

El juguete capitalista: formaciones subjetivas del Porfiriato y la posrevolución temprana

Francisco Javier Gómez Carpinteiro*

BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA (BUAP)

RESUMEN: *en este trabajo se relaciona la producción capitalista de juguetes con la formación subjetiva de la niñez en el Porfiriato y primeros años de la posrevolución mexicana; se explora la conexión entre la fabricación de juguetes y la creación hegemónica de visiones idealizadas de gobernantes, la constitución de diferencias de género y la estigmatización de personas definidas por su condición débil, sucia o "exótica". Estas conexiones ayudan a entender cómo la constitución de regímenes autoritarios descansó también en valores e imágenes infundidas cotidianamente en los marcos de socialización familiar y pautas de consumo de juguetes producidos fuera y dentro del país.*

PALABRAS CLAVE: *infancia, juguetes, formación del Estado, Porfiriato, posrevolución mexicana.*

The capitalist toy: subjective formations of
the Porfiriato and the early post-revolution

ABSTRACT: *The capitalist production of toys is related to the subjective formation of children in the Porfiriato and the first years of the Mexican post-revolution. It explores the connection between toy-making and the hegemonic creation of idealized visions of rulers, the constitution of gender differences, and the stigmatization of people defined by their weak, dirty or "exotic" condition. These*

* panchog39@hotmail.com

Fecha de recepción: 26 de agosto de 2024 • Fecha de aprobación: 8 de octubre de 2024

connections help to understand how the constitution of authoritarian regimes also rested on values and images infused daily in the frameworks of family socialization and patterns of consumption of toys produced outside and inside the country.

KEYWORDS: *childhood, toys, State formation, Porfiriato, post-Mexican revolution.*

INTRODUCCIÓN

El objetivo de este artículo es explorar la relación entre el mercado capitalista del juguete, su consumo por la niñez mexicana durante el Porfiriato y los imaginarios político-culturales que se recrearon en este orden social patriarcal y autoritario. Los avances de investigación en el presente artículo forman parte de un proyecto más amplio que se lleva a cabo sobre la influencia que los juguetes pudieron tener en la niñez para crear y regular comportamientos individualizados y subordinados en el Porfiriato y principios de la posrevolución. Aquí se presentan interrelaciones entre nociones sobre marcialidad, figuras patriarcales y “tipos mexicanos” —esto último se refiere a representaciones estéticas en torno a personas de las clases bajas, surgidas luego de la culminación de la independencia. Se observan dichas conexiones para avanzar en el entendimiento de cómo la constitución de regímenes centralizados y autoritarios descansó también en valores e imágenes infundidas cotidianamente en los marcos de socialización familiar y pautas de consumo de juguetes producidos fuera y dentro del país. En la medida en que el mercado, el uso y los imaginarios político-culturales del juguete están relacionados con un contexto mayor al mexicano, aquí también se realiza un esfuerzo por observar en un marco global la constitución del juguete como una mercancía en un periodo de la formación del Estado nacional y su particular universo simbólico.

La historiografía en México sobre la producción capitalista de juguetes en este periodo y sus efectos en patrones culturales es prácticamente nula. Si bien los estudios sobre la niñez como un concepto moderno y objeto de prácticas de gobierno son variados [Castillo 2003; Reyes 2005; Santiago 2007; Sosenski 2012a; Alcubierre *et al.* 2018], sus intereses por relacionar la producción masiva de juguetes a la infancia y sus juegos es secundaria. En tanto, una corriente historiográfica interesada en la conformación de patrones de gustos y consumo en sociedades altamente diferenciadas del periodo parecería colocar implícito el tema de los juguetes y los niños en su amplia perspectiva [Beezley 1994; Bunker 1997, 2021; Sánchez 2020].

Tampoco la historiografía del juguete tradicional mexicano, puntualmente la que abarca esta misma etapa del Porfiriato, se plantea consideraciones referentes al impulso que la fabricación y consumo de juguetes pudo tener en inculcar valores que sustentaran desigualdades sociales y formas de gobierno [González 1993; Medrano 2009; Florescano *et al.* 2006].

Este artículo pone énfasis en conectar la producción de un mercado global del juguete a un orden de poder que se constituía en México. En el centro de esta propuesta se encuentra relacionar la cultura con los procesos materiales y sus contextos históricos, en la perspectiva de Materialismo Cultural, sugerida por Raymond Williams [1980] y que Eric Wolf [2022] llamó Economía Política Antropológica. En este sentido, se entiende al juguete también como un objeto de producción y consumo, un material cultural no únicamente para el entretenimiento, sino también para el adoctrinamiento de las infancias. Las relaciones sociales que lo envuelven revelan formas de autoridad patriarcal en un periodo marcado por políticas y lógicas modernizantes.

El objetivo es colocar la relación entre la adquisición de juguetes en este periodo al contexto global de producción de mercancías orientadas a satisfacer deseos de clientes en diversos nichos de consumo, como es el caso de México. Así, en los siguientes apartados se esbozan aspectos de la industria europea, en particular las características de su organización de trabajo y los éxitos en la creación de un mercado globalizado de juguetes. Se aborda de manera específica a los juguetes bélicos y los inspirados en los tipos mexicanos para observar una realidad ajustada a formas de desigualdad y subordinación en esta etapa.

La metodología se basa en fuentes de archivo, libros y revistas del periodo, recuerdos de vínculos entre infancia y juguetes presentes en fuentes secundarias, así como el registro de juguetes físicos e imágenes gráficas. Con todo esto, la intención es utilizar datos que puedan dar cuenta de diversos ámbitos vivenciales en la constitución de sujetos en un tiempo histórico específico.

EUROPA, JUGUETES Y MERCADOS

Para el último tercio del siglo XIX en Europa, los juguetes constituyeron una mercancía con numerosos centros de trabajo, redes globales, desarrollo tecnológico y mercados. Su fabricación combinó de manera redituable diversos sistemas de producción en pequeña escala con procesos mecanizados. Alemania, Gran Bretaña y Francia fueron los principales productores de juguetes. En esta materia, indica David Hamlin [2004], el país germano sobresalió, su producción alcanzó 52% del total de la industria juguetera

europea para 1913. Walther L. Bernecker [2015: 16] establece que desde los años treinta y cuarenta del siglo XIX Alemania exportaba más a México que a Estados Unidos, en especial productos como artículos de ferreterías, géneros de telas y juguetes. Esa clase de exportaciones aún fueron relevantes durante el Porfiriato, puesto que 19% de las importaciones de México provinieron del país germano.

Alemania representó un paradigma en la articulación de diversos sistemas productivos. David Hamlin [2004] plantea que ese país desarrolló un modelo industrial de especialización flexible; combinó labores artesanales con tareas en fábricas menos dependientes del trabajo humano y más maquinizadas, organizado por compañías o firmas grandes que directamente respondieron a las demandas del mercado.

En talleres o unidades productivas pequeñas, ubicados en Turingia y Erzgebirge, se especializaban en la realización de distintas partes de juguetes, muchas veces conforme a la tradición de su oficio, por ejemplo, para la fabricación de una muñeca, en uno de estos puntos se elaboraba con madera o papel maché su cuerpo; en otro lado, la cabeza; en otro, se colocaba el pelo por peluqueras; y en un último punto, se le pintaba, se le aplicaba laqueado, se le confeccionaba su ropaje, era ensamblada por completo y empacada [Hamlin 2004]. Estos lugares de trabajo fueron generalmente unidades domésticas pobres que no rebasaban los cinco trabajadores, mismos que podían incluir a mujeres y niños. De este modo, con baja inversión de capital y sin el costo de la reproducción social de la fuerza de trabajo, la industria del juguete alemana pudo aumentar la producción y sostener precios bajos. Tales ventajas se tuvieron también en Nuremberg. Aquí, se siguió el modelo clásico de industrialización capitalista —una de sus fábricas para ese periodo llegó a ocupar tres mil trabajadores— pero aún canalizó trabajos a unidades domésticas muy pobres [Hamlin 2004].

El desarrollo alcanzado por la industria del juguete, décadas antes de la Primera Guerra Mundial, fue generado por las demandas de los consumidores porque especialmente se vincularon los deseos de los niños a la escala de ganancias del capitalismo. Phillipe Àries establece que un concepto de niñez, tal como lo conocemos ahora, surgió en la era victoriana [*apud* Mikula 2007]. No es coincidencia que esta premisa cultural se relacionara con el propósito de los fabricantes de producir suficientes y variados juguetes en calidad y precios para satisfacer las crecientes demandas de infantes. Antes de ese momento, los niños de las clases pobres no eran provistos de juguetes; tampoco eran propiamente asociadas a las actividades lúdicas de los infantes, ya que era común que las pequeñas figuras se elaboraran con fines rituales para toda la población o bien los soldaditos fueran indistintamente

jugados por adultos o pequeños o se fabricaran muñecas para vestirse con el objeto de servir de anuncios comerciales [Mikula 2007].

Con el avance de los ferrocarriles en Norteamérica y Europa se facilitó la explotación de minas y el transporte de materiales a centros industriales para su forja, lo que fue fundamental para elaborar diferentes juguetes de hierro y lámina. Eso aumentó la variedad y con la incorporación de motores eléctricos y mecanismos de ingeniería se crearon juguetes capaces de operar con sus propias fuerzas, por ejemplo, calderas, trenes, autos o barcos.

Con la sofisticación adquirida, los compradores se mostraron fascinados por estas novedades. Como indica David Hamlin: “Los padres más ricos estuvieron deseosos de gastar sumas considerables por esos elaborados y miméticos juguetes que prometieron tanto asombro como inspiración” [2004: 39]. También los animó, al igual que a observadores de la época, a pensar que juguetes con alta tecnología pudieran habituar a los niños a las necesidades de los tiempos venideros.

En Europa, el elaborado trabajo y la gran cantidad de tiempo para producir piezas únicas, bellas y eficientes dio paso a una fabricación amplia de juguetes que materializaban las ideas de sus diseñadores dispuestos a crear nichos de consumo infantil, no solamente ideado por adultos sino adquiridos por otros adultos —los padres— que miraron complacientemente la idea de ver en el juguete un medio para reproducir actividades y vidas de personas mayores. Este proceso extendió sus dimensiones geográficas en México. En las últimas décadas del siglo XIX, los comportamientos de consumo de la clase más adinerada, usualmente interesada en adquirir mercancías principalmente europeas, reflejaron visiones particulares de modernización, una lógica que se sustentó en sus propios entendimientos del pasado para introyectar mediante juguetes aquello que imaginaron fuera, bajo el mando de fuertes figuras patriarcales, un país más próspero y ordenado.

EL JUGUETE: PRODUCCIÓN Y NICHOS DE CONSUMO DURANTE EL PORFIRIATO

William H. Beezley [1994: 178] indica que el régimen porfirista tuvo sustento en una élite capitalista de extranjeros y mexicanos. Sus inversiones abarcaron la extracción de minerales, generación de energía eléctrica, industrias de diversos giros, producción agropecuaria y ferrocarriles, entre otras ramas. Los éxitos de sus negocios generaron la ilusión de una riqueza desmedida, por lo que la abundancia de dinero y lo que podía conseguir fue una marca de lujo asociada a la naciente plutocracia mexicana.

En el porfiriato se buscó tomar distancia de los preceptos religiosos y comunitarios del anterior régimen. Su proyecto de modernización, sustentado en las interpretaciones que intelectuales mexicanos hicieron de las ideas evolucionistas de Augusto Comte y Herbert Spencer, puso acento en la construcción de un país secularizado y en el impulso de virtudes individuales que se alzarían contrarias a normas religiosas tradicionales y lealtades comunales; por consiguiente, se impulsó una alta centralización política y la veneración patriótica de héroes del pasado inmediato, una figura viviente que para este nuevo orden encarnaba bien el general Porfirio Díaz, combatiente años atrás en la Guerra de Reforma y contra la Intervención Francesa.

Esta élite desarrolló patrones de consumo para establecer las distancias sociales de su alta jerarquía. William H. Beezley [1994: 178] señala la práctica común de hombres adinerados de comprar sus mercancías, quienes definían esos gustos y estilos de vida en afamados almacenes de las principales metrópolis de Europa y Estados Unidos. Las clases medias del periodo emularon esos comportamientos. De acuerdo con Steven B. Bunker [2021: 216], las tiendas departamentales y los almacenes de novedades proliferaron tanto en la Ciudad de México como en los principales centros urbanos del país; en estos lugares se vendieron mercancías de diferentes tipos, fabricadas principalmente en el extranjero o en nuevos espacios para producir en el país, además, sus variados departamentos incluían muchas cosas para el hogar y los miembros de la familia, donde apareció con frecuencia la sección de juguetes. Steven B. Bunker [2021: 140] sostiene el gran valor que las clases adineradas dotaban al consumo en general y a los grandes almacenes en particular. Hicieron ver a estos establecimientos como agentes civilizatorios, una manera de educar a sus inferiores culturales.

Al igual que diversas mercancías, distintos tipos de juguetes fueron adquiridos por ricos inversionistas relacionados con el proyecto de modernización capitalista del gobierno de Porfirio Díaz (1876-1911). Como indica Anthony Burton [1997], los juguetes producidos en Europa fueron presentados por sus diseñadores y sus fabricantes en las grandes exposiciones mundiales. Desde 1851, los franceses dominaron la escena, sobre todo en las exhibiciones celebradas en París, las cuales ocurrieron en un intervalo de 11 años —1867, 1878, 1889— y posteriormente, en 1900, se celebró también en esa ciudad otra exposición que tuvo un relevante significado debido al comienzo del siglo, donde no sólo se expusieron las últimas novedades, sino además se llevó a cabo una retrospectiva de los juguetes presentados en el lapso anterior de cinco décadas. De hecho, ese año fue el punto intermedio de la llamada “Edad de oro del juguete” (1871-1974), “marcada por

el aumento del consumo sin precedente en la historia que exigió a los fabricantes la reinención constante de sus diseños” [Capellà 2015: 67].

Anthony Burton subraya el lugar destacado que los organizadores concedieron al pabellón de juguetes en esa exposición, al estar situado junto con los dedicados a la tecnología y a las artes decorativas. Como lugares emblemáticos de exhibición de mercancías, envueltas en un halo de fascinación, ricos inversionistas y funcionarios porfiristas frecuentaban con seguridad esos eventos.¹ De hecho, en la Exposición Universal de 1900, México instaló un pabellón, con el propósito de mostrar al mundo el destacado lugar que el país tenía para inversiones extranjeras, así como para conocer de los mejores avances tecnológicos e industriales del momento. Al respecto de esa participación de México en la Exposición Universal de París de 1900, Fabiola Rodríguez señala:

[...] una parte de la élite porfirista y de la clase alta mexicana se dio cita en el magno evento, además de la colonia mexicana que residía en París, muchos de ellos conocidos o allegados del General Díaz y de su esposa Carmen Romano Rubio, como por ejemplo, el mexicano de origen francés, José Yves Limantour, Consejero del Presidente Díaz y líder del Grupo los Científicos, quien fue enviado a París en 1899 durante la cuarta reelección presidencial con el propósito de atender asuntos relativos a la deuda [...]. [2022: 205].

Los juguetes representaron objetos también de diferenciación social. La adquisición de éstos, importados o de fabricación nacional, se generalizó en sectores medios y posiblemente en estratos más bajos, con el deseo de copiar los comportamientos de familias porfiristas opulentas, que concuerda con Luis González y González cuando refiere que los soldados de origen francés eran usados por “los niños para recrear las batallas de Independencia” [Medrano 2009].² Entre esos juguetes, los de carácter bélico constituyeron particularmente lecciones de historia sobre la fortaleza y sagacidad de

¹ Refiriéndose al gusto también masculino de las altas capas de la sociedad porfiriana, Bunker, al consultar documentos personales de José Yves Limantour, revela que él era un asiduo comprador en París y a menudo adquiría cosas para otras personas, como el presidente Díaz y su esposa [Bunker 2021: 176].

² Óscar Reyes [2005] presenta para el periodo evocaciones de diferentes escritores jaliscienses sobre la variedad, en calidad y precios, de juguetes que podrían comprar; su fabricación en el extranjero o en el país; el gusto por los de tipo bélico por parte de los niños varones; la compra habitual de juguetes en tiendas departamentales, jugueterías o estancillos en calles y plazas públicas; la relación del obsequio de juguetes a los infantes con ciertos rituales públicos y privados a lo largo del año; y los actos de

héroes para dirigir los destinos de una patria en construcción, en este caso la que delineaba el ideario porfirista.

Hippolyte Rigault, profesor de retórica y antiguo preceptor de la realeza francesa, cuestionaba la “monomanía militar” de fabricantes alemanes y suizos por producir ejércitos enteros y recreaciones de episodios de guerra, así como una gama amplia de fusiles, sables, escopetas, lanzas, cascos y soldados para los niños, puesto que de los juegos derivados de ellos “aprendían las costumbres de mando, conservándolas y llevándolas, sin saberlo, al terreno de las relaciones mundanas. Permanecen, por así decirlo, como oficiales de la vida civil” [Capellà 2015: 66].

Entre este tipo de juguetes, particularmente muñecos, representaron a militares asociados con gestas y liderazgos políticos, por ejemplo, fue común fabricar figuras del emperador Napoleón Bonaparte y del almirante Horatio Nelson (foto 1). Como antes se mencionó, juguetes de esta índole llegaron a México generalmente para niños de familias adineradas, se agregaron a sus juegos habituales y con ello a las narrativas históricas de la época, tan matizada por la presencia de grandes personajes, hombres valientes y triunfantes que representaron una excelente idealización de lo que se necesitaba para dirigir ejércitos y naciones.³

caridad de familias ricas en la donación de juguetes a niños pobres, frecuentemente los que habían sido usados por sus hijos.

³ Guillermo Prieto [1976: 309] ubicó para mediados del siglo XIX, en una zona popular de la capital mexicana, talleres que elaboraban muñecos de barro; en tanto Alberto Gallardo observó a finales de ese mismo siglo en Guadalajara “[...] soldaditos de barro, de ocho o diez por tlaco, hechos en el mismo molde” [Reyes 2005: 67]. Orduña [2012] menciona que en 1873 un padrón de población de la Ciudad de México contabilizó 5 765 artesanos de distintos oficios (zapateros, sastres, carpinteros, impresores, sombrereros, entre otros). En su conjunto, estos datos dan cuenta de una forma de organización de trabajo que pudo producir total o parcialmente juguetes en el país.



Foto 1. Muñecos elaborados en el último tercio del siglo XIX.
Fuente: colección del autor.

El consumo de soldaditos para jugar y construir al mismo tiempo escenarios de batallas fue una práctica aristocrática habitual en toda Europa. Brown [1996: 50] indica que a finales del XIX la amplia adquisición de esta clase de juguetes “armonizaba exactamente con el tono aparentemente agresivo y marcial de la contemporánea Gran Bretaña”. Le llama la atención que previo a la Primera Guerra Mundial, tirarse al suelo y jugar como niños, tal como solían hacerlo líderes británicos, reflejaba un profundo significado por dichas preocupaciones militares [Brown 1996: 1-2].

En México los eventos históricos de la proclamación del Segundo Imperio y la guerra contra la Intervención Francesa por parte de facciones de republicanos alentaron el uso de imágenes bélicas y patriarcales de esa naturaleza. Por ejemplo, una pieza de juguete de Maximiliano de Habsburgo, muy probable del último tercio del siglo XIX, fue hecha en cerámica —en México o en el extranjero— y seguramente era un juguete que buscaba asemejarse a los de Napoleón y Nelson, descritos arriba. La cabeza es de barro o terracota, no puede asegurarse si llevaba un acabado más delicado al colocársele esmalte o convertirse en porcelana, pero es evidente que formaba parte de una figura antropomórfica completa (foto 2).



Foto 2. Cabeza de juguete de Maximiliano de Habsburgo.
Fuente: colección del autor.

Al igual que el muñeco de Maximiliano, también se jugaron diversas figuras bélicas asociadas al ejército francés y al republicano. Así, numerosos juguetes hechos en el extranjero y en el país —de plomo, madera o laminillas metálicas litografiadas— representaron diversos cuerpos de armas del ejército francés, cuyos uniformes fueron característicos de sus campañas en Egipto, Europa y en el México invadido a partir de 1863.⁴ En contrapartida, soldaditos de los mismos tipos personificaron al ejército liberal mexicano que se opuso a la invasión extranjera, en los cuales se distinguían los colores habituales de sus vestimentas y la bandera con el águila republicana (foto 3). Estos juguetes recrearon en miniatura campos de batallas y hombres a caballo o a pie en actitudes marciales. Los escenarios de guerra contrastaron con juguetes para niñas, donde reconstruyeron también a escala su supuesto lugar en el mundo, asociado a las tareas de crianza o a las labores de cocina, todo siempre en el espacio del hogar.



Foto 3. Figuras de soldaditos, diversos tamaños, finales siglo XIX.
Fuente: colección del autor.

⁴ El escritor Ángel de Campo, al referirse a la conformación de sus gustos europeizantes, rememoró: “El primer juguete decente que yo tuve, fue una caja de soldados franceses, contenía hombres de las tres armas, cuatro cañones, dos tiendas de campaña y un carro de ambulancia” [Castillo 2003: 138]

En las tiendas departamentales y los almacenes de novedades la variedad de juguetes incluían muñecos y muñecas de cera, porcelana o celuloide —el antecedente de plástico que conforme pasó el tiempo vendría a revolucionar la industria de la fabricación de estos objetos— juguetes de lámina, *pewter* o hierro, los cuales particularmente reproducían en pequeña escala, además de campos de batalla, maquinarias, vehículos civiles, herramientas, muchos objetos generalmente relacionados con lugares propios de trabajo y socialización en la ciudades y el campo; animales salvajes como elefantes, leones, tigres, camellos, jirafas, etcétera, fueron igualmente usados para recrear escenarios para que la naturaleza se trajera de vuelta al hogar moderno. Sus tamaños podrían servir como dioramas para recámaras infantiles o salones de juego o bien para los amplios jardines de ricas mansiones. Entre esos artículos fue también destacable, por su pretensión de exotizar a las clases trabajadoras y populares, la producción y la compra de figurillas de personajes comunes del espacio rural y urbano, como formas de representar su carácter pintoresco y con ello la simplificación del mundo social, la naturalización y la normalización de las desigualdades sociales.

La constitución plena de un mercado de consumo de juguetes hechos de forma industrial pareció abarcar solamente a infantes de las clases altas y ricas, sin embargo, la falta de poder adquisitivos de los hijos de trabajadores pobres, niños en situación de calle o huérfanos era relativamente cubierta por dependencias del gobierno, sociedades caritativas o filantrópicas de la élite que entregaron juguetes en fechas tradicionales como la Nochebuena y el Día de Reyes. Esto impulsó la compra de juguetes industrializados como parte de los rituales públicos del periodo [Beezley 1994]. Con referencia a los rituales, Moreno indica:

Los actos destinados a la exhibición y promoción de la infancia escolarizada y el sistema educativo nacional durante el Centenario en 1910 fueron complementados con acciones de caridad y beneficencia emprendidos por las damas de ‘alta sociedad’, las cuales repartieron ropa, calzado, dulces y juguetes entre los niños pobres. [2012: 329].

Con esa producción masiva o *cuasi* masiva de juguetes y ese “afán democratizador” otorgado al juguete moderno por parte de fabricantes y diseñadores para ser adquiridos por estratos más bajos, se buscaba reproducir la idea de una sociedad en pequeño, la miniaturización [Benjamin 2015]. Entonces, con juguetes en manos, niños y niñas eran aleccionados para internalizar valores, para que durante su crecimiento los incorporaran a sus ámbitos de socialización. En este sentido, los juguetes fueron considerados

cosas importantes para aprender de la vida. Al respecto, un observador señala cómo particularmente las familias ricas europeas consideraban a los juguetes como bienes preciados, por lo que sólo permitían que los niños jugaran con ellos los domingos y sólo ante su presencia [Boetticher 1929].

Walter Benjamin [2015] sostuvo que la imitación del mundo social fue una característica de juguetes diseñados por adultos en diferentes culturas económicas. Con este principio general aplicado, los infantes jugarían a la recreación de ese universo simbólico. Así, el empleo de figuras bélicas, armas, vestuarios y otros juguetes a escala para varones, fue tan similar a la emulación de la casa de muñecas, tan asociada a construir subjetividades femeninas confinadas al espacio “natural” de la reproducción social. Esto hace concordancia con un texto pedagógico de la época leído en aulas y hogares mexicanos, *Los buenos hermanos*, donde un padre ve con satisfacción y naturalidad la autoridad del hijo menor sobre sus hermanas mayores.⁵

Los efectos de la relación entre la modernización y constitución de roles o estereotipos de género también se asociaron a subrayar la dedicación de las mujeres en otra esfera de la reproducción social a partir de su asistencia continua a tiendas departamentales de las principales ciudades del país para comprar allí gran parte de lo referente a las necesidades y deseos de la familia. Steven B. Bunker [1995] indica que las pautas de consumo iniciadas por los ricos porfiristas derivaron en una “cultura de consumo” que ligó especialmente a las mujeres de sectores adinerados y medios con las tiendas departamentales de capitales nacionales y extranjeros para obtener allí los artículos más exclusivos y novedosos, sobre todo producidos fuera del país. Este autor toma como referencia las ciudades de Monterrey y Chihuahua para señalar que este tipo de negocios hacían campañas publicitarias ofreciendo descuentos en muchas mercancías y llevaban a cabo sorteos en los que se regalaban muebles finos austriacos, juegos para toda la familia, piezas de bacará para adultos, muñecas, pianos de juguete para niñas y una gran variedad de juguetes.⁶

Bunker [1995: 22-23] señala, además, que en 1907 la empresa Langstroth, fundada por un comerciante estadounidense asentado en Monterrey,

⁵ “Concha: -cambiemos juguetes [...] / Margot: -No, yo juego nada más con los míos todo el día / Concha: -Me la das o te pego. No es tuya nada más [...] / Margot: -¿Me pegas? Doy un grito / Concha: -Déjamelas Margot / Margot: -No he de dejártela. Ya tiene Margot el rostro colorado [...] Y entonces Juan, rifle preparado, sale y grita a las dos. Juan: - Cállense o tiro. [Reyes 2005: 262].

⁶ En otras ciudades, establecimientos de esta índole con la venta de similares productos también se presentaron en otras ciudades, por ejemplo, Puebla [AGN 1940].

destacada en ese tiempo por la venta de juguetes —presumía tener un inventario de cien mil de estas mercancías— trajo a la ciudad juegos mecánicos de Coney Island Electric Park con entrada libre para que toda la familia pudiera disfrutarlos mientras “checaban ese gran catálogo de juguetes y participaban en las rifas de diferentes premios”. También, pone de relieve que “con imágenes como esta los mexicanos no dudaron de que habían entrado a la era moderna” [Bunker 1995: 23].⁷

Para el último tercio del siglo XIX, superada la Guerra de Intervención Francesa y la puesta en práctica de las leyes de reformas, juaristas y lerdistas, la élite liberal triunfante vio en el progreso y modernización de los grandes países capitalistas una cuestión a emular. Valores morales como el aprecio a la individualidad, el buen juicio o la razón, la blanquitud, entre otros, dieron sustento al largo régimen de Porfirio Díaz (1876-1911).⁸ Dichos valores estuvieron relacionados con una estructura de explotación con fuertes vínculos con el pasado, que oficialmente glorificaba la grandeza del indio muerto, mientras operaban cotidianamente prácticas de discriminación que apuntalaban especialmente jerarquías de clase, género y raza. En este contexto, en México también comenzaron a fabricarse juguetes con pretensiones universales y con diseños propios dirigidos a distintos tipos de compradores que solicitaron incluso su patente al gobierno de Porfirio Díaz. Como ejemplo de esto, aparece un diseño y prototipo de un ferrocarril a escala en 1886 (foto 4) [AGN 1886], así como juguetes de papel con uso de pólvora, uno de ellos llamado “El árbol mágico”, cuyo particular reconocimiento del gobierno fue negado por existir ya en el mercado un artículo parecido [AGN 1890].

⁷ No sólo las mujeres y los varones adultos asumieron el papel de compradores, sino también los niños. José Benítez recordó cómo los espacios sociales en su infancia fueron igualmente modelados por los lugares donde se exhibían y se adquirían juguetes, por supuesto con el dinero otorgado por sus padres [Reyes 2005: 116].

⁸ Observadores de ese tiempo consideraban necesario impulsar la rectitud en la formación de los niños. “Apuntes de Moral. Dedicado a los niños. Obra inspirada en las doctrinas de los autores más distinguidos por Carlota Morales de Ortega” [AGN 1908].

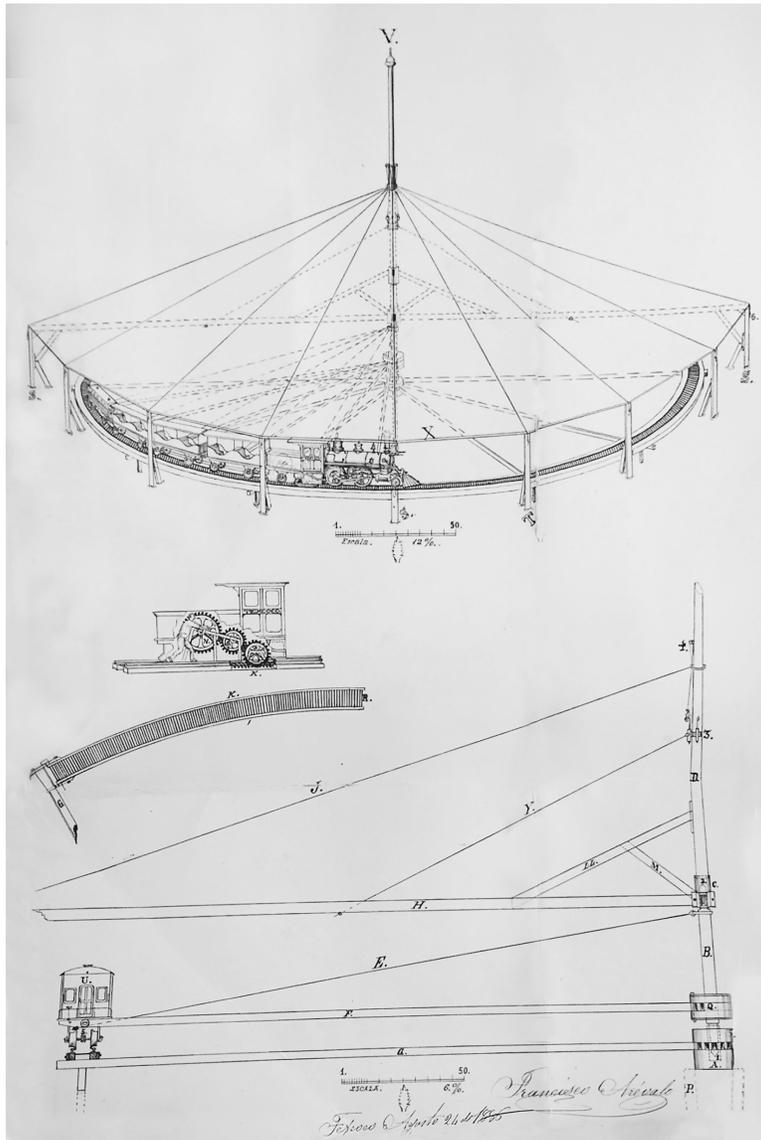


Foto 4. Diseño de Tren a escala 1886 (México). Fuente: A.G.N.

En la alta sociedad porfiriana, dada al refinamiento y recato, los niños solían tener una habitación propia para los juguetes y sus juegos. Si esas mismas familias emulaban las conductas de las familias adineradas del

viejo mundo, los caros juguetes debieron ser jugados bajo presencia y supervisión de los padres. En ese encadenamiento de emulaciones, las clases medias y bajas debieron hacer lo mismo hasta donde las circunstancias lo permitieron. Observados por los adultos, en esos juegos se prevenían las brusquedades innatas de los chicos contra esos objetos y se limitaban la espontaneidad y alegría de los hijos, seguramente para no desbordar aquellas conductas propias de las “buenas costumbres”.⁹

En la constitución de la sociedad porfiriana donde la decencia, el color de piel, la vestimenta y las ocupaciones tenían que estar plenamente diferenciadas, los contrastes fueron evidentes también en la calidad y precio de juguetes de las clases ricas. Por consiguiente, en torno a ese latente deseo de la élite de exhibirse en el espacio social como material y moralmente superior, sus pequeños hijos e hijas solían ser retratados con sus mejores atuendos por los más destacados fotógrafos locales, muchas veces acompañados de sus valiosos juguetes.

“TIPOS MEXICANOS” Y JUGUETES

Desde mediados del siglo XIX, dibujantes y pintores se volcaron a representar a gente ordinaria del campo o la ciudad en sus actividades laborales o en escenas de su vida cotidiana. Impulsados por resaltar lo “pintoresco”, las formas estéticas pretendieron subrayar rasgos que les parecían extraños, distintos, culturalmente diversos y atractivos para la percepción de los extranjeros o para fines de autoidentificación de estratos adinerados de la sociedad local frente al “otro”, generalmente con un color de piel y apariencia distinta y pobre [Aguilar 2021: 69]. Daniel Santillana [2010: 75-77] tiene un entendimiento similar de estas representaciones estéticas. Señala que artistas europeos, entre ellos Claudio Linati, plasmaron en sus obras personajes populares del México postindependiente. Sus trabajos fueron vendidos y adquiridos ampliamente en el formato de litografías. Este tipo de impresiones, junto con un estilo literario realista europeo de recrear personajes para desplazar tipologías más propias del Siglo de Oro que se relacionaban con el caballero heroico, los personajes pastoriles y los buenos mozos, impulsó a un grupo de intelectuales liberales a asumir el papel de

⁹ En una narración del tumulto que se formaba en los escaparates de una famosa tienda comercial del centro de Guadalajara cuando niños de todas las clases sociales contemplaban los novedosos juguetes provenientes de Europa, Alberto Santoscoy repara en el enorme costo de estos objetos que, al adquirirse, terminaban entreteniéndolos a los adultos [Reyes 2005: 116].

representar al pueblo mexicano en el libro, publicado en 1854, *Los mexicanos pintados por sí mismos*. En esta obra se despliega una visión de élite para conocer y clasificar a quienes no eran como ellos, a los pobres, al “pueblo mexicano”.

Tal como esos intelectuales escribieron sobre “El Arriero”, “El Ranche-ro”, “La Partera”, “La Recamarera”, “El Criado” y otros más, en el último tercio del siglo XIX se fabricaron figuritas para ser jugadas por niños, referentes también a esas personas del “pueblo” (foto 5). Su elaboración pudo ser de gran maestría o toscas y simples piezas, pero en cualquier caso sus rasgos y vestimentas contrastaban con el estilo ciudadano de grandes propietarios, aristócratas, militares, abogados, médicos y demás distinguidos personajes adinerados o de la clase media. Y sin duda, como muchos otros juguetes de fabricación nacional, éstos se producían en pequeños talleres o unidades productivas y en muchos casos los fabricantes vendían directamente las cosas en calles, ferias o pequeños estanquillos comerciales. Juguetes con la forma de los “tipos mexicanos” agregaron más elementos para la mimetización del mundo social y para indicar el lugar guardado en éste para la gente pobre; en un amplio sentido constituyeron ejemplificaciones de materializaciones de un orden jerárquico que organizaba las relaciones de opresión y sojuzgamiento, mientras sus élites se solazaban con un gobierno fuerte y centralizado, como lo hicieron también los niños de generaciones previas que jugaron con muñecos que representaron a poderosos e invencibles generales y reyes al comando de ejércitos y pueblos.



Foto 5. Figura muñeca China (cerámica esmaltada y tela) y figura indígena mexicano (madera y tela). Fuente: colección del autor.

En su conjunto, el significado de estos juguetes se relacionó con un idealizado orden social. Entonces, estas cosas generalmente pequeñas de diversas características y precios, hechas en el extranjero o en el país, posibilitaron el despliegue de principios marciales que asociaran la construcción de la masculinidad con la guerra y la necesidad de usar la fuerza para imponer la paz, igual como las muñecas proporcionaron pautas para crear, desde la niñez, modelos de mujer dedicada a su casa, la crianza y la abnegación. Al final, todo estos significados coincidieron con la noción de patria que los porfiristas pregonaron, compuesta de personas sanas, decentes y prósperas.

Entonces, se dio forma a un imaginario social en el cual el régimen se veía apuntalado en la dirección experimentada y fuerte de un patriota mexicano, Porfirio Díaz, cuyas ideas sobre modernización y progreso estuvieron asentadas en un sólido aparato militar y policiaco en las ciudades y el campo.

Por lo tanto, el Porfiriato fue, en buena medida, un orden de poder basado en la violencia o en la amenaza persistente de su uso. Las crueles acciones policiales y militares contra comunidades rurales, poblaciones indígenas y trabajadores industriales a lo largo del periodo dieron constancia de esto. Por tanto, el discurso de la *pax porfiriana* se trasladó a los marcos propios de la vida cotidiana de los niños y niñas, donde aprehendieron valores para distinguir lo admisible de lo inadmisibile, lo decente de lo indecente, lo familiar de lo extraño.¹⁰ Sin embargo, tal como le sucedía con frecuencia a los delicados y frágiles juguetes de porcelana de esa época, los reclamos populares de la revolución aparentemente lo desquebrajaron, tal como finalmente el juego de los niños lograba romper o descomponer el juguete tan costoso y cuidado por los padres. ¿Hacia dónde entonces apuntó la fabricación y consumo de juguetes en el comienzo de la etapa posrevolucionaria?

LOS COMIENZOS DE LA POSREVOLUCIÓN: LA CONTINUIDAD

La Revolución supuso el desplazamiento de la élite dominante para dar paso a una clase distinta de empresarios vinculados con la facción militar vencedora, el grupo Sonora del Norte de México. Esta alianza se recreó en un régimen que aspiró a sustentarse en facciones regionales de poder, con sus propias oligarquías y hombres fuertes, así como el apoyo de clases populares, logrado por una serie de reformas sociales que incluyeron el comienzo del reparto agrario y mejoras a las condiciones de trabajo, las cuales se agruparon en sectores del partido oficial para favorecer un control estatal, vertical y centralizado.

La vieja oligarquía dejó de dictar los estilos de vida y patrones de consumo que anteriormente remarcaron sus lujos y distancias con los sectores medios y populares. Después de concluir el conflicto armado, se contempló la superación de una estética y un lujo victoriano que marcó prácticas y espacios privados y públicos del Porfiriato a otra que fundó su patriotismo en la exaltación de un discurso antiextranjero, principalmente antinorteamericano [Hart 2002], así como la simultánea revaloración de lo indígena y popular que se presentó entre la exaltación folclorizante y su incorporación en el arte posrevolucionario, mediante la recuperación de tradiciones y memorias populares, que tomara distancia de perspectivas academicistas, occidentales y burguesas [García 2021; Beezley 2013].

¹⁰ Publicaciones periódicas pensadas para niños remarcaron siempre la trascendencia de la rectitud moral; reflejaron en buena medida aquello que pensaba y quería para sus hijos la sociedad porfirista [AGN 1911].

Al igual que en el Porfiriato, se solicitaron patentes de nuevos juguetes que se ajustaban a las innovaciones tecnológicas mundiales, tales como diseños para construir un sinnúmero de avioncitos que no sólo buscaban familiarizar a los niños con dichos desarrollos, sino imbuirles interés por conocer el funcionamiento de novedosas máquinas; o bien otros que buscaban contribuir a formar cuerpos sanos, fomentar una renovada veneración patriótica, mediante, por ejemplo, un rompecabezas y otros objetos de tipo didáctico.¹¹ Sin embargo, en general el nicho de consumo de juguetes conformado durante casi 30 años atrás no pareció sufrir modificaciones mayores en el comienzo de la etapa posrevolucionaria. Juguetes importados de calidad y otros fabricados en el país siguieron adquiriéndose en las mejores tiendas departamentales, con vendedores en las calles y en diversos tipos de estanquillos.

En torno a esto, el escritor Rafael Solana recuerda que los escasos juguetes que tuvo en su infancia, transcurrida en los primeros años de esa época, fueron rústicos títeres que contrastaban con:

[...] lo que sospechaba yo [eran] para los niños ricos (yo no lo era), importados de Europa (posiblemente de Italia), en estuches lujosos; sin duda los venderían en el “El Jonuco”, que era la juguetería más elegante, en las calles de 16 de Septiembre; cuando pasaba yo por allí echaba un vistazo a los aparadores; veía máquinas eléctricas, cajas de soldados, ocarinas, marimbas (yo tenía una) y pelotas [...] Los títeres que yo compraba, y que estaban a la venta en todos los estanquillos, y aun en las tlapalerías, eran unos muy sencillos y muy baratos [...] consistía en cinco breves y casi informes trozos de barro cocido, que indicaban cabeza, manos y pies, y en uno a varios trozos de tela, todo armado con cola [...] [Solana 1969: 91].

Solana describe que sus juguetes encaraban personajes diversos de lo que podría considerarse la sociedad de ese tiempo. Enumera con los que habitualmente jugaba: indígenas, sacerdotes, toreros, gendarmes. También esa variedad de figuras abarcaba mujeres del populacho con distintas ocupaciones, peones de campo y personajes con vestimentas tradicionales [Solana 1969].

La evocación del escritor confirma igualmente dos hechos relacionados con la producción y consumo de juguetes. Por un lado, existía una industria local de juguete compuesta de talleres o pequeñas unidades productivas que cubrió las expectativas de sectores populares. Por otra parte, aún

¹¹ AGNblog 2023 <www.Gob.Mx> (las referencias puntuales a las patentes no aparecen en la fuente electrónica).

los juguetes llamativos y de calidad seguían siendo importados, por lo que se encontraban en las existencias de almacenes o tiendas departamentales en las que generalmente compraban, como se ha indicado antes, tanto las clases altas y medias mexicanas, incluso pobres, como reporta un estudioso del consumo en el México porfiriano [Bunker 2021].

También para esa época, a un periodista que recorría las calles céntricas de la ciudad de México le llamó la atención la venta de juguetes bélicos [Aragón 1922]. Se trataba principalmente de soldaditos de plomo con la peculiaridad de usar viejos moldes, pero pintados ahora con los colores e insignias del Ejército Constitucionalista Mexicano. En efecto, los talleres para fabricación de juguetes nacionales continuaron abasteciendo tiendas departamentales y pequeños negocios de ferias o mercadillos. Eran juguetes con el mismo carácter de aquellos de finales del siglo pasado. Por ejemplo, para elaborar soldaditos de plomo se utilizaban viejos moldes del siglo pasado, pero las figuritas eran pintadas con colores y diseños del Ejército Nacional. Hubo casos cuando los protagonistas destacados de las facciones victoriosas de la revolución fueron igualmente representados.

Se puede decir que estas formas de fabricación y consumo de juguetes en México continuaron por lo menos hasta principios de la década de 1950, cuando el empleo global del plástico para su fabricación masiva y la política seguida por el Estado mexicano de la sustitución de importaciones reconfiguraron la producción de juguetes en el país con consecuencias económicas y culturales particulares, tema que desborda los objetivos de este trabajo [Sosenski 2012b].

Relaciones entre niños, juguetes y donde se podrían adquirir éstos, son abordadas por Lechuga [2021] cuando observa las transformaciones surgidas luego de la revolución de la relación entre espacio urbano e infancia en la Ciudad de México. Centrando su estudio en los niños de la clase media, indica que los menores:

“tuvieron acceso a nuevos espacios de diversión: en la ciudad, asistieron a los parques; conocieron nuevas opciones de entretenimiento con los cines y teatros; y visitaron las jugueterías y tiendas departamentales que eran parte de una renovada infraestructura para el consumo” [Lechuga 2021: 190].

Con respecto a juguetes representativos de ese momento, sobresalen dos piezas que guardan en común el ser obsequios de dos empresas comerciales para sus clientelas, como una estrategia de ventas seguidas por tiendas departamentales y almacenes durante el Porfiriato (foto 6). Estas figuras parecieran representar un cierto traslape de imágenes e ideas del pa-

sado y presente de aquella sociedad. Dichos objetos, obsequiados a adultos consumidores de diferentes mercancías capitalistas, finalmente llegaban a los hogares donde ocurría parte sustancial de la socialización de la niñez.



Foto 6. Juguetes del General Popo y ranchero. Fuente: colección del autor.

El primero de ellos es una pieza que representa un personaje del campo rural mexicano, es un ranchero de figura regordeta, ojos saltones y bigotes que cuelgan hasta el pecho. Literalmente es una caricatura juguetona de un personaje que también se popularizó en el cine, la prensa y otras formas de comunicación hasta bien entrado el siglo xx.

El General Popo, también el nombre de una productora de llantas para autos, representa a un viejo regordete, de rostro adusto y postura garbada que simbolizaban elementos centrales de masculinidad dominante de la época porfirista. Con su gordura, el juguete celebraba un ideal de salud que se consideraba sinónimo de bienestar. La templanza remitía al carácter sabio y buen juicio del hombre viejo, así como la determinación de su gestualidad que indicaba su talante de mando sobre los otros —aunque su brazo extendido sencillamente indicara la dirección que el cliente debía seguir para comprar neumáticos. La figura está hecha de caucho; de pies a cabeza está ataviada con ropa militar. Toda su vestimenta es una alegoría de los atuendos con los que el general Porfirio Díaz posaba frecuentemente ante pintores y fotógrafos,

por lo cual el nombre de la marca de esas llantas y del juguete mismo eran un guiño, sin inocencia, a un orden social que había desaparecido.

Las pequeñas figuras representaban lo viejo y lo nuevo, yuxtapuestas en una aparentemente nueva sociedad. Sin embargo, con estos muñecos, que caricaturizan patriarcas de un orden social transformado, no se podría sustentar la sociedad surgida de la revolución, sino en gobernantes recios y nacionalistas. Entonces, nuevamente el hombre fuerte o los hombres fuertes, como Álvaro Obregón y Plutarco Elías Calles, máximos representantes del grupo militar que resultó victorioso al término de la revuelta armada, aparecieron en el punto más alto y centralizado del naciente régimen, tal como fue el caso también de los héroes imperiales y republicanos del siglo XIX.

Entre lo bucólico de esas figuritas que representaban la rearticulación imaginaria entre presente y pasado y una cierta continuidad en la producción y adquisición de juguetes que exaltaban virtudes de sumisión, liderazgo e individualidad, se mantuvo un renovado despliegue de ideas e imágenes sobre un mundo capitalista relacionado con mercancías que fundamentalmente contrastaron lo viejo con lo nuevo, el atraso con el progreso, así como la inevitabilidad de una sociedad basada en desigualdades. Una ejemplificación pertinente de las representaciones relacionadas incluso con un nuevo régimen es una versión del juego de lotería (foto 7).



Foto 7. Cartas de juego de lotería, años 1920s. Fuente: colección del autor.

La lotería es un juego de azar, practicado por las clases altas durante la Colonia cuya práctica se extendió hacia mediados del siglo pasado debido al gran número de ferias populares en todo el país. Es un juego que no está destinado únicamente a niños. Su iconografía variaba seguramente de región en región o de feria en feria. No obstante, su evolución en México en una representación pictórica homogénea ocurrió en 1887 con la producción en masa del empresario francés Clemente Jaques [Alex 2018].

En una de esas versiones posteriores de lotería, que aquí se analiza, las cartas contienen elementos asociados con el pasado dejado atrás y el presente modernizador que comienza con el fin de la revolución armada; sin duda esta versión refleja también un sentido popular y nacionalista que impresores y pintores mexicanos incorporaron en las imágenes desde las primeras décadas del México independiente [Beezley *et al.* 2007: 434]. Por lo tanto, la mayoría de sus cartas refiere a cosas y personajes propios de finales del XIX y principios del XX. Una de ellas, “El Centavo”, una imagen con el escudo nacional que establece su acuñamiento en 1910, año del comienzo de la Revolución, es en sí misma la referencia al dinero como una forma abstracta del valor generado por el capital, irónicamente esta moneda es de la más baja denominación y representaba el fin y el cambio de época, al menos hasta que la entidad bancaria nacional la quitó de circulación.

Las cartas ilustran generalmente tropos sobre la modernización de la época —“La Máquina”, “El Ferrocarril”, “El Buque”— que capturan trazos de visiones ideológicas sobre la ciudad y el campo, tales como “El Molino”, cuyo dibujo pareciera más a los molinos del medievo español enfrentados por el Quijote. En tanto, dibujos como “El Candado”, “El Reloj”, “La Tina”, “La Pipa”, “El Coche” y “La Casa”, entre otros más, aluden al tiempo, el espacio, la propiedad privada y el confort del periodo burgués ya con una notoria expansión global del Capitalismo. Sin embargo, la tarjeta “El Abanico” tiene esos toques propios de la “exótica” simbología china o japonesa, acaso como una alusión a esa idea del Oriente homogéneo, tan propia de los discursos de poder construido ideológicamente por Occidente para justificar sus deseos colonizadores [Said 2002] y que las élites mexicanas, antes y después de la revuelta armada, utilizaron por igual, seguramente para sentirse modernos y menos provincianos.

Otras cartas representan objetos de uso cotidiano de clases populares. En ellas aparecen idealizaciones en torno al campo mexicano como arados, sombreros de ala ancha y huaraches para trabajadores varones; contrastan estos elementos con las cazuelas y metates del espacio femenino por excelencia, la cocina o bien la carta de una pequeña casa de madera, el trompo que sirve de juego para niños. Las tarjetas también se asocian a la

naturaleza y producción agrícola, así como a la fauna salvaje y domesticada, subrayándose notoriamente en estos casos un contenido pedagógico, que seguramente buscaba reforzar distinciones conceptuales entre lo que se concebía como el campo —atrasado y exótico— y lo moderno —urbano y cosmopolita.

Una serie más de cartas recrea estereotipos dominantes de la época: por ejemplo, “El Chamaco”, un bebé blanco que viste ropaje fino y lo rodean juguetes de fabricación extranjera, mientras toca con aparente alegría un silbato y está posado en su pequeña silla. En muchos sentidos, la imagen parece emular a las fotografías que la clase adinerada solía tomarse para denotar su grandeza durante el Porfiriato. Otra vez la mujer, ahora como “La Poblana”, es vista como un personaje seductor, con los colores patrios en su ropa y el pelo recogido en trenzas con un tocado de flores. Sin duda, la poblana en ese momento es la imagen actualizada de “La China”, muy popularizada como muñeca en la segunda mitad del siglo XIX.

Asimismo, en varias cartas se puede notar que lo bucólico también es acentuado, por ejemplo, con las figuras de un anciano jocosos y un vendedor tradicional de nieves o helados, lo que sin duda es una prolongación estética de esos tipos populares mexicanos trazados y luego vueltos figurillas de madera o cerámica y que en algún sentido son igualmente los mismos títeres que describe Solana. En otras cartas de esa suerte de arquetipos de la sociedad posrevolucionaria, se dibuja a un torero, un referente tan propio de las clases altas del Porfiriato que desplegaban su gusto elitista por la fiesta de los toros. En esta serie destaca la imagen de un modelo de orden y fuerza del antiguo régimen de Porfirio Díaz, se trata de la carta “El Rural”, el policía porfirista.

En una alta proporción, muchas de las imágenes de estas cartas son mercancías, objetos que requerían un proceso de trabajo organizado colectivamente en el contexto mundial, por consiguiente, estaban asociadas con ideas universales de progreso y modernización. En el contexto de una población mayoritariamente analfabeta, los propósitos pedagógicos para introyectar valores hegemónicos fortalecieron imágenes contradictorias sobre lo moderno y tradicional, evocando un pasado que no terminaba de irse y un presente industrializado y urbano al que se aspiraba.

CONCLUSIONES

Con base en el acercamiento de los datos y fuentes disponibles, se formulan algunas conclusiones preliminares. La burguesía porfirista impuso un estilo de vida con la adquisición de ropa, objetos de uso doméstico y suntuario,

lo cual fue importante en la secularización de la vida pública y el ensalzamiento de valores individuales contra aquellos vinculados a principios comunitarios y religiosos [Beezley 1994; Bunker 2021]. Como se muestra en este artículo, también la compra habitual de juguetes para sus vástagos en las principales tiendas comerciales de Europa y en México marcó lo que sería una pauta de consumo en la sociedad porfiriana y en los primeros años de la posrevolución.

A partir de mediados del siglo XIX la producción capitalista de juguetes fue importante en países europeos como Alemania, Inglaterra y Francia. Si bien, no siguió el modelo de industrialización clásico de otras mercancías, la producción en masa o casi en masa logró la articulación de diversos talleres y artesanos que se especializaron en la realización de determinados juguetes y sus diseños estuvieron adecuados a las necesidades y gustos de distintos sectores de clase [Bunker 2021]. Particularmente la elaboración de juguetes realistas de pequeños ejércitos y campos de batalla fue una constante de sus principales fabricantes, lo cual ilustró el peso de una especie de *ethos* militar alimentando los valores de aristócratas y funcionarios de Estados nacionales e imperios europeos. Por ello, no es irrelevante que los varones de la naciente burguesía decimonónica mexicana adquirieran, en el marco de sus propias circunstancias, el gusto por este tipo de juguetes y con ello la interiorización de virtudes de gobernantes capaces de dirigir a sus seguidores, como sin duda se pensó idóneo al general Porfirio Díaz para guiar a la nación. Asimismo, estos objetos proporcionaron orientaciones para la constitución del varón frente a la mujer, considerada sumisa o bella, y la definición ideológica de sujetos, individuales o colectivos, carentes o faltos de estatus jurídico y marcados por una condición débil, sucia, incivilizada o vuelta exótica: ser trabajadores pobres [Alonso 1995].

En análisis en el que se avanza en este artículo nos permite entender que los juguetes, esas pequeñas cosas pensadas simplemente para la diversión, representaron imágenes que articularon pasado y presente; se convirtieron en materializaciones idealizadas sobre tiempos pretéritos y promesas de un futuro de progreso y modernidad, muchas veces al celebrar la existencia y perpetuación de figuras patriarcales. La adquisición del juguete se llevó a cabo siempre en un nicho de consumo construido para que padres o madres compraran juguetes, elegidos para la formación subjetiva de sus vástagos; además, ellos y ellas supervisaron cotidianamente sus juegos. Sus visiones del mundo social fueron permanentemente registradas y actualizadas por fabricantes de juguetes que ocultaban bien la verdadera naturaleza, opresiva y explotadora, de las relaciones sociales del régimen de poder porfirista y el de los comienzos de la posrevolución.

REFERENCIAS

Aguilar Ochoa, José Arturo

2021 *Carlos Nebel (1802-1855) y la construcción del primer imaginario mexicano*. BUAP, H. Ayuntamiento de Puebla. México.

Alcubierre Moya, Beatriz y Susana Sosenski

2018 Espacios y cultura material para la infancia en América Latina (siglos XIX y XX). Introducción. *Secuencia: revista de historia y ciencias sociales*, 102: 6-14.

Alex, Stacey

2018 La lotería mexicana: Playing with heteronormativity. *The Routledge Companion to Gender, Sex and Latin American Culture*, Frederick Luis Aldama (ed.). Routledge. Londres.

Alonso, Ana María

1995 *Thread of blood: colonialism, revolution, and gender on Mexico's northern frontier*. University of Arizona Press. Tucson.

Aragón, Alejandro

1922 Calles del centro. *El Universal Ilustrado*, VII (315): 4.

Beezley, William H.

1994 The Porfirian smart set anticipates Thorstein Veblen in Guadalajara, en *Rituals of rule, rituals of resistance. Public celebrations and popular culture in Mexico*, William H. Beezley, Cherly English Martin y William E. French (eds.). SR Books. Wilmington, Delaware.

2013 Creando la cultura revolucionaria de México: Vasconcelos, indios, antropólogos y chicas de calendario, en *Diversae. Revista del Seminario de Historia Mexicana*, 1 (1): 53-69.

Beezley, William. H. y S. Ortoll

2007 Cómo fue que El Negrito salvó a México de los franceses: las fuentes populares de la identidad nacional, en *Historia Mexicana*: 405-444.

Benjamin, Walter

2015 *Juguetes*. Casimiro. Madrid.

Bernecker, Walther L.

2015 Alemania y México en los siglos XIX y XX: una visión histórica. Las relaciones entre Alemania y México. ¿Una relación sin emociones? *Los Cuadernos de la Cátedra Humboldt de El Colegio de México*, 145 (1): 11-33.

Boetticher, Armagard von

1929 El juguete de antaño. *El Niño. Revista mensual. Órgano de Propaganda de la Oficina Educativa, de Reforma, Recreativa y Social del Departamento de Distrito Federal*, II (25): 9-12.

Brown, Kenneth D.

1996 *The British toy business: a history since 1700*. A&C Black. Oxford. Reino Unido.

Bunker, Steven B.

1997 *Consumers of good taste: Marketing modernity in Northern Mexico, 1890-1910*. Doctoral dissertation, University of British Columbia. British Columbia, Canadá.

2021 *La creación de la cultura de consumo mexicana en la época de Porfirio Díaz*. Fondo de Cultura Económica. México.

Burton, Anthony

1997 Design History and the History of Toys: defining a discipline for the Bethnal Green Museum of childhood. *Journal of Design History*, 10 (1): 1-21.

Capellà Simó, Pere

2015 Juguets y pensamiento estético en la Europa del siglo XIX. *Goya*, 350: 56-71.

Castillo Troncoso, Alberto del

2003 Imágenes y representaciones de la niñez en México en el cambio del siglo XIX al XX. Algunas consideraciones en torno a la construcción de una historia cultural. *Cuicuilco*, 10 (29): 1405-777. <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35102909>>. Consultado el 24 de octubre de 2024.

Florescano, Enrique y Jorge Pérez de Lara

2006 *El juguete mexicano*. Alfaguara, Santillana. México.

García Bonilla, Emilio

2021 Artistas vestidos de overol. El inicio del movimiento muralista mexicano (1922-1924), en *Signos históricos*, 23 (46): 348-375.

González y González, Luis

1993 *Juegos y juguetes mexicanos*. Dina. México.

Hamlin, David

2010 Flexible specialization and the German toy industry, 1870-1914. *Social History*, 29 (1): 30-40.

Hart, John M.

2002 *Empire and revolution: The Americans in Mexico since the civil war*. University of California Press. California.

Lechuga Herrero, Daniela L.

2021 Una ciudad para los niños: los espacios de diversión para la infancia en el Distrito Federal, 1928-1940. *Fronteiras: Revista Catarinense de História* (38): 189-219.

Medrano de Luna, Gabriel

2009 La expresión cultural de una cosa: el juguete popular. *Nueva Antropología*, 22 (70): 115-142.

Mikula, Maja

2007 Games, toys, and pastimes, en *The Greenwood Encyclopedia of World Po-*

pular Culture, Eva Nwokah y Clara Ikekeonwu (eds.). Greenwood Press. Connecticut.

Moreno Juárez, Sergio

2012 La infancia mexicana en los dos centenarios de la Independencia Nacional (Ciudad de México, 1910 y 1921). *Historia Mexicana* (2012): 305-365.

Orduña Carson, Miguel

2012 Los artesanos en la Ciudad de México Una revisión historiográfica. *Revista Encuentros Latinoamericanos Montevideo*, 6 (14): 61-101.

Prieto, Guillermo

1976 *Memorias de mis tiempos*. Editorial Patria. México.

Reyes Ruvalcaba, Óscar

2005 *Imaginario, representaciones y comportamientos de la niñez en Guadalajara durante el Porfiriato (1876-1911)*, tesis de doctorado en Ciencias Sociales, especialidad en Historia. CIESAS Occidente. México.

Rodríguez Barba, Fabiola

2022 Del Crystal Palace a la Tour Eiffel. México en las Exposiciones Universales del siglo XIX. *Revista de historia de América*, 162: 183-212.

Said, W. Edward

2002 *El orientalismo*. Debate, México.

Sánchez Parra, Cristina

2020 La publicidad de las tiendas por departamentos de la Ciudad de México en los albores del siglo XX. *Historia Mexicana*, LXIX: 1597-1646. <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=60062761004>>. Consultado el 24 de octubre de 2024.

Santiago Antonio, Zoila

2007 Los niños en la historia. Los enfoques historiográficos de la infancia. *Takwá*, 11-12: 31-50.

Santillana, Daniel

2010 Sobre El Iris de Linati y Los mexicanos pintados por sí mismos. *Revista Fuentes Humanísticas*, 22 (41): 69-81. <<http://hdl.handle.net/11191/2233>>. Consultado el 9 de mayo de 2024 [PDF].

Solana, Rafel

1969 El teatro de títeres, en *Artes de México*, 19 (15): 91-93.

Sosenski, Susana

2012a Memorias de infancia: la Revolución Mexicana y los niños a través de dos autobiografías, en *Susana Sosenski y Elena Jackson Albarrán, Nuevas miradas a la historia de la infancia en América Latina: entre prácticas y representaciones*. UNAM. México.

2012b Producciones culturales para la infancia mexicana: los juguetes (1950-1960), en *Relaciones. Estudios de historia y sociedad*, 33 (132): 95-128.

Williams, Raymond

1980 *Marxismo y literatura*. Península. Barcelona.

Wolf, Eric R.

2022 *Europa y la gente sin historia*. Fondo de Cultura Económica. México.

ARCHIVO CONSULTADO

Archivo General de la Nación (AGN)

- 1886 Patentes y Marcas/Patentes y Marcas/ Patentes y Marcas (1era. Clase) / caja 30/144994/23/expediente 972. AGN. México.
- 1890 Patentes y Marcas/Patentes y Marcas/ Patentes y Marcas (1era. Clase) / caja 44/145008/4/expediente 1245. AGN. México.
- 1908 Propiedad artística y literaria/caja 9/ expediente. 26. AGN. México.
- 1910 Propiedad artística y literaria/ caja 159/ exp. 6150/ foja 2/1910/Casas comerciales en Puebla. AGN. México.
- 1911 Propiedad artística y literaria/caja 180/expediente (39)5042/1-20/1911/ México. *Reg. Infancia. Revista Mensual para niños*. Director y propietario Mariano Alarcón. AGN. México.