

EL JUGUETE INTRODUCCION A LA VIDA

HAN metido al mundo aquí. Está a la venta una minicivilización silenciosa, parada, con los muelles laxos, con las pilas desconectadas. Los carros de combate apuntan con su cañón contra las muñecas en sus urnas de cartón, contra las bolas de Navidad o contra las banderas de los vecinos «stands». Porque, en este salón, una docena de naciones —principalmente miembros de la OTAN— están representadas. Nos tiente un bazooka de tamaño casi natural, de boca amplia. La etiqueta dice 1.400 pesetas. Aprieto el gatillo.



«La mujer, a los niños y a la cocina». Esta ecuación parece también definir la función del juguete. El niño tendrá trenes: un mundo amplio, grande.

la guerra

Toda la sala se ha vuelto hacia nosotros. Después de la explosión se ha hecho el silencio hasta que un vendedor nos ha disparado con una metralleta... ¡ta-ta-ta...! Con todo esto se puede armar un ejército. Hay metralletas para todos los gustos; la desmontable, de repetición, con pistones explosivos que echa llamas por las ranuras del cañón... y la corriente. Un lanzagranadas de calidad cuesta 1.500 ptas., pero puede conseguirse una pistola desintegradora por 50. La bandera USA ondea sobre el tanque de fabricación japonesa que anima a entrar en combate con una marcha militar. Los soldados importados de Inglaterra también sostienen banderas USA. La americanización se explica por la masiva importación de juguetes en Norteamérica.

El ministerio norteamericano de Comercio ha calculado que el volumen de las ventas alcanzará este mes de diciembre, en todo el país, 32.000 millones de dólares. Los americanos, para los que realmente su sociedad es la de la opulencia, pueden comprar pistas de esquí artificiales, de 40 metros de largo, por seis millones de pesetas.

La carrera de armamentos es cierta, también, en la juguetería. He aquí dos novedades de la guerra fría: un transistor y una cámara fotográfica. «¿Pero no hablábamos de juguetes bélicos?», preguntamos. El vendedor sonríe; aprieta un botón y el transistor se convierte en un segundo en una ametralladora de un metro de longitud; es suficiente con apretar el disparador de la cámara para que ésta se metamorfosee en una bonita pistola negra. Uno está ya un poco desconcertado y prefiere mirar los cascos azules de la ONU, en serie, en dos filas, esperando la cabeza del niño, y si el casco de la ONU resulta duro puede elegirse el flexible de «gun-men» que, con las «pistol texans» o el par de revólveres y la canana, hacen un equipo completo. Al niño con más espíritu de Napoleón que de «marine», quizá le tiente las cajas de soldaditos, a cuatro pesetas la unidad. No es caro ser general e incluso tener dos ejércitos para enfrentarlos en el pasillo de la casa.

En realidad, ¿qué falta aquí? La bomba atómica. Algo es algo. Han trasladado a esta sala toda la guerra caliente y fría de nuestros días. Sería, no obstante, un idealismo pedir que la violencia se desterrara del juguete cuando empapa todo nues-



La carrera de armamentos está en la juguetería. Pero s

tro mundo. La fabricación se atiene a criterios de eficacia económica y la guerra se vende bien. Naturalmente, Piaget y una pléyade de pedagogos pueden moralizar en torno al tema, pero decidirán los industriales, para quienes el niño es solamente un consumidor. Más aún, es posible que el fabricante lea a Piaget y esté de acuerdo con él, como los intelectuales de la publicidad leen a Vance Packard para sacar nuevas ideas con las que persuadir más fácilmente al consumidor. Desde luego, puede provocarse una rebelión del público contra el juguete de guerra. En Estados Unidos —informaba hace unos días J. M. Massip—, el público «se está negando a comprar juguetes militares a sus hijos en esta Navidad



ería un idealismo pedir que la violencia se desterrara aquí cuando empapa todo nuestro mundo. La fabricación se basa en la venta y la guerra se vende demasiado bien.

de 1966». A pesar de todo, el juguete «best-seller» del año es una panoplia de las armas más seductoras que se emplean en Vietnam.

La guerra fría está, sobre todo, en el maletín negro, aplastado, el 007, con puñal sorpresivo, un arsenal diminuto. 1.450 pesetas. Las creaciones de Ian Fleming han proporcionado nuevas ideas a los fabricantes, por ejemplo este fusil «Goldfinger», de marca italiana («il più bel fucile del mondo. Silenzioso, affascinante, inoffensivo»).

el coche

«Il più bel fucile del mondo» tiene un enemigo más poderoso, más dinámico y, en

ocasiones, más barato: el Aston Martin de James Bond.

¿Dónde han visto los niños a James Bond? Los niños no leen a Ian Fleming. Los niños no ven películas 3R. Los niños son menores de dieciocho años. No importa. En este mini-universo, todo es posible. Un automóvil de treinta centímetros puede con un fusil de sesenta. ¿Por qué los niños iban a privarse de James Bond? Kennedy lo leía en sus lines de semana. De Gaulle lo cita en sus conferencias de prensa... La actualidad lo ha hecho tolerado, a pesar de su sadismo intolerable.

Aquí está el Aston Martin, ligado por el cordón umbilical a la cintura infantil, uniendo al niño a un mundo de soles jamaico-

nos y montes alpinos, hecho ahora realidad en el piso familiar. Acaso el «malo», lanzado por la catapulta del asiento proyectable, estrellará su cabeza contra la pretendida consola Luis XV. O el sonido de las ametralladoras —«fuego de boca eléctrica, movimiento y ruido de disparo»— despertará al hermano menor, que sólo llega al mundo a través del tintineo de los sonajeros, del destello vivaz de sus colores. No chocará el Aston Martin con las patas de una mesa: basta apretar un botón y el dispositivo automático varía la dirección. O le mudará la matrícula, le sacará el parachoques, elevará el parabombas posterior... Son seletencias cincuenta pesetas, quinientas veinticinco en versión «ba-

SIGUE





En 1966, como hace cuarenta años, a la niña sólo se le ofrece el «ghetto» dorado de la muñequería, aunque a veces pida el juguete de su hermano. A éste, desde niño, se le prepara para dominar el mundo.



«rata» de cuerda y con seis centímetros menos: a más de veinte pesetas el centímetro de fantasía.

Algo más que un cigarrillo emboquillado, doce centímetros, miden los coches miniaturas. Maquetas que son una reproducción perfecta, pivotadas sobre un único tornillo que amarra la estructura de veintiocho piezas. Juguete para «papá», de coleccionista, Ford Mustang: 300 pesetas; Aston Martin: 240; Jaguar E: 175; Ford GT: 145... Capitulares miniadas en la enciclopedia del juguete, donde sólo el padre lee, porque, a veces, su lenguaje no es traducible para el niño.

—Los padres —dice una vendedora— creen que sus hijos son los más listos y llevan juguetes demasiado complicados. Claro que siempre hay alguno, de los que compra pensando en sí mismo, que a última hora pide «un coche más barato, de cuerda, para que juegue el niño».

Algunas piezas requieren la lupa —hay coches que encienden una luz al abrir la puerta—. El Volvo P 1800 —95 pesetas—, blanco y estilizado, «The Saint's car», no alcanza la dimensión del rombo prohibitivo que antecedió a Simon Templar en la televisión.

Todos los modelos de minicoches (daneses, franceses, ingleses) cabrían holgadamente en el volquete basculante de los camiones gigantes norteamericanos —dos marchas— o en los transportacoches o en cualquiera de los muchos camiones con pilas. El juguete de arrastre, tirado por una cuerda como un perrillo faldero, se ve poco. Los juguetes mecánicos dominan el mercado. Son la industria pesada del juguete, que ahora cobra importancia gracias al apellido. Un camión, un coche, es sólo una definición, nada. Tiene que ser un coche «James Bond», un camión «volquete», un coche «police» con sirenas ululantes y luz roja intermitente. El camión de madera, pintado de colorines, un camión químicamente puro que el niño condimentaba a base de imaginación, está desbancado. La especialización llena este mundo y la industria hace el trabajo imaginativo del niño.

¿Qué queda por hacer en una pista? Las pistas de automóviles —lanzadas al mercado hace varios años, pero sólo hoy populares realmente— tienen marcadas las carreteras y, en ocasiones, hasta los posibles movimientos del auto. A su lado era ancho el pasillo familiar. Si la pista sube en calidad y dimensiones —y en precio—, la autonomía del jugador aumenta. Entre las pequeñas de lata, casi quinientas pesetas, y las gigantes «scalextrix», con transformador para rebajar la corriente a 12 voltios, la diferencia es abismal. Pero la más barata —1.413 pesetas— resulta ya cara para una economía más que media. Y si queremos una que permita muchas variaciones, el presupuesto es de varios miles. La imaginación está en los polos: en lo barato, donde la fantasía suple lo mucho que falta; o en lo caro, donde la complejidad hace del niño un mini-ingeniero.

Estos trenes, varados en el ocasional apeadero de la caja, son del polo caro. Los de treinta duros —movidos a cuerda y con cuatro elementos— sólo pueden dar vueltas de noria en la breve circunferencia de sus vías. Los eléctricos, alguno de máquina gigante que vale lo que un billete de **SIGUE**



El coche ha desplazado al caballo en la vida y en el juego. Como otros juguetes tiene ya que llevar apellido.

Tiene que ser coche 007, coche de pedales. El niño, en el universo del juego es un héroe, el juguete deja al niño cada vez más oportunidades de poner algo de su parte en el mundo.





La cámara
fotográfica-pistola y el
transistor-metralleta. La
guerra fría, el espionaje, el
mundo de Ian
Fleming,
el cine, entra en el juguete.
No hay barreras
para la imaginación.
Todo es
posible aquí. El juguete
se americaniza: los tanques
japoneses
llevan música y
bandera americana.

respetar las fronteras. Cuando, hacia los seis años, el juego deja de ser un simple ejercicio para adquirir cierto carácter simbólico, la muñeca será el refugio de una niña que va notando ya su situación de inferioridad frente al varón, frente al hermano que afirma su dominio y su fuerza con las pistolas y los tanques, que goza la amplitud de un mundo a ella vedado en los trenes y en los aviones.

aprender jugando

La mujer se está incorporando a la sociedad a través del trabajo más rápidamente que la niña al juguete de construcciones o mecánico. Al padre no se le ocurre pensar que el mecano puede ser también un entretenimiento ideal para la niña. Así, se excluye a la niña de los juguetes más educativos y de los más recreativos, ya que el juguete que más le divierte al muchacho es aquel en que puede poner al menos un cincuenta por ciento de su parte. Todos los padres han comprobado, siempre con desolación, que el niño abandona un regalo bueno por una caja de cartón a la que ha convertido fantásticamente en un volquete. «Pero si es un juguete magnífico —se dice—; está maravillosamente terminado». El fallo está en esto, en que está tan terminado que al niño nada le queda que poner.

El mecano, ¿quién no lo recuerda? Han variado los materiales y los modelos a construir, pero es el mismo. El mecano tiene mil vidas, o, al menos, dos: la que va hasta la construcción del camión o de la grúa y la que comienza cuando ha terminado el montaje. Esto es ya algo «suyo». Cada pieza perdida obliga al niño a buscar una solución, una sustitución.

En los últimos años se han puesto de moda las arquitecturas. Hay marcas —la danesa «Lego», por ejemplo— verdaderamente conseguidas. De una sola caja pueden salir una casita nórdica, un camión, un torero, una ballarina, un puente... Dos módulos de ocho espigas cada uno pueden encajar hasta en 48 posiciones diferentes.

primera Madrid-Barcelona, son orgánicos. Eslabón a eslabón pueden formar una cadena interminable... y costosa.

Mundo motorizado, que daría envidia al «palacio de los mil juguetes» de «El ladrón de Bagdad». Reflejo de una sociedad que ve al coche como mito de prosperidad y que prepara al niño para acceder a él. El caballo ya es reliquia y apenas se ve: para ello tiene que poseer adjetivo, tiene que ser gigante y andarín.

la niña

La mujer que conduce un «600» dará a su hija una muñeca, pero nunca un coche. La niña no tendrá coches, ni trenes, aunque monta en ellos; ni baterías «minitwist», aunque ballará mañana; ni arquitecturas, aunque será decoradora...

«La mujer, a los hijos y a la cocina». La ecuación del machismo define la función del juguete. En 1966, como hace cuarenta años, a la niña sólo se le ofrece el «ghetto» dorado de la muñequería. Y sus ojos, que miran al variado universo de los mecanos, las arquitecturas y los coches, empiezan a

aprender desde muy pronto que la vida será un rosario de frustraciones. De un año a otro, siempre lo mismo: muñecas, muñecas y muñecas; alguna batería de cocina, algún cochecito para bebé, si acaso un botiquín de enfermera. Nada nuevo. Las innovaciones, por espectaculares que sean, no cambian el sentido. «Ariane» o «Merceditas», unas 1.500 pesetas, andan y piden cualquier cosa a su mamá-niña. Esta «Chispi» que «al apretarle la tripiña hace pis» o la «Sirenita» maniquí «con diversos vestidos independientes», cruz y cara para una preparación de la futura mujer, parecen justificar a Simone de Beauvoir: «No se nace mujer: llega una a serlo».

Las muñecas cumplen la obligación de apellidarse, de especializarse. Invitando a una maternidad indolora veo a «Mary Poppins», a «Ariane» que «besa y anda sola», a un bebé «que llora lágrimas, cara triste a voluntad; toma biberón y hace pipí».

Atraída por el juguete masculino, la niña lo pide alguna vez. Lo contrario es raro. «Cosas de mujeres», dirá el padre si, asustado, viera presentarse el caso Hay que



Piaget y una pléyade de pedagogos pueden moralizar. Pero el mundo de los mayores se impone. Gumman o policía montada, cananas, revólveres.



El juguete, como la utopía, se adelanta a la vida, en ocasiones. El robot, el juguete mecánico, llega antes al niño que a sus padres. La mecanización lo invade todo.

Es tal su adaptabilidad que los arquitectos los utilizan para construir las maquetas. Este juego no tiene fin. Se pueden ir comprando suplementos: molduras, codos, bloques, ruedas. Los colores juegan un papel funcional y decorativo. Italia fabrica también construcciones de gran calidad. A las españolas aún les falta esta perfección. Las cajas van de 120 a 800 pesetas. Las arquitecturas baratas de tacos de madera pintada tienen menos posibilidades, aunque también son educativas.

La competencia hace estragos. Los padres se mueven también en este campo por el prestigio del objeto. Sin embargo, desde un punto de vista racional, es absurdo que una niña tenga una muñeca de 500 pesetas o el chico un coche dirigido y carezcan de una caja de lápices de color o de acuarela, accesibles a cualquier economía, y, sin embargo, eminentemente pedagógicas. Más aún, necesarias. El niño necesita pintar, expresarse mediante el dibujo y el color. En una compra sensata es imprescindible el sonajero para que el niño de meses comience a reconocer los colores y los ruidos, y el lápiz de color, la acuarela o el óleo, según las edades. Los tacos de letras, los abecedarios, los ábacos no son, en absoluto, despreciables.

Tendemos a comunicar a los niños nuestro servilismo por los objetos bellos y prestigiados. Sin embargo, el niño se mueve

espontáneamente hacia el quehacer real y quiere participar en él. ¿Por qué oponerse al niño que se inclina hacia la caja de herramientas?

A veces, el juguete pedagógico ha fracasado comercialmente. Sería preciso analizar cuándo se debía a su pobreza, mala concepción o al aburrimiento que producía y cuándo a las decisiones del padre. Este año se ha hecho un alarde en este aspecto: el juguete «Philips». Solamente tiene un defecto, la carestía relativa (1.500 pesetas). Y es relativa porque con una sola caja pueden montarse treinta aparatos eléctricos distintos. El motor eléctrico puede accionar el reloj de pared que marca las horas con la misma exactitud que cualquier reloj comercial, un carro de asalto con cambios de varias marchas, un martillo pilón, una turbina... El libro de instrucciones es un verdadero texto de prácticas de física de cuarto curso. Cada juego lleva, además del motor, 600 piezas de gran precisión. Los ohmios están expresados por colores. El estudiante de bachillerato puede sentirse un pequeño ingeniero después de haber construido un receptor de radio, «radio engineer».

El juego en el que interviene un reglamento, unas leyes físicas, una lógica o bien unas reglas morales o tradicionales (juegos de calle), incorpora al niño a un mundo real, regido por unas normas que, según el esquema freudiano, vendrían im-

puestas por el padre y, en nuestros tiempos, en que el ámbito familiar va quedando superado por la socialización impuesta, entre otros factores, por los medios de comunicación de masas, lo son por unas autoridades superiores al padre. Esta adaptación del niño al «juego social» tiene la contrapartida de la adaptación a un orden de cosas, pero, por otro lado, le proporciona al niño o al adolescente un sentido de la realidad y una práctica rigurosa de la lógica.

industria

¿Qué se construye y con qué criterios? Se vende, se dice, lo que quiere el público. El industrial se lava las manos. El industrial se limita a competir con sus adversarios. En la industria, en general, la competencia se mueve dentro de unos límites: el objeto debe servir unos fines lo más eficientemente posible y al mínimo costo. Pero, ¿cuáles son los fines del juguete? En este punto, se cae en la aberración. A un caballo se le puede hacer andar, piafar, revestir de piel auténtica. El industrial construye una gama de caballos, desde el de cartón al que cuesta 3.000 pesetas. El padre tendrá a comprar el más caro, el más grande o al menos más grande que el del vecino. Un orgánillo de ficción, pequeño, es despreciado ante el de **SIGUE**



tres mil pesetas o el de seis piezas musicales, todo un mueble, de 9.000. Del colador y el embudo de plástico de una peseta —el más barato— al coche con motor de gasolina que consigue una velocidad de 35 kilómetros por hora y que vale 16.000 pesetas —el más caro que hemos visto este año—, el muestrario es enorme. Esta es la respuesta del industrial.

La industria española del juguete es sana y competitiva en algunos sectores. En 1965 las exportaciones significaron casi el triple de las importaciones: 8.047.000 dólares frente a 3.042.000 dólares. El ritmo de crecimiento es superior, sin embargo, en las importaciones. Estas se han multiplicado por nueve en los últimos años, mientras las exportaciones sólo se han multiplicado por tres. Los principales clientes de España son Francia, Alemania e Italia, que figuran entre los países de mayor producción. Alemania importa por valor de 75 millones de dólares y exporta por valor de 58, y Francia 36, frente a 32 de importación (año 1965).

Existe una cierta especialización por países. En el mecánico —la industria pesada del juguete— destacan Alemania Occidental y Japón. En armas, Estados Unidos e Inglaterra. España en muñequería. En nuestro país, los principales centros productores se alinean en las zonas levantina y catalana. Onil, Ibi, Denia, Castalla, Aldaya, Alacua y Barcelona. Onil fabrica el 70 por ciento de las muñecas españolas. La Feria del juguete de Valencia es la institución promotora de esta industria. En febrero comienzan a programarse los pedidos y las principales partidas. El consumo aumenta a buen ritmo; se ha triplicado en los últimos cinco años. Puede estimarse en cerca de cinco mil millones las ventas en toda la nación. En el mes punta —diciembre—, uno de los grandes almacenes madrileños vendió por valor de 20 millones, aproximadamente.

«Ya que yo no lo pude tener, que lo tenga mi hijo». El psicoanalista define: complejo de Layos. El vendedor lo explica a su manera... Lo cierto es que el padre compra más si va solo que si le acompaña su mujer, que piensa también en los zapatos, en el abrigo. El criterio económico de la madre puede beneficiar al niño, pues un número excesivo de juguetes llega a atisgar. La relación niño-mundo se ahoga en la cantidad.

Este mundo que han metido aquí llegará al niño cuando ya se le escapan los días largos para el juego, los días de vacaciones. Poco a poco, la costumbre se rompe: aumentan las familias que dan los juguetes en Nochebuena. Pero esta «heterodoxa» innovación marcha lentamente, despacio, como la racionalización del juguete, como la aplicación de otros criterios que no sean los puramente mercantiles. No hay, siempre, una correlación entre utilidad y precio, pero viendo este universo se saca una conclusión clara: cada día cuesta más la fantasía. Hay una carrera de precios. Muchos padres, que miran sólo al niño como «su juguete», lo fomentan con su afán de ostentación.

VICTOR MARQUEZ
C. ALONSO DE LOS RIOS
Fotos: GIGI CORBETTA





Las innovaciones espectaculares introducidas en las muñecas no varían en nada su sentido. La muñeca será refugio, sustitutivo, preparación para una vida en segundo término. El mundo del niño le está vedado, con sus novedades, alguna como las pilas eléctricas que hacen del jugador un mini-ingeniero.

