

Juegos y juguetes en la memoria ideológica del 98

EL JUEGO COMO FENÓMENO HISTÓRICO, SOCIAL Y ETNOGRÁFICO, manifiesta actualmente un creciente interés en el campo de las ciencias sociales. Términos como ludoteca, ludística, ludometría o ludotécnica, enriquecen el vocabulario científico del siglo XX aportando nuevas posibilidades gnoseológicas e investigativas.

Homo Ludens, se ha llamado al hombre, sin olvidar que las especies animales más avanzadas, sobre todo los mamíferos, se apropian también de acciones lúdicas como reflejo incondicionado. La persistencia de la actividad lúdica desde la prehistoria hasta nuestros días constituye el centro de múltiples estudios que en muchos casos recrean nuevos e interesantes matices en la perspectiva histórica.

Los cambios sociales se reflejan directamente en la cultura lúdica de un pueblo, influenciando el comportamiento, los hábitos sociales, la educación. Al mismo tiempo, los juegos se nutren del entorno histórico contemporáneo para encontrar su definición y proyección colectiva. Desde ejemplos milenarios como el Ajedrez, practicado en la antigüedad junto a otros juegos de reflexión, de estrategia elemental o de azar, hasta las pantallas de nuestros ordenadores, el juego nos acompaña a través de los siglos como testigo excepcional de la evolución social.

En el paisaje histórico occidental, puede concedérsele una evidente importancia científica al juego sólo después de la revolución francesa de 1789. La metamorfosis de la percepción de la infancia y la adopción de las ideas de los enciclopedistas del Siglo de las Luces, se patentizan en los juegos del siglo XIX, marcados por el desarrollo de la burguesía y de las relaciones de producción capitalistas, la revolución industrial y las sucesivas guerras del período.

De las campañas napoleónicas a la primera guerra mundial se suceden y desarrollan más de mil y un juego

nuevo y otros viejos, parafraseando el título de un artículo publicado en 1889 en Nueva York por José Martí en su revista infantil *La edad de oro*. A través de esas líneas el autor expresa con objetividad el testimonio de un período en el que las relaciones de producción y el desarrollo educacional de una pedagogía moderna y diversificada, propiciaron cambios trascendentales en el espíritu lúdico y la concepción del juego. Martí comenta a los jóvenes lectores de América Latina un repertorio de juegos modernos norteamericanos, señalando el paralelo de la actividad lúdica contemporánea con los juegos de la antigüedad.



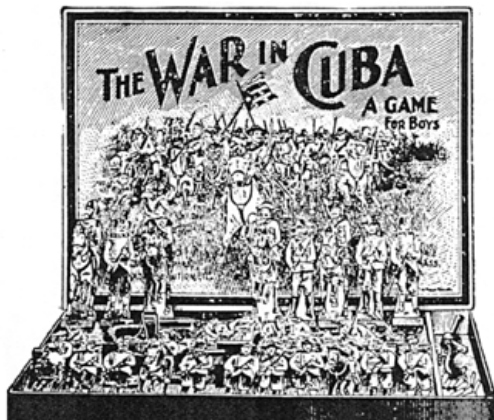
Cubierta del juego *The War in Cuba*. Parker Brothers, New York, 1897

Martí sin embargo, no llegó a conocer la extraordinaria influencia que llegaría a alcanzar en la industria norteamericana del ocio, la guerra a la que consagró su vida; influencia que se explica con la importancia simbólica de la victoria de los Estados Unidos sobre el viejo continente, el fin de cuatro siglos del dominio colonial europeo más implantado en el nuevo mundo y el afianzamiento total de la hegemonía yanqui en las antiguas colonias españolas.

Esta influencia, apreciable de 1897 a 1905 aproximadamente en la industria del juguete y los juegos de sociedad, constituye un elemento documental poco estudiado dentro de las consecuencias culturales de la guerra hispano-cubano-norteamericana en el seno de la sociedad estadounidense.

Hacia 1900, el mercado norteamericano contaba ya con diversas categorías de juegos y juguetes, que en gran número, exploraban la guerra contra España en sus más diversas facetas, exaltando la superioridad militar de los Estados

Unidos. Los ejemplos más importantes se agrupaban en la categoría de juegos de sociedad, que combinaban pedagogía y recreación con fines didácticos. Dentro de ellos, los llamados juegos de roles constituyen un grupo de importancia capital, por ser una vía eficaz de transmisión ideológica, fácilmente adaptable a los fenómenos históricos o a la política. Estos juegos desarrollan sistemas de ejercitación intelectual y físico-motora, que los sitúan cronológicamente en la modernidad. En el tema que nos ocupa, el aspecto ideológico y político se impuso como elemento protagónico, siendo aún más importante que el de simple instrumento recreativo.



The War in Cuba.

With pistols shooting wooden ammunition. An exciting toy game\$1.25

Anuncio del juego *The War in Cuba*, publicado en el catálogo de Schwarz, New York, el 8 de noviembre de 1897

Cabe destacar el interés de la ludopedagogía en la sociedad norteamericana del momento. La adopción, por ejemplo, de sistemas como los de Richter (1806), Fröbel (1881) y otras teorías modernas de enseñanza, despertaron un interés abierto hacia el juego colectivo reglamentado, no sólo a nivel escolar, sino también extendido al ámbito doméstico y comercial.

Una familia dentro de los juegos de roles, es la llamada *wargames* o juegos de guerra, que alcanzaron gran difusión internacional en Europa y América durante todo el siglo XIX. Desde sus inicios, los temas preferidos del *wargame* fueron los conflictos bélicos medioevales, a menudo de inspiración fantástica e imaginaria, las campañas napoleónicas y las guerras coloniales. En norteamérica se comercializaron estos temas «clásicos», y se enriqueció el género con episodios de la independencia de las trece colonias, la guerra de secesión, o los enfrentamientos entre indios sanguinarios y aguerridos cowboys.

No obstante, la verdadera novedad de los juegos de guerra en los Estados Unidos a fines del siglo XIX está en la inclusión del conflicto hispano-americano de 1898 con carácter contemporáneo, confiriendo a los ejemplos lúdicos resultantes un importante valor documental como instrumentos de propaganda ideológica.

El primer ejemplo en este sentido, y quizás el más importante, es el juego *The War in Cuba* (La guerra en Cuba), que muchos niños estadounidenses recibieron en la navidad de 1897. Un hábil comerciante septentrional transcribió al universo lúdico una realidad histórica, poniendo a la venta cuatro meses antes de la explosión del Maine en el puerto de La Habana el 15 de febrero de 1898, un juego de guerra que implicaba una toma de posición ante el conflicto.

Este juego, publicado en el catálogo de navidad de la tienda *Schwarz Toy Bazaar* de Nueva York el 8 de noviembre de 1897, está constituido por un estuche de madera de 58 x 43 cm, representando en el frontispicio la imagen de una



Anuncio del juego Uncle Sam's Mail, publicado en el catálogo de Schwarz, New York, el 8 de noviembre de 1897

carga al machete encabezada por el General Antonio Maceo. Se trata de una cromolitografía en colores, que imita la iconografía militar europea postnapoleónica, exaltando en la imaginación infantil una victoria cubana preconcebida. Maceo es representado enérgico, victorioso, en primera fila, sobre su caballo blanco. Detrás le sigue su ejército, enarbolando una flamante bandera cubana. A lo lejos, apenas perceptible, el cadáver de un voluntario español no deja dudas sobre la toma de posición del fabricante ante el conflicto: la victoria es de Cuba. La caja contiene 35 figurines de madera recortada, entre ellos los generales identificados, y dos pistolas con municiones. Es un juego de destreza, destinado a desarrollar el tiro al blanco y apoyado en reglas simples de confrontación entre dos jugadores.

En el fascículo que explica las reglas del juego, el fabricante se refiere a *very familiar names* (nombres muy familiares), cuando cita a los generales cubanos Gómez y Maceo y a los españoles Weyler y Muñoz, lo que evidencia el interés contemporáneo de la opinión pública norteamericana, que llegaría a la conocida escalada de la prensa sensacionalista desatada por Hearst y Pulitzer.

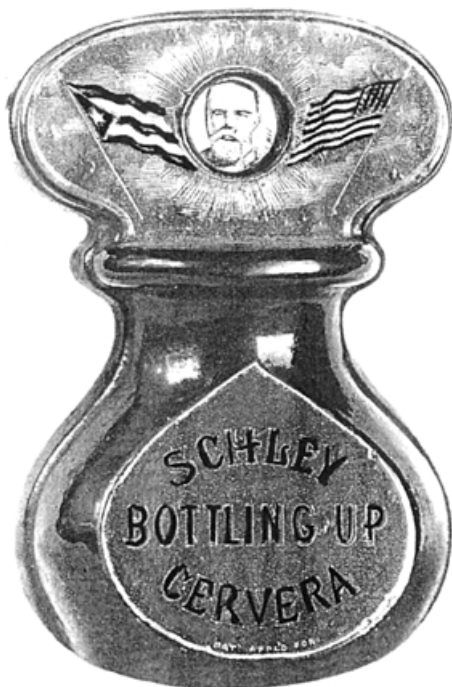
The War in Cuba fue producido por la firma *Parker Brothers*, de Salem, Massachusetts, considerada una de las tres primeras empresas norteamericanas de la segunda mitad del siglo XIX especializadas en juegos y productos diversos destinados a la infancia. Su línea de juegos de guerra se caracteriza por el empleo frecuente de soldados, de dimensión más pequeña que en el resto de los fabricantes del período, y por su calidad de factura, con cajas sólidas y decorativas. Fundada en 1833 por George Parker (1867-1919), esta empresa produjo a principios del siglo XX el juego de sociedad más vendido en el mundo, el célebre *Monopoly*, que generó en la Cuba republicana una popular versión conocida bajo el nombre de *Capitolio*.

Tras la aparición precoz de *The War in Cuba*, y después de la entrada oficial de los Estados Unidos en la guerra, más de una veintena de *wargames* se sumaron al tema, recontextualizando antiguos juegos a través de un enfoque directo de la guerra del 98.

Dentro de la copiosa producción del período sobresale la firma *Chaffee & Selchow*, de Nueva York, que realizó entre 1898 y 1899 varios juegos alegando el conflicto, centrados siempre en el bando americano *Sheley at Santiago Bay*, *Miles at Puerto Rico*, *Dewey at Manila*, *Roosevelt at San Juan* y *The little Corporal* son algunos de estos ejemplos.

Otros fabricantes trataron globalmente la contienda, como *Rhode Island Game Co.* de Providence, a través del juego de recorrido *Uncle Sam's at War with Spain*, que ilustra en su tablero la Casa Blanca de Washington, los puertos de Boston y Nueva York, el Palacio Real de Madrid, el puerto de San Juan de Puerto Rico y el castillo del Morro custodiando la bahía de La Habana.

Diversos juegos de sociedad se unieron a juguetes y a placas de proyección para linternas mágicas, representando la explosión del *Maine* o la toma de Santiago de Cuba. Hubo incluso alcancías mecánicas, como *The U. S. and Spain Bank* o la muy perseguida por coleccionistas americanos actuales, *Schley Bottling Up Cervera Bank*, alusiva a la batalla naval de Santiago de Cuba. En este juguete, mediante un ingenioso mecanismo de contrapeso, se sustituye la imagen del almirante español Pascual Cervera, representado entre las banderas de Cuba y EE.UU, en el cuerpo en forma de botella de la alcancía, por la del oficial americano Schley, tras introducir una moneda. De esta manera, siguiendo el mensaje simbólico que transmite la denominación del juguete, el peso de la moneda norteamericana «embotella» (*Bottling Up*) a Cervera.

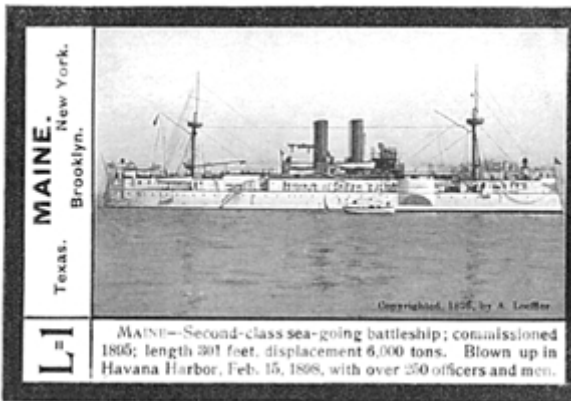


Schley Bottling Up Cervera Bank, una ingeniosa alcancía mecánica de fabricante desconocido. Estados Unidos, 1898. El general español Cervera, representado entre las banderas de Cuba y EE.UU, es «embotellado» por cada moneda introducida, apareciendo en su lugar la imagen del oficial norteamericano Schley

Por otra parte, para la navidad de 1898 se comercializaron en los Estados Unidos juguetes importados que evocaban la victoria contra España. La célebre firma alemana *Märklin*, de Goppingen, hizo desfilar por los estanques y playas norteamericanas, versiones reducidas de los navíos *Maine*, *New York*, *Oregon* y toda la flota que garantizó el poderío estadounidense en Filipinas, Puerto Rico y Santiago de Cuba, a través de verdaderas joyas de perfección tecnológica. Estos mismos navíos habían servido de tema a la firma *The Firestone Co.*, de Cincinatti, para patentar en 1896 el juego de cartas *White Squadron*, que se anunciaba como un juego descriptivo del poderío naval norteamericano. Se

trata de un juego de asociación de cartas apoyado en el modelo clásico de familias, que fue corregido y aumentado tras los sucesos del 98, agregando en la información referente a cada barco, el rol que desempeñaron en las batallas navales contra España.

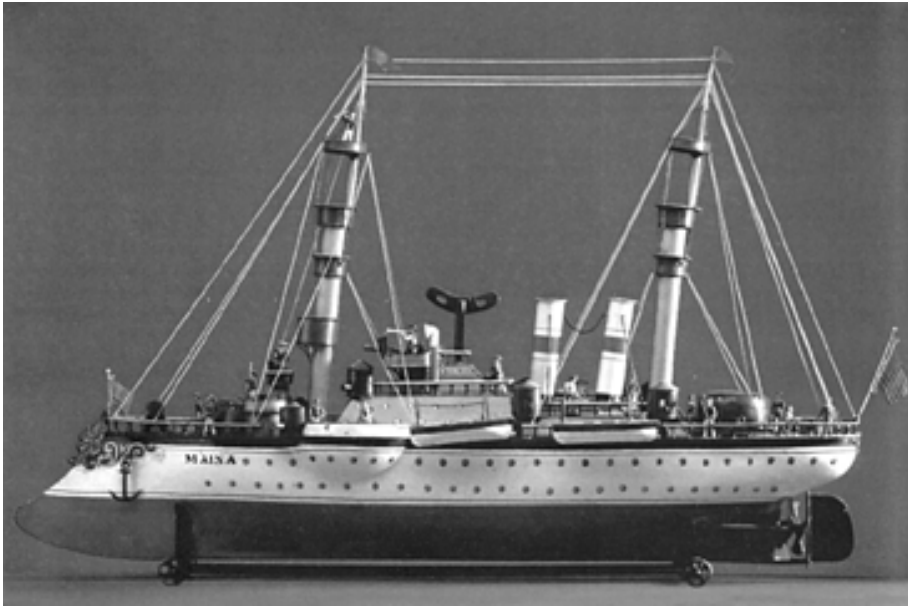
También dentro de los juegos de cartas, es interesante el conjunto *Hood's War Game U. S. vs. Spain*, que cuenta con 13 grupos o familias de 4 cartas cada uno, debiendo ser completados por dos o más jugadores durante la partida. En este caso las cartas se refieren a los ejércitos beligerantes, designando los navíos, las principales batallas, así como los oficiales cubanos, españoles y americanos. Este juego no excluye a los adultos, y refiere de forma muy directa las concepciones políticas del fabricante, representado por la firma *C. I. Hood & Co*, de Lowell, Massachusetts. Basta con leer el encabezamiento de la primera carta *The United States Wich Said that Spanish Cruelties in Cuba Must End* (Los Estados Unidos, quienes dijeron que las crueldades de España en Cuba deben cesar).



Carta representando el buque Maine y reverso de cartas del juego White Squadron, The Firestone Co., EE.UU, 1898 © Colección Tomi Ungerer, Museos de Estrasburgo, Francia



Es evidente el marcado interés político e ideológico implícito en cada uno de los ejemplos lúdicos citados, al mismo tiempo que reflejan la relación estructural entre guerra y juego. En ambos casos, guerra y juego, está presente el mismo principio de confrontación: la existencia de dos bandos opuestos, de dos campos o terrenos diferenciados y de un ganador al final del combate. Una relativa espontaneidad en el juego de guerra es acentuada por esta relación, difícil de encontrar en otros temas lúdicos, y bien aprovechada por la industria norteamericana del ocio para incorporar la política hegemónica de Washington a la conciencia nacional a través de la dimensión comercial del juego. Debe tenerse en cuenta que los *wargames* son dirigidos evidentemente al sexo fuerte, por lo que en este caso pueden asimilarse como un esfuerzo deontológico dedicado a potenciales soldados del futuro.



Versión juguete del acorazado Maine, fabricada en Alemania por la firma Märklin hacia 1898, para la exportación a los Estados Unidos. Obsérvese la germanización del nombre

Como lo demuestra el tema de la contienda hispano-americana, las acciones lúdicas enriquecen de forma permanente su contenido imaginario y narrativo a través de soportes variados y coherentes que influyen de forma decisiva en el pensamiento ideológico colectivo.

Los juegos infantiles y el juguete como objeto constituyen un reflejo de la sociedad que los genera y en este sentido, los juegos de guerra norteamericanos de 1898 representan una importante fuente de estudio poco frecuentada y digna de reflexión.