

El discreto encanto de la mercancía Toy Story 4 y el despertar de la conciencia

Cristian Palacios



Fig. 1: *To be or not to be a toy?*

El lanzamiento de la cuarta entrega de las aventuras de Woody y sus amigos resultó un tanto sorpresiva para todos aquellos que habíamos considerado la saga cerrada. La trilogía que se inició en 1995 con el primer filme enteramente realizado por computadora parecía haber concluido de manera magistral con ese pase final en el que Andy renuncia a conservar su juguete preferido entregándose a la tímida Bonnie. Así los compañeros que habían enfrentado cara a cara a la muerte en una escena sumamente emocionante que parecía cumplir punto por punto con las exigencias de la fábula aristotélica de dar al público aquello que explícita o implícitamente se promete volvían a estar

juntos para desempeñar el rol que cabe asignarle a todo juguete que se precie: ser el objeto de juego de un niño.

A la luz de la cuarta película todo cambia, sin embargo, y comprendemos que la primera puede bien ser considerada el prelude de una serie que ya no cuenta una historia centrada en la infancia de Andy, sino la historia particular de un grupo de juguetes, a los que les ocurren cosas que solo podrían ocurrirles a un grupo de juguetes. De lo que se trata, desde entonces (por lo menos desde la segunda película) es de la vida cotidiana de la mercancía.¹ No de cualquier mercancía, claro, porque después de todo el juguete es una forma muy particular de la mercancía, que sin escapar a algunas de las fórmulas clásicas del modo en que tratamos a la mercancía, se nos impone como un modelo de bien cultural muy específico. El juguete entraña, por ejemplo, la fetichización de la mercancía por excelencia, superado en este punto solo por el arte contemporáneo donde a menudo la crítica a la forma-mercancía del arte se vuelve la forma-mercancía por excelencia, aquella cuyo valor está plenamente determinado por el propio mercado del arte. Volveremos sobre este punto.²

En la película de 1995 el trasfondo era más bien infantil o pre-adolescente. El despertar de Buzz a la conciencia de ser un juguete como eco de la pérdida de la ingenuidad de la infancia; los celos de Woody ante la llegada de su competidor como trasunto de los celos de cualquier niño frente la llegada de

¹ Estamos ante un caso clásico de descentramiento de una trilogía cerrada que de pronto se expande por razones estrictamente comerciales. Aunque en este caso el resultado resignifica la trilogía original en lo que resulta una tetralogía de sentido pleno centrada, como hemos dicho, en la historia particular de un grupo de juguetes.

² Ello sucede en mayor o menor medida en todos los lenguajes artísticos pero se hace más evidente en la esfera de lo que en algún tiempo se llamó artes visuales. Mientras que para el cine, el teatro, la música o la literatura sigue primando la ilusión de que el valor de cambio se encuentra en alguna medida determinado por el esfuerzo que la obra ha llevado en realizarse o por la cadena de valores que su producción pone en juego (enorme en el caso del cine, el circo o la ópera) para el caso de las artes visuales contemporáneas ha llegado a quedar cada vez más claro que el valor no reside en absoluto en la cosa misma sino en las relaciones sociales que legitiman tal o cual obra, tal o cual artista en absoluta independencia de la virtud técnica o intelectual que comporte, sin que esto le impida ni por un segundo a un subastador de Sotheby's declarar que el bien que pone a la venta es una obra maestra que soportará los embates del tiempo y la crítica (<http://www.sothebys.com/en/departments/contemporary-art/videos.html?bctid=1917824946001bclid=699981330001>). Ver también Graw 2017.

un hermano que viene a usurparle el amor paterno; la salida a un mundo hostil por fuera de las seguridades del hogar propio representado por el encuentro con el temible Sid Phillips. Ya en la segunda, sin embargo, lo que aparece en primer plano es el hecho terrible de que los niños crecen y dejan atrás la infancia para siempre, ya no desde la perspectiva del niño (como en la primera) sino desde la perspectiva de los bienes que a dicha infancia están destinados.

Como se recordará, en aquella segunda película aparecen todos los elementos propios de la dimensión mercantil del juguete, de la venta de garaje al museo, pasando, por supuesto, por la juguetería, donde se hace evidente que a diferencia de Woody, Buzz dista mucho de ser una mercancía única. La trama hace pie en la oposición entre lo que a grandes rasgos podríamos llamar el valor de cambio de Woody (enorme por su condición de juguete único) y su valor como juguete personal de un niño específico (que se aproximaría a lo que en la jerga económica se reconoce como valor de uso). El vaquero debe entonces decidir entre la tentación de acabar sus días en un museo junto a sus congéneres (Jessie, Tiro al Blanco, Oloroso Pete), creados para hacer serie con él, al abrigo del desgaste propio de toda mercancía, o volver al cuarto de Andy con sus amigos. Los dos malvados de la serie son de hecho, del lado de los humanos, un vendedor de juguetes y del lado de los juguetes un viejo buscador de oro en el que acaso debamos encontrar una efigie del clásico capitalista marxiano, paradigma del trabajo muerto que nunca ha salido (supuestamente) de su paquete, pero que vuelve a la vida (sale de su caja) para “explotar” o “vampirizar” (como le gusta decir a Marx) a los otros juguetes, sin los cuales, según se nos revela al final, él mismo no vale nada.

Toy Story 3, por su parte, pone mucho más el foco en la vida útil de la mercancía, problema ya sugerido en *Toy Story 2* pero que cobra ahora protagonismo al afrontar el hecho de que el tiempo ha pasado y Andy es un adolescente al que ya no le interesa jugar con muñecos. Pero además, la tercera entrega de la saga introduce un elemento hasta entonces desconocido. Al parecer, no se trata tan solo de la supervivencia física (como parece sugerir el filme de 1999) sino también, y mucho más, de cierta realización personal que cada juguete encuentra al devenir el soporte ficcional de la fantasía de un niño (como le explica Woody a Forky en *Toy Story 4* o Trixie a Reptillus Maximus en *That Time Forgot*, el segundo cortometraje televisivo de la saga que en seguida pasaremos a comentar). No debe omitirse el hecho de que en inglés

to play es también actuar en el sentido teatral y cinematográfico del término. Sería un error, sin embargo, equiparar el drama de los juguetes sin dueño con el de un grupo de actores desempleados. Debe leérselos, mucho mejor, como productos culturales (que es lo que son), como objetos artísticos que solo encuentran su finalidad al ser incluidos en alguna clase de narrativa que interpele al universo cultural del que forman parte.

Cada una de estas temáticas es recuperada, si se quiere con mayor énfasis, en los dos medimetrajes televisivos estrenados en 2013 y 2014 respectivamente, *Toy Story of Terror!* y *That Time Forgot*. En la primera el antagonista vuelve a ser un humano, encargado de un hotel carretero que roba los juguetes de sus clientes para venderlos luego en lo que parece ser un trasunto de E-Bay. Una vez más se señala aquí el inmenso valor de cambio de Woody y de los juguetes en general, susceptibles de ser robados para su comercialización. La segunda se explora largamente sobre las posibilidades de realización de un juguete cuando es empleado por un niño (en este caso una niña), posibilidades que exceden largamente a las que los Battlesaurs encuentran combatiendo sin la mediación de un humano. El filme aprovecha esta circunstancia para sugerir incluso que las capacidades imaginativas del juguete analógico superan con creces las del mejor juego digital. No estará de más recordar que el primer relato enmarcado imaginario de la saga no es canalizado por el grupo de amigos sino por el videojuego que Rex intenta superar al comienzo de *Toy Story 2*.

En ese sentido *Toy Story 4* se nos presenta como la más anti-hegemónica de las películas de la saga. Aquí el juguete decide sorpresivamente emanciparse no sólo de su condición de producto-para-la-venta, sino también, lo que es aún más asombroso, del imperativo categórico de ser juguete-para-alguien. La decisión de Bo Peep, luego imitada por Woody, de renunciar a toda mediación humana implica un rechazo radical por parte de la mercancía a dejarse conducir por el camino de la ficción de un otro, renunciar a todo valor de uso, a todo valor de cambio, a toda significación particular. A ser, en definitiva, una mercancía.

Esta decisión es tan sorprendente que incluso se la había declarado improbable hacia el final del artículo que Gustavo Riva le dedica a lo que entonces parecía ser una trilogía cerrada, publicado en [el primer número de Luthor](#) en septiembre de 2010, mucho antes de que la existencia de una cuarta película llegara

siquiera a sospecharse. Aunque también es verdad que el hecho de haberla imaginado nos habla de una posibilidad latente. Allí, luego de afirmar que en ninguna de las películas se plantea realmente la existencia de “una sociedad sin humanos; una estructura en la que los muñecos pued[ieran] realizarse autónomamente” se especulaba con la probabilidad de que algo así aconteciera en una próxima entrega. “Sería interesante pensar en la posibilidad de [...] una comunidad de muñecos que hayan percibido que realizarse autónomamente es acercarse un poco a su ideal. No creo que en una posible TS4 ésta se llegue a plantear, pero vale la pena imaginarla” (Riva 2010). Pues bien, lo improbable sucede.

Todo ello implica, si hemos de creer a la escena pos títulos, un pasar a la acción, un modo de intervención directa de los juguetes sobre el mundo humano que guarda alguna clase de relación con el terror.³ No hay que olvidar la importancia que el juguete y el autómatas comportan para el género desde su mismo origen literario. Ni la extensa tradición cinematográfica de juguetes malditos, desde la temprana *The Great Gabbo* (1929), que inaugura la serie de muñecos ventrílocuos a la que *Toy Story 4* hace referencia, hasta la más reciente *Anabelle* (2014), precuela de *El Conjuro* (2013), pasando por clásicos como *Poltergeist* (1982) o *Chucky: El muñeco diabólico* (1988).⁴ En rigor todo lo que atañe a la infancia reviste este carácter inquietante por su doble condición de familiar y desconocido, en el sentido clásico de lo *unheimlich* freudiano. En el caso que nos ocupa, sin embargo, la amenaza pasa mayormente por la autonomía de un bien cultural que mira en lugar de ser mirado, que interpela al sujeto que debería interpelarlo. Como en el clásico de 1986 *La rebelión de las máquinas* o como en las versiones cinematográfica

³ Son numerosas las referencias al cine de terror en la saga: la alfombra de la casa de Sid en *Toy Story 1*, por ejemplo, tiene un patrón idéntico al del hotel Overlook de *El Resplandor* (1980) y el tema musical que se oye en el momento en que Woody y Forky ingresan a la tienda de antigüedades es “Midnight the Stars and You” de Ray Noble and his Orchestra, tema de los créditos de la película de Kubrick, el mono que custodia las cámaras en *Toy Story 3* es idéntico al mono de juguete de *The Devil's Gift* (1984); mientras que el muñeco de ventrílocuo que custodia a Gabby Gabby es idéntico a los villanos de *Dead of Night* (1945) o *Dead Silence* (2007) y la misma historia de Gabby Gabby al parecer está tomada de “The Living Doll” (1963) uno de los más recordados capítulos de *The Twilight Zone*.

⁴ Algunos de los posters publicitarios de la remake de *Chucky: El muñeco diabólico*, cuyo estreno se produjo la misma semana que *Toy Story 4*, mostraban a Chucky asesinando a Woody, Rex, Buzz y Slinky.

y televisiva de *Westworld* (véase el artículo que se le dedica a la serie en el número 31 de *Luthor*).

La contracara de este despertar de la conciencia de la mercancía a su posibilidad de devenir sujeto es la completa inutilidad del juguete como mercancía que Bonnie pone en evidencia al crear a Forky a partir de un montón de basura. Al hacerlo activa un proceso por el cual el residuo (en un giro clásico de la literatura fantástica, de Pigmalión a IA, pasando por Pinocho y Frankenstein) toma conciencia de si mismo en virtud del afecto que le profesa el sujeto-creador del que es objeto-creado. Y aquí también, como en Pinocho o Frankenstein, se abre una línea que de seguir sus consecuencias lógicas, lleva a la autonomía del objeto artístico (hecho que siempre inspira terror). De hecho Forky es el único juguete de cuyo proceso de producción podemos ser testigos, a diferencia del resto de los muñecos del grupo, que se nos presentan como increados. Las películas anteriores llegan hasta la juguetería, el punto de venta, pero no mucho más lejos.

Hay que recordar para entender que la basura era ese más allá infernal (simbólico y literal) del que los juguetes debían escapar a toda costa, incluso al precio de permanecer arrumbados en un ático solitario (ya en la segunda película Woody tiene pesadillas en las que sueña que es arrojado a la basura, pesadillas que se hacen realidad en la tercera). Esa basura cuyo sino trágico elude el grupo de amigos es no solo la materia prima de la cual se forma Forky sino también el magma primordial al que desea volver a toda costa. Del mismo modo, la tienda de antigüedades opera en el universo simbólico de la saga como el museo que en la segunda entrega se le ofrece a Woody como promesa de una eternidad sin fisuras. Así vemos como en esta cuarta los elementos desperdigados en las anteriores (la basura como sino trágico de la mercancía, el museo como su contracara rígida y siniestra) se reactualizan para completar la trama.

Como se ve, las historias que se narran a partir de la segunda película implican, de un modo u otro, las consecuencias propias de la industrialización del juguete que Walter Benjamin analizó en diversos artículos, la mayoría de los cuales aparecen contenidos en *Über Kinder, Jugend und Erziehung* (Benjamin 1969), publicado en castellano bajo el título *Escritos. La literatura infantil, los niños y los jóvenes* (1989). Allí predica Benjamin la identidad entre el niño y el coleccionista, y aun entre el niño y el fetichista, señalando que su verdadera

pasión es “combinar con la fidelidad a un objeto único, protegido por él, la porfiada y subversiva protesta contra lo típico, lo clasificable” (1989: 121). Cualquier padre con escasas nociones de psicología sabe del rol del juguete como objeto transicional al que el niño, por su mera posesión, dota de cualidades particulares, por ordinario que éste pueda ser (el nombre en el pie de Woody). Pero además, y sobre todo, Benjamin pone el acento en la tensión inherente a todo bien cultural destinado a la infancia de ser a la vez objeto de una acentuada tipificación de roles, valores, costumbres y tradiciones mientras encarna por otra parte la dimensión más radical de la imaginación, aquella susceptible de cuestionarlo todo, en todo momento y espacio.

Lo que acaso constituye el rasgo más característico de esta clase de bienes culturales es el encuentro entre la fantasía y todos los límites concebibles que la cultura le pone a la amenaza siempre excesiva de la imaginación. Lo que se juega en el campo de los bienes culturales para niños es un asomarse al límite de aquello que somos, al límite del yo, de la cultura y del lenguaje. Existe en dicho campo una tensión que atañe, por un lado, a la forma-mercancía del arte, al hecho capital de que la existencia de películas, videojuegos, obras de teatro y libros para niños depende, ante todo, de que se vendan; por el otro, a la dimensión didáctica y formativa de estos productos; finalmente a la dimensión más radical de la imaginación que busca abrirse camino a toda costa, como en las fantasías exuberantes de Bunny y Ducky, los peluches de feria que permanecen junto a Woody y Bo Peep al final de la cuarta película.⁵

De hecho, no es casual que el espacio donde ocurre gran parte del filme y donde se efectiviza la liberación de Woody del mandato de ser-juego-para-otro sea el circo o la feria. Woody se va, literalmente, con el circo, que en esta suma de lugares comunes (en el sentido estricto del término) que componen la trama es el espacio asignado para la aventura nómada, para el escape de los valores burgueses de la familia y el trabajo. Benjamin asociaba el mito del comediante vagabundo que secuestraba a los niños para llevárselos por su propia vía (ilustrada por Carlo Collodi en *Pinocho*) con la “angustiada conciencia” del burgués “de que el teatro despierta la poderosa fuerza del futuro en los niños” (Benjamin 1989: 102-103). Esta tensión, este miedo, está presente en cada una de las películas de la tetralogía. Pues de alguna manera

⁵ Es esta una hipótesis que procuré desarrollar en *Hacia una teoría del teatro para niños* (Palacios 2017).

este final de la cuarta estaba ya implícito en la escena más desconcertante de la primera. Aquella en la que los juguetes, por única vez, rompen con la regla de oro que los determina para mirar a Sid Phillips directamente a la cara.

Dicha tensión, sin embargo, es irreductible y la buena salud de la saga descansa en el hecho de que no la niega. Después de todo aquella mercancía cuya historia cuenta *Toy Story* se vende luego en las jugueterías una vez que la película ha finalizado. Y acaso deba leerse como una suerte de puesta en abismo el momento en que Woody, en *Toy Story 2*, se descubre como el protagonista de una serie animada producida con el único propósito de vender juguetes, como otras tantas. Recordemos aquí que algunas de las series de televisión para niños más populares de los años ochenta fueron concebidas con este propósito. *He-Man and the Masters of the Universe*, *The Transformers*, *The Care Bears*, *Gi Joe*, *She-Ra: Princess of Power* (spin off de la primera) y la sorprendente y justamente olvidada *Rubik, the Amazing Cube* (diseñada para vender Cubos de Rubik). Uno podría preguntarse si no son acaso las cuatro películas de *Toy Story* una deriva sofisticada del mismo dispositivo. En estas, como en aquellas, se otorgaba un soporte imaginario para el objeto de venta. Uno compraba un muñeco musculoso o un soldado articulado sabiendo de antemano cuál era el entramado ficcional en el que estaba inserto (y que llevaba entonces a comprar más muñecos para hacer serie con aquél). No sólo roles, valores, costumbres y tradiciones sino también un universo, un mundo narrativo complejo, en definitiva un sistema en el que cada personaje cumplía un rol particular, tal y como Jessie, Tiro al Blanco y Oloroso Pete en relación con Woody.

Se impone una vez más la comparación con cierta clase de arte contemporáneo que apelando a una crítica aparentemente feroz al sistema del arte y las instituciones encuentra en esa crítica el puntapié para ingresar de lleno en aquél sistema y estas instituciones, como en el desmesuradamente famoso caso de Piero Manzoni que en 1961 vendió mierda (si es que las latas contienen mierda) a precio de oro. Para que la comparación sea más precisa cabría tal vez recordar el rol que el museo y el sistema curatorial del mundo del arte cumplen en relación al propio mercado del arte un papel central en la conformación de la cadena de valor que no es análogo al de otros mercados, como el mercado del juguete por ejemplo (aunque el museo cumple aquí también un papel primordial, como vimos respecto de *Toy Story 2*), pero que

viene a exacerbar el carácter puramente relacional e imaginario del valor de cambio que según Marx atañe a toda mercancía. Si el arte conceptual o la performance a partir de la segunda mitad del siglo XX se pusieron como objetivo incomodar el carácter mercantil de toda obra artística el resultado fue que la forma-mercancía invadió la personalidad del propio artista que se fue pareciendo en este sentido cada vez más a un producto en sí mismo. Incluso la hoja de papel en la que Sol LeWitt esbozó sus *Sentences on Conceptual Art* (1968) es una obra de arte que se ajusta a la forma-mercancía y que durante mucho tiempo ha sido conservada como tal por la Daled Collection, hoy propiedad del MoMA de Nueva York (Graw, 2017). Si el medio es el mensaje no deja de quedar claro que todo el asunto no es más que un soporte fantasmal e imaginario para lo que resulta ser no más que un juguete carísimo.

Pero volviendo a *Toy Story*, podríamos preguntarnos si la saga no representa acaso la forma inversa de esta ecuación. La diferencia entre las cuatro películas, los dos medimetrajes y los tres cortos con aquellas series que solo se proponían vender muñecos, estriba como es obvio, en que el universo imaginario que *Toy Story* nos muestra es el propio mundo de la pieza del niño, donde éste juega y fantasea. No se trata por tanto de juguetes en el sentido pleno del término, sino de meta-juguetes, juguetes cuya única carga imaginaria previa es la de ser juguetes, concebidos para ser comprados, cuya única instrucción básica es “juega conmigo”.

En un primer momento Forky, el juguete fabricado por Bonnie, parecería deconstruir esta lógica al exhibir en su cuerpo frágil e imperfecto, las trazas de su propia fabricación. Forky es esa clase de juguete artesanal, casero, ecléctico, que no podría ser industrializado, el que puede ser construido por cualquier niño con lo que sea que encuentre a mano para crear. Y sin embargo Forky se vende en las jugueterías, a precios exorbitantes, junto a los originales de Buzz, Woody, Jessie o Tiro al Blanco. Paradoja del sistema cultural del capitalismo que en el corazón mismo de su entramado ficcional aloja las semillas de su propia destrucción. Pues cada vez que cedamos a la tentación de comprar un Forky para satisfacer el deseo de nuestros niños no podremos escapar a la sensación de que nos están vendiendo, lisa y llanamente, basura.

Bibliografía

Benjamin, W. (1989). *Escritos. La literatura infantil, los niños y los jóvenes*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Graw, I. (2017). "El valor de la mercancía artística. Doce tesis sobre el trabajo humano, el deseo mimético y la vitalidad". En *ARQ (Santiago)* n° 17, diciembre de 2017.

Palacios, C. (2017). *Hacia una teoría del teatro para niños. Sobre los hombros de gigantes*. Buenos Aires: Lugar Editorial.