

# MONSTRUOS



## PARA JUGAR

**A** CABO de ver en Nueva York las "colecciones" de juguetes prototipos, los modelos recién salidos de la imaginación efervescente de los proyectistas de choque de la gran industria infantil americana. Allí se planifica a largo plazo; los Christmas del año próximo y del siguiente ya están previstos y diseñados. Como los demás, el "big business" del juguete ve a larga distancia. Los intereses en juego son demasiado considerables para que sea permitida la improvisación. Durante la Feria Internacional del Juguete, la firma Mattel des- SIGUE

Los viejos mitos de la literatura europea también han entrado a formar parte de las galerías de monstruos americanos, comenzando por el «Fantasma de la Opera», de Gaston Leroux, tantas veces llevado al cine, una de ellas por Lon Chaney.





plegó orgullosamente sus baterías y sus argumentos futuros. Y, verdaderamente, hay razones para extasiarse...

Mattel, con 120.000.000 de dólares de cifra de negocio anual —7.200.000.000 de pesetas—, es la mayor empresa mundial de juguetería. Fue ella la que trajo al mundo a «Barbie», la muñeca sexy; la que obliga a los padres a comprar sistemáticamente, pieza por pieza, los amigos, los hermanos y las hermanas, los vestidos y los «gadgets» que forman el complemento indispensable de la «pin-up». Mattel puede estar orgulloso. Cada vez más rico, cada vez más original, cada vez más perfeccionado y automatizado: ésta es su divisa.

## educativo y rentable

He preguntado ingenuamente a los representantes de la casa si su imaginación no corría el riesgo de hacer la competencia a la de los niños. Me miraron con una estupefacción desolada. Lo que está bien para Mattel está bien para los Estados Unidos, los intereses del comercio y los de la pedagogía no pueden ser antagónicos. ¡No faltaría más!

He podido admirar en la casa Mattel ingeniosas máquinas eléctricas para instruir a los bebés sin cansarles, y una especie de «Barbie» bajo forma de hombre

del espacio articulado. Se llama Major Matt Mason —un nombre viril, con resonancias de «comic»— y logrará que se vendan muchas cápsulas espaciales, cohetes, rampas de lanzamiento y quincallería interestelar de todo tipo. En el proyecto ha colaborado un ingeniero de la N. A. S. A., y es a la vez educativo y rentable. Sin comentarios. Pero lo que realmente nos ha asombrado en Nueva York, en lo tocante a juguetes, son los monstruos.

## un auto gótico

El reinado del monstruo en la mitología americana adulta no es nuevo. El humor macabro a lo Chas Adams —heredado de Poe, de Lovecraft, de Ambrose Bierce y, quizá, de Dickens— ha entrado en las costumbres. Los films de horror de serie «B» han hecho de él un producto cotidiano. Revistas de gran tirada, a la vez asombrosamente vulgares y sofisticadas hasta el extremo «pop», han reco-

gido y codificado las imágenes de Epinal de la pesadilla standard. Hay Frankenstein, Drácula, Honchback of Notre Dame (Quasimodo), The Mummy, The Wolfman, The Mad Doctor, The Mole People (el Hombre Topo, verdaderamente horrible), The Phantom of the Opera, Mr. Hyde y The Creature innumerable venida de otro mundo.

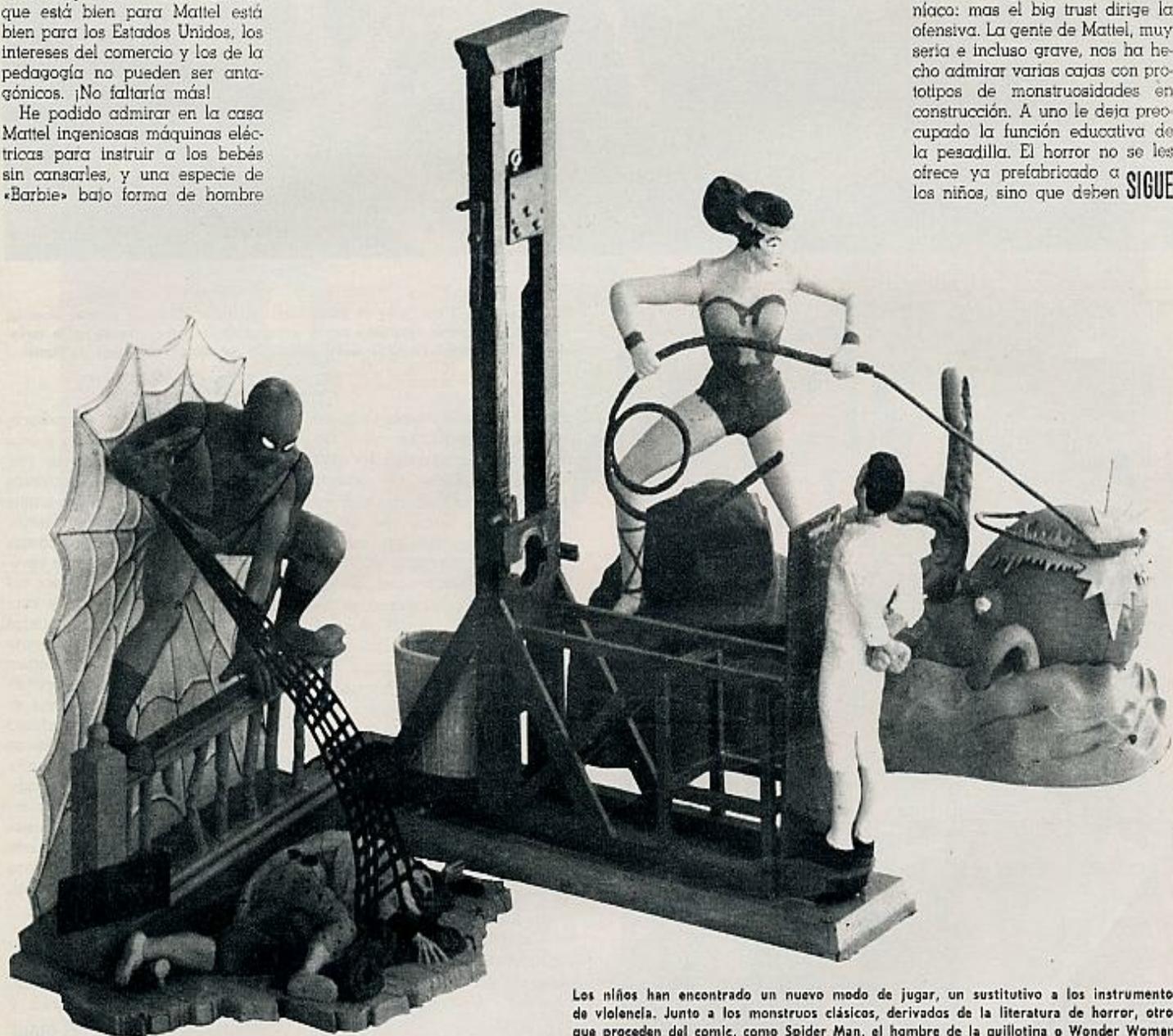
Presentados en «Famous Monsters of Filmland», estos personajes son verdaderamente abominables. Verdosos, arrugados, hirsutos, estrábicos, con mucosas rojas, párpados vueltos, ojos sanguinolentos, pústulas goterosas y carnes untuosas, su aspecto es inevitablemente antipático. En las tiendas de Broadway se comercia con ellos en todas sus formas: estatuillas, estampas, llaveros, carretas realistas, calcomanías, «badges», discos («Ahora puede usted oír a su monstruo favorito») y símbolos diversos. «¿No soy yo su más deliciosa amiguita?», su-

surra una mujer vampiro de aguzados colmillos mientras un lívido Drácula huye en un coche de carreras gótico con alas de murciélago.

## lepra y úlceras

Los ingenieros químicos se han unido a la partida: en «Macy's», los más importantes grandes almacenes de Nueva York, encontré un adorable monstruo en forma de pulpo púrpura. Estaba hecho de una materia plástica inédita, blanda y firme a la vez, pesada, glacial y viscosa al tacto. Paipé un muerto en la nevera del depósito de cadáveres. Las personas mayores están saturadas de monstruos; los niños todavía no, pero estamos camino de ello.

Mattel no es la única casa que bombardea el mercado infantil con fuego rápido de terror demoníaco: mas el big trust dirige la ofensiva. La gente de Mattel, muy seria e incluso grave, nos ha hecho admirar varias cajas con prototipos de monstruosidades en construcción. A uno le deja preocupado la función educativa de la pesadilla. El horror no se les ofrece ya prefabricado a los niños, sino que deben **SIGUE**



Los niños han encontrado un nuevo modo de jugar, un sustitutivo a los instrumentos de violencia. Junto a los monstruos clásicos, derivados de la literatura de horror, otros que proceden del comic, como Spider Man, el hombre de la guillotina o Wonder Woman.



El probado de Notre Dame de Paris, héroe de Victor Hugo; La Momia; Godzilla, el monstruo japonés resurgido de las entrañas de la tierra a causa de la explosión de Hiroshima, son otros tantos habitantes del museo imaginario de Mattel...



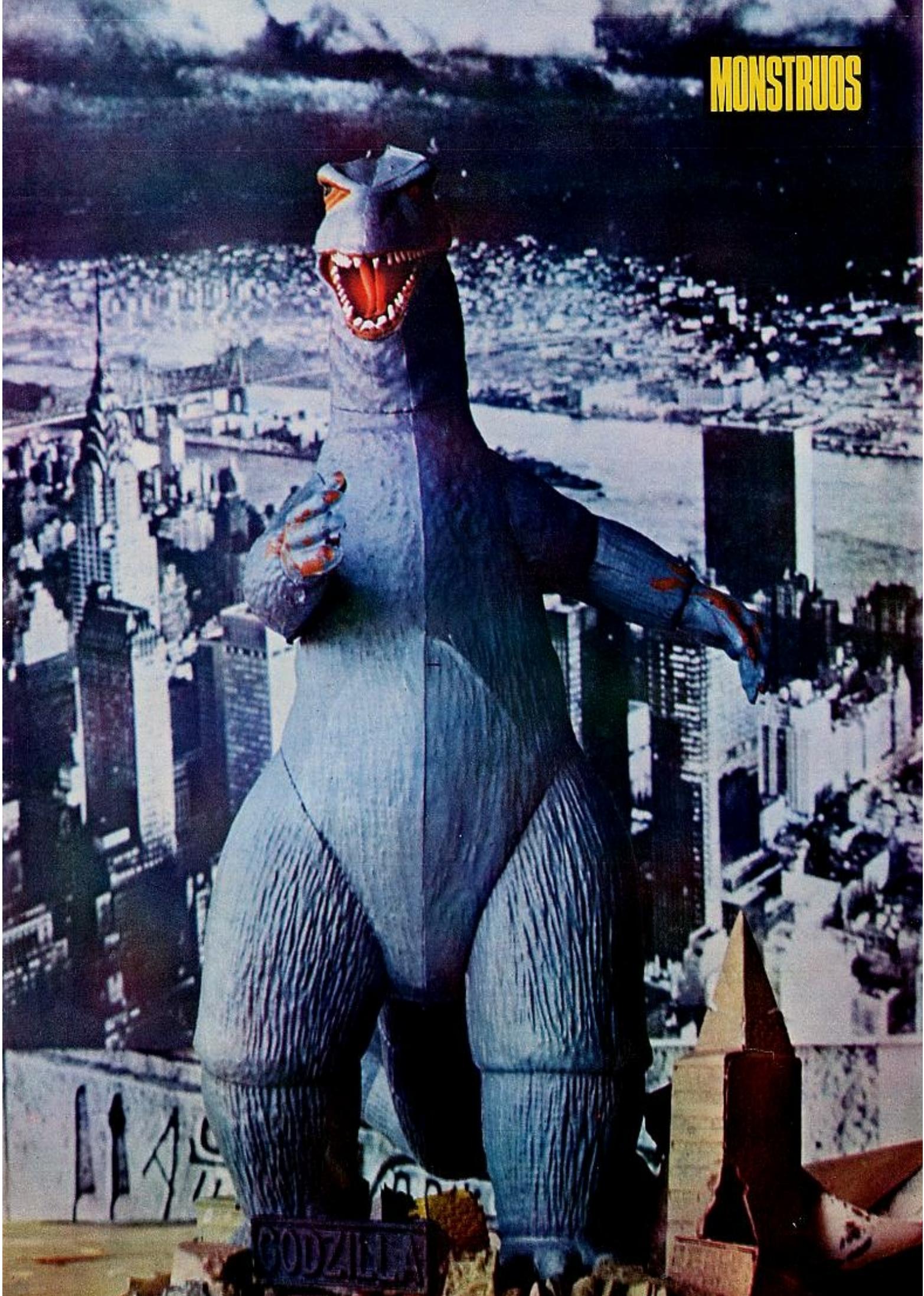
mostrar iniciativa para elaborarlo hasta su perfección. Los perezosos se verán privados del escalofrío. Los «Kits», en materia plástica, tan ingeniosos como las maquetas de barcos, de coches o de aviones que ya conocemos, son presentados en cajas verdosas y fantasmales de aspecto altamente favorecedor. Se ve a los críos paralizados de miedo ante las apariciones a lo Jerónimo Bosco que hacen chibribitas con sus ojos globulosos de una luz de ultratumba. Cada caja —servida con el pegamento adecuado— engendra una particular gama de monstruos. Existen los clásicos —Drácula, el estrangulador, el hombre-lobo, etcétera— y las abominaciones originales. Por ejemplo, los «Creepy Crawlers», los «Creepie Peepie», las larvas humanoides de la Corte de los Milagros, especies de fetos abortados para sueños de alcohólicos. Usted puede elegir para su hijo menor los insectos gigantes, las cucarachas de plástico blando, las escolopendras, las arañas peludas, las medusas,

los escorpiones, las correderas, todos esos bichos viscosos y fríos que se encuentran bajo las piedras. O si lo prefieren, serpientes gigantes y ágiles, realistas a más no poder, y plantas carnívoras. Por otra parte, las verdaderas plantas carnívoras son muy apreciadas y gusta mucho el ver cómo sorben las moscas. Hay también una especie de glóbulos blancos, amebas, cicatrices artificiales, lepras, viruelas, eczemas y moldes concebidos a propósito para sacar copias del cadáver de la propia madre o de la úlcera del abuelito. Los esqueletos se fabrican en una sustancia agradablemente fosforescente. Se apaga la luz y... ¡brrr! Se me quedan cosas en el lintero, y de las mejores. De todos modos, la «bomba» del programa Mattel 1968 merece una atención etnológica especial.

### monstruos comestibles

Uno de los equipos de monstruos lleva un horno eléctrico y diversos moldes abominables. El niño puede meter **SIGUE**

# MONSTRUOS



# ¿SABE USTED?

Por qué el frigorífico *Corbero*  
conserva las vitaminas

Porque dispone de:

MUEBLE PINTADO CON ESMALTE  
ACRILICO ANTI-OXIDANTE  
A 180° C.

MUEBLE DE ACERO  
INDEFORMABLE  
GRAN RESISTENCIA  
AL CHOQUE

ESTANTES  
REGULABLES  
DE ACERO  
CROMADO  
ANTI-OXIDANTES

EVAPORADOR  
AUTOMATICO  
PARA AGUA  
DEL DESHIELO

ILUMINACION  
INTERIOR  
Y TERMOSTATO

AISLAMIENTO CON  
POLIURETANO  
FORMANDO  
MONO-BLOC

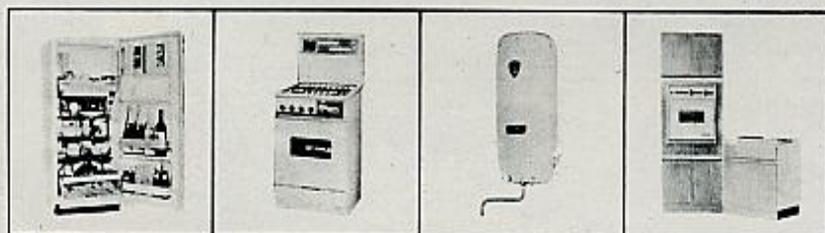
JUNTA  
MAGNETICA

APERTURA A PEDAL

©ESPIA C.O.R. 6

desde luego...

# Corbero



*Corbero*  
servicio seguro

en ellos larvas infectas y quisarlas. Hasta aquí, nada de particular. El truco es haber inventado una materia prima QUE SE COME. El niño quisa el monstruo de su elección y se lo come cuando la especie de pasta original está a punto. Es inútil recurrir a Freud, a Frazer, a Malinovsky o a Lévi-Strauss para establecer referencias. El canibal se come a su prisionero para asimilar su fuerza, su «maná». Saturno se traga a sus hijos para reducirlos a la impotencia. Los pequeños yanquis le toman la delantera: se comen a sus totems, a sus antepasados, a la autoridad oculta que dis-cuten.

La garra del terror primitivo sobre el juguete americano es tan grande que se tiende a verla en todas partes. Con serias oportunidades de dar en el clavo. Hemos visto, por ejemplo, unos bonitos bebés de plástico encerrados en una burbuja en miniatura. Se llevan alrededor del cuello, con una cinta. Los jibaros lo encontraban —o lo encuentran— tan natural como las joyas de Torun. La gente de la casa Mattel no inventa nada, se limita a seguir la corriente de la magia tradicional. Incluso las muñecas ultraperfeccionadas de las Navidades futuras acaban por tener un aspecto equívoco. Se tira de una cuerdecita que tienen en la parte baja de la espalda y hablan, andan, maman, mueven los labios, comen espinacas, palpitan hasta el punto de sembrar la confusión. Son como zombis, como esos muertos reanimados que abundan en la ciencia-ficción americana. Comestibles o no, los juguetes que nos han enseñado son todos cadavéricos, inquietantes, huelen a magia negra y a cementerio.

Ethel Portnoy, una etnóloga americana, supone que sus compatriotas se sienten fallos de cadáveres y los encuentran donde pueden. Es cierto: nuestra civilización católica está familiarizada con la muerte. Por el contrario, los americanos intentan negarla,



El cine ha dado su imagen definitiva a los monstruos de plástico, aun cuando su origen primitivo fuera literario. King-Kong evoca antes el nombre de Scoedsack que el de Edgar Wallace, Drácula el de Bela Lugosi antes que el de Bram Stoker, Frankenstein el de Boris Karloff antes que el de Mary Wollstonecraft Shelley, sus grandes creadores sobre el papel impreso.

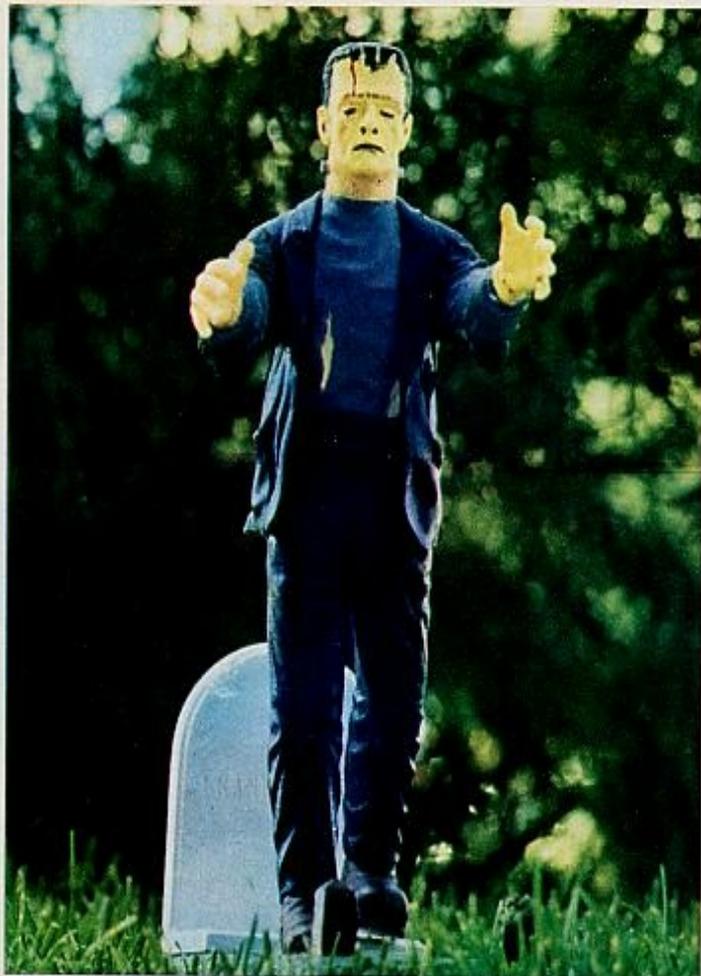
hacen sonreír a sus queridos difuntos y les colocan al piano, endomingados, en la atmósfera formolizada de los «funeral parlors». Sus hijos necesitan, sin duda, sustitutos de potencial macabro artificialmente concentrado. El rostro de pesadilla fundida de Drácula puede tener también otro sentido menos esotérico: se pare-

ce a las víctimas quemadas de Hiroshima. En Nueva York se ve desde todas partes el edificio ciego de la Bell Telephone, sin ventanas, completamente recto y liso en previsión de una eventual bomba atómica.

De momento, estas familias de monstruos crudos o por cocer, los Frankenstein y las cucarachas

necrólogas, los bebés jibaros y los zombis de ojos glaucos, siguen siendo juguetes específicamente americanos. Hemos telefonado al representante del trust Mattel en una capital europea: ha dado gritos de cordero degollado, afirmando que no quería ni oír hablar de semejantes horrores, que los niños **SIGUE**





La necrofilia, más o menos confesada, es factor importante del nuevo culto a los monstruos. El conde Drácula surge de su ataúd durante la noche, Frankenstein está confeccionado con restos humanos, Godzilla ha resucitado después de la explosión atómica, la Criatura de la Laguna Negra a raíz de un accidente geofísico...





europes nunca, etcétera... Es verdad. Todavía es verdad.

## todavía no

En el Salón del Juguete, en Nueva York, nos hemos encontrado con el feliz ganador de un concurso publicitario organizado por Mir, una marca francesa de de-

tergentes. El galardonado tenía derecho a elegir en los stands TODOS los juguetes que le gustaran. Ha despreciado los monstruos, ha ignorado soberbiamente a Drácula. Con un método y un espíritu de decisión bastante monstruoso, ha cogido esto, eso y aquello por tal o cual motivo, en el que la mitología no contaba

para nada. ¿Inferioridad? ¿Superioridad? ¿Quién sabe?

El actual furor de los americanos, adultos y niños, creadores y consumidores, por la ferocidad de los ídolos de plástico no es simplemente herencia directa de la noche de los tiempos. Hay que admitir que el modo de vida de los americanos suscita mitos in-

quietantes y monstruos con tanta facilidad como las sociedades de antaño. En este terreno nosotros somos, afortunadamente, menos productivos. Quizá porque vivimos menos de prisa y menos fuertemente...

**JEAN-FRANCIS HELD**

(Fotos: GIGI CORBETTA)