seva creació, ha estat la més copiada, desitjada i a la vegada ridiculitzada, aquesta és la incombustible Barbie. La idea va sorgir de la ment de Ruth Handler i del seu marit, Elliot, creadors de joguines de plàstic que, intentant buscar un bon regal per a la seva filla, van trobar una veta d'or. Apareguda l'any 1959, l'aspecte de la primera Barbie era sospitosament massa similar al d'una nina alemanya que corria en aquella època anomenada Lilli, la qual estava inspirada en una coneguda tira còmica del diari satíric Bild. D'un bon començament, l'èxit de la nina no sols s'explicava pel seu aspecte clarament adult, de formes arrodonides i terriblement sexis per a aquell temps, sinó en el fet de crear-li tot un món paral·lel, amb mobiliari, vehicles i vestits de festa o de carrer, adaptant-la immediatament als gustos de cada època. Amb els anys, les formes i el rostre de la Barbie han evolucionat cap a l'estàndard americà de noia rosa, de somriure "profident" i mesures impossibles (100-50-90). Cap al final dels vuitanta es produí una empenta decisiva per a la recuperació d'aquest mite present en tantes generacions i la casa nord-americana Mattel va començar a treure'n sèries dedicades exclusivament als col·leccionistes. Són edicions més limitades i a uns preus més que respectables. Les temàtiques són múltiples i variades, des de la dedicada a les Doll of the World, en què es canvien els trets físics i el color de la pell de la nina i es vesteix segons el país d'origen; Hollywood Legends, on es

recreen amb tot luxe de detalls personatges com l'Audrey Hepburn de *My Fair Lady* o la Marilyn Monroe d'*Els senyors prefereixen les rosses*, o la sèrie més cara fins al moment, la que fa el dissenyador Bob Mackie, en què els preus poden pujar fins a les 170.000 pessetes en el model anomenat Neptune Fantasy. Un preu que queda ridícul al costat del prop d'un milió i mig de pessetes que es pot arribar a pagar entre els col·leccionistes per la nina original de l'any 1959, sempre, és clar, que estigui en bones condicions. Potser algú es pensa que aquesta fal·lera voreja el fetixisme i que omplir les habitacions amb centenars de nines només es pot considerar una aberració, però als Estats Units els clubs de fans es compten per centenars i els seus integrants en són fidels seguidors fins a la mort. Malgrat tot, als darrers anys aquesta passió s'ha vist minvada quan la incombustible Barbie, ja amb quaranta anys al damunt, veia com el seu tron de nina model perillava amb l'aparició de la Gene, una creació de Mel Odom, el qual s'inspirà en l'estrella de cinema Gene Tierney per crear la nina més sofisticada que hi ha actualment al mercat.

A la recerca de la pròpia identitat.

El mercat a l'estat espanyol sempre ha anat una mica endarrerit respecte a Europa: moltes vegades perquè hi havia poca producció pròpia i d'altres perquè el resultat no era d'alta qualitat i es limitava a la fabricació en sèries massives de nines joguina. Potser l'única fita que mereix ser ressaltada va ser el naixement, al final dels anys 30, de la Mariquita Pérez, producte de l'associació entre Leonor Coello i Pilar Luca de Tena, la sòcia capitalista. La bogeria per la nina va arribar al seu grau màxim als anys 40, enmig d'una Espanya franquista de postguerra en la qual permetre's pagar vint duros per una nina era un luxe només apte per a butxaques selectes. Nascuda amb un gran repertori de vestits per a totes les èpoques i ocasions, la nina aviat es va convertir en un fenomen social i arribà a tenir botigues especialitzades, llibres amb

les seves aventures i fins i tot un programa de ràdio; a més d'una família que va anar sorgint, com Juanín, el seu germanet. Molt poc després sorgiren les nines de la competència, la Gisela i la Cayetana; si bé van estar concebudes amb la mateixa intenció, no van adquirir el renom de la Mariquita que enguany s'ha rellançat, adaptant-la als gustos actuals, naturalment.

Les nines d'Onil. El renaixement mundial de la nina de col·lecció a la dècada dels vuitanta va fer que n'apareguessin empreses noves o que d'altres reorientessin les seves estratègies de fabricació per crear un producte prou competitiu amb les nines que venien de fora. La majoria d'aquestes empreses estan ubicades a Onil, la vila de l'Alcoià amb forta tradició en el camp de la joguina infantil, però ara empreses d'altres indrets comencen a mostrar els seus productes. La popular Nancy de la casa Famosa, un autèntic *boom* als anys setanta i ara

objecte de col·leccionisme, va patir un canvi radical en la dècada dels noranta, ja que l'empresa, de manera errònia, va adaptar la seva fesomia i les mesures al tipus Barbie, però l'èxit ha estat ben escàs. En canvi, The Doll Factory, recuperant antics motlles de la desapareguda Berjusa, s'ha especialitzat en el disseny de nadons hiperrealistes, de totes les mides i races. Toyse i Asi, per la seva banda, també combinen la creació de ninos nadons personalitzats amb uns acabats força acurats i una gran varietat de cares i possibilitats. Ja no s'hi val a fer nines fabricades com xurros: els tiratges es limiten a 200 o 300 peces, i amb això s'aconsegueix una major cura i imaginació. Això és precisament el que intenta Carmen González, dissenyadora especialitzada en nines de mida gran, que encara que al principi utilitzava el mateix motlle i només n'alterava el color dels cabells, el pentinat i els complements, ara es decanta per una més gran varietat

ARXIU / GÖTZ



ARXIU / MATTEL

de fesomies i uns millors acabats. El preu dels seus productes ja és més respectable, proper a les 22.000 pessetes. També La Bám-bola, empresa de Barcelona, s'ha decantat per les nines ètniques de múltiples rostres, i amplia cada any el seu catàleg amb nous models cada cop més originals.

Una altra possibilitat dins el col·leccionisme és la que ens proposa, per exemple, la Gabriela, artista independent que, a partir de la fotografia d'una nena o un nen, pot realitzar una nina personalitzada. L'efecte s'aconsegueix a base de veure moltes imatges de la criatura des de diferents angles amb les quals farà un motlle únic per reproduir una escultura en porcellana. Després es guarnirà la nina, que anirà exactament vestida i pentinada com a l'original.

Tot i això, encara falta molt de camí per recórrer, i cal que els artistes s'intentin superar cada vegada més, cercant nous motius d'inspiració, sense imitacions innecessàries i motivant-se plenament en la seva feina. Al mateix temps, és prioritari que les empreses confïn a fer un producte de qualitat i no es conformin amb la joguina tradicional, i a més augmentin el contacte amb altres fabricants per poder obrir-se a nous mercats. El públic potencial ho agrairà.

Guillem Medina

A la foto de dalt, una Barbie i la seva parella masculina, Ken. A sota, nina de Philip Heat inspirada en una nena africana.