



MONOCLÄB/NUM. 15/MAY.05



Como suele ocurrir, a España todo llega tarde, pero termina llegando. Ahora empieza a crearse un hueco para los TOYZ, juguetes de diseño para adultos, que arrasan desde hace diez años en Japón y EEUU, formándose colas inmensas cada vez que sale un muñequito emblemático a la venta y llegándose a pagar hasta 500 dólares por algunas rarezas. ¡Estos japoneses están locos! Y es contagioso.

Inclasificables. Subcutan Spoon es el resultado de la unión de dos artistas, uno de ellos peluquero (Dani Montlleó) y otro con su personal universo subcutáneo (Quim Tarrida), amparados cada uno por su propia firma comercial ficticia (como dice Murakami "sólo aquellos artistas hábiles en el mundo del marketing pueden sobrevivir en el mundo del arte"), que reivindican el lado más lúdico, divertido e irónico del arte, que no soportan la palabra *flexura* o *freaky*, que viven rodeados de objetos fétiche y ansían tener más: crear una marca de importación, distribución y venta especializada en Toyz, y ¿por qué no? Más *freaky* es aquel que se vuelve loco por un Barça - Madrid.

Perseguidores de juguetes. Por ahora se dirigen principalmente al sector artístico, coleccionistas, gente que busca algo novedoso, diseñadores y publicistas. Es una nueva industria con canales diferentes de distribución y que por ello va poco a poco. Para ellos es una forma de salirse un poco del circuito comercial, aunque reconocen que siempre hay que dejar un piecillo dentro.

Las superestrellas de los UrbanToyz. Son prestigiosos diseñadores, graffiteros, ilustradores (Murakami, Kaws, Nathan Jurevicius, James Jarvis, Peter Fowler) que encuentran sugerente pasar sus personajes a formato tridimensional. Es una forma de actualizar la obra gráfica, versionarla y renovarla.

Not for kids. Los pioneros de todo este movimiento, Michael Lay y Eric So, se fijaron en los muñecos para niños (interesante terreno en el que todavía queda mucho por explorar), pero enseguida todo empezó a ir mucho más allá. Últimamente son las grandes marcas las que apuestan por estos mini objetos de culto y ya se están empezando a lanzar colecciones de ropa (Nike, Gucci) para estos irresistibles muñecos que tienen vida propia y todo un historial detrás que puedes descubrir en las cajas donde vienen empaquetados o rebuscando en internet. Este es uno de los aspectos que más fascina a Subcutan

Spoon, todo el proceso de creación del juguete, su background, muchas veces cargado de mundos misteriosos o historias estrambóticas. Una mezcla de comic, pop, infancia, urban art, cine de serie B, manga y el submundo personal de cada artista.

El icono toyz es... Ba@rbrick, un prototipo sobre el que se han hecho multitud de versiones. Buscadísimos en el mundo del coleccionismo. Cuando abres la caja no sabes con cual te vas a encontrar (tipo huevo kinder) pero en España hay que abrirla la caja al cliente para que vea cuál se lleva. En Japón incluso juegan a intercambiarlos (como los cromos básicamente).

Plastic generation. Se empieza a trabajar con peluches, resina y cerámica, pero Subcutan Spoon es una gran defensora del plástico. Conocemos el material desde pequeñitos, hemos crecido rodeados de plástico. **Subcutan Spoon versus Made in China.** Su mayor deseo es la producción propia, generar algo con artistas locales. Para ello están realizando "alianzas" con pequeñas tiendas para apoyar a los diseñadores. Lo complicado es que todo se hace en China y es muy difícil competir a nivel industrial.

Su mayor manía es... rodearse de objetos indudablemente, pero curiosamente ambos tienen fijación por el color. Quim firma sus obras con puntitos azules, algo así como un virus que se expande y Dani tiene su propio color, el verde pastel ("verde Dani"). Es una coña sobre el azul Klein. Quizás sea sólo cambiar el color pero, al fin y al cabo, estás versionando a Yves Klein. **Toys Corner Box.** Si ya os está entrando la fiebre coleccionista sólo tenéis que pasaros por la tienda Loring Art de la calle Gravina (BCN).

www.subcutanspoon.com