

ENTRE EMPAQUES Y JUGUETES:

un legado de cartón y plástico

07



LIC. JESÚS RODRIGO ROCHA SÁNCHEZ

Licenciatura en Historia, UNAM

Cuando pensamos en juguetes generalmente nos viene a la memoria nociones de diversión y recreación para los más pequeños, es común asociarlos a un sector infantil que disfruta de estos como objeto de entretenimiento, ya que a menudo se convierten en los protagonistas de aventuras ficticias que existen solo en la imaginación de las niñas y niños más creativos.

No obstante, con el paso de los años, un nuevo sector de la población se ha apropiado del mercado del juguete, creando comunidades y generando conversaciones mucho más complejas alrededor de estos particulares objetos, y que a menudo resignifican el sentido original de éstos, dotándolos de un valor agregado que conlleva un sentimiento de aprecio y admiración sobre aquellas piezas que formaron parte de su infancia y marcaron un precedente significativo en el desarrollo social y emocional de distintas generaciones: hablamos concretamente del sector de los coleccionistas.

El fenómeno del coleccionismo de juguetes surgió a partir de la nostalgia, ante aquello que es apreciado por

las personas adultas y que no tenemos forma de recuperar debido al inamovible paso del tiempo; es decir, canalizar dicha emoción a través de objetos físicos que nos permiten una ilusión al retorno, una conexión con aquello que consideramos sumamente preciado y nos permiten recordar.

La nostalgia ha dotado de un valor agregado a los juguetes, reflejado en un fenómeno económico y social particular, que ha generado toda una cultura del coleccionismo que se vive

Figura 1: Set Barbie 1965.

Imagen tomada de: <https://www.proxibid.com>



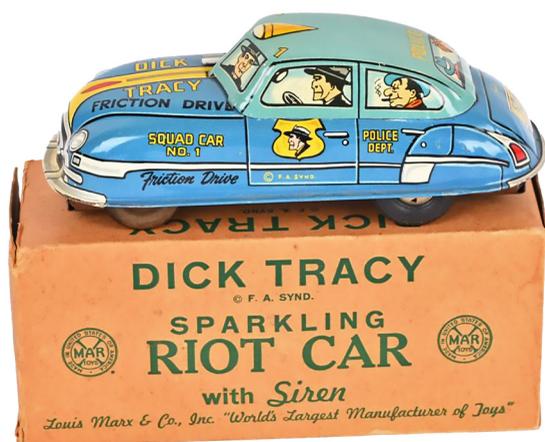


Figura 1: Auto de Hojalata de Dick Tracy, Marx Toys, 1938. Imagen tomada de: <https://www.vectis.co.uk/363-lot-377976>

y se transmite a través de diversas actividades que van desde la búsqueda, compra y venta de juguetes con un estatus de “antigüedad” por ende “coleccionable”, pasando la generación de núcleos sociales y clubes con reuniones y actividades públicas y privadas relacionadas con el mundo del juguete, hasta más recientemente el estudio histórico y cultural del fenómeno.

Más allá del significado intrínseco que los juguetes *per se* puedan representar, el coleccionismo se ha extendido a algo que aparentemente no tendría porque tener un valor similar, ya que se trata específicamente de las cajas y los empaques, un objeto de deseo tan mítico y codiciado como los juguetes mismos.

Casi tan fascinante como el fenómeno histórico y cultural que supone el coleccionismo de juguetes es el valor agregado que los empaques que éstos ofrecen a las figuras por el simple hecho de conservarse, al grado que un empaque en perfectas condiciones puede triplicar o quintuplicar su valor, algunos siendo tan míticos por su rareza y escasez que incluso entre coleccionistas han dudado de su existencia.

Los empaques de juguetes tienen cualidades muy particulares que han hecho que estos objetos sean buscados y cotizados por cualquier coleccionista. En primera, por su conexión con el objeto, una manera de preservar el juguete en su condición más íntegra y original posible.

En segunda, por la estética concreta que cada uno de estos transmite y que nos permite a través de sus gráficos y diseños conectar con el estilo gráfico y plástico propio de una época ya olvidada, siendo éstos, el último bastión estético que preserva pictóricamente testimonio de las modas y tendencias artísticas y comerciales dominantes de una época.

Quizá lo más importante, los empaques de juguetes son atesorados y altamente codiciados por su valor percedero, ya que en un principio, los empaques tenían como funciones principales transportar, almacenar y publicitar los juguetes, pero nunca se pensaron como algo más que un objeto prescindible, una vez que las figuras habían sido adquiridas.

Dicho en otras palabras, el juguete es un objeto que puede recuperarse con mayor facilidad, pues su vida útil suele ser heredada por distintas generaciones mientras éstos mantienen su integridad y cumplan su propósito, pero el empaque por otro lado es desechable, un mero medio de transporte y marketing, cuya finalidad última era la de ser desechado, provocando así que los empaques sobrevivientes sean en la mayoría de las ocasiones sumamente limitados, por no mencionar los casos de empaques casi inexistentes, cualidad que los ha convertido en algo tan raro y codiciado como cualquier pieza faltante de una colección respetable.



El empaque de un juguete nos transmite a una época pasada, pues podemos apreciar a través de éste, materiales que nos hablan de una época: el diseño de los mismos nos conecta con un contexto histórico y cultural que se ve representado a través de la moda y las tendencias hegemónicas de su momento, ya que algunos empaques fueron tan icónicos que incluso en la actualidad han fungido como precedentes de la estética comercial contemporánea, incluso dándose el caso de que las empresas en la actualidad vuelvan a utilizar diseños de una época como manera de publicitar juguetes relacionados con una línea o marca concreta.

¿Cómo podemos constatar este cambio estético y cultural?, incluso más importante, ¿dónde podemos observar las reminiscencias estilísticas que perduran en nuestra actualidad?

Ha llegado el momento de hacer una breve remembranza de la historia

de los empaques de los juguetes.

Si bien los juguetes han existido en nuestra civilización casi desde la invención de la sociedad misma, hablar de empaques nos remite concretamente a la edad moderna, a un mundo globalizado e industrializado que a través de la producción masiva tuvo la oportunidad de forjar toda una industria juguetera estandarizada sobre esquemas que buscaban una homogeneización de sus productos como sello de calidad.

Como veremos, a pesar de los esfuerzos por mantener un control homogéneo, la industria presentó excepciones en sus tirajes (tanto en juguetes como en empaques), un detalle no menor, puesto que a los ojos de los coleccionistas, estas “variantes” que lograron colarse entre el control estandarizado han pasado a convertirse en objetos aún más raros y, por ende, más buscados y cotizados dentro del mundo del coleccionismo.



Figura 2: El Zorro, Marx Toys, 1958.

Imagen tomada de: <https://bid.vegalleries.com>

MARX TOYS® Y PLASTIMARX S. A. DE C. V.

Para comenzar a hablar de la industria juguetera en grandes tirajes, debemos remitirnos a una de las primeras compañías estrella del siglo pasado, creada en 1919, la Louis Marx and Company fundaría la marca MARX TOYS®¹ que se convirtió en la primera compañía juguetera hegemónica estadounidense, que tuvo su máximo apogeo durante el periodo de la posguerra, la cual en la década de los cincuenta se expandió a México creando en 1957 la subsidiaria Plastimarx S. A. de C. V.

En los años treinta la empresa saltaría a la fama con sus autos de hojalata a escala, que funcionaban a través de un mecanismo de cuerda; éstos a su vez son recordados, pues los primeros empaques eran, cajas

de cartón delgado, que en un principio solo indicaban el nombre del vehículo y la marca del producto, pero posteriormente comenzarían a añadir ilustraciones del vehículo con colores llamativos para potencializar sus ventas y captar la atención de los compradores (figura 1).

De la misma manera, cuando la marca se estableció en México, los juguetes manufacturados en el país serían realizados también en plástico, pero conservando un estilo similar en los empaques, cajas de cartón con ilustraciones dibujadas acorde con los juguetes vendidos.

En los años posteriores, sin embargo, el catálogo mexicano se daría a conocer por realizar figuras a escala de distintas temáticas como vaqueros e indios, soldaditos o astronautas, teniendo entre sus novedades algunas de las primeras licencias de películas y programas de televisión como *El Zorro* y *Ben-Hur*, que a su vez tendrían empaques particulares con ilustraciones más similares a posters de películas del Hollywood clásico que a lo tradicionalmente asociado con el mundo del juguete (figura 2).

Así mismo, la tendencia estética impuesta por los empaques de Marx Toys en la década de los cuarenta llegaría a cruzar el mundo, adoptada por la naciente industria japonesa que en los años de la posguerra utilizaba el reciclaje de latas para incursionar en el mundo del juguete, otorgando particulares creaciones como los robots de hojalata, cuyos icónicos empaques futuristas nos remiten al nacimiento de la ciencia ficción.

Figura 3: Barbie clásica
1960.
Imagen tomada de:
<https://www.theriaults.com>



¹ Marx Toy Inc., Marx Toys America's Oldest & Most Beloved Toy Company, 2024. En: <https://wa007.com/projects/marxtoys/about.html>

LA REVOLUCIÓN MATTEL: BARBIE Y HOT WHEELS

Para 1945, una pequeña industria juguetera comenzó a abrirse paso entre los consumidores, trayendo una reinención de lo ya conocido, pero también productos completamente innovadores como la muñeca Barbie, la primera *Fashion Doll* en la historia del juguete.²

Barbie es conocida hasta nuestros días como un icono pop moderno, que en sus primeros años tenía la finalidad de vender accesorios como principal modelo de negocio; la muñeca se encontraba en un clásico empaque de cartón color blanco que destacaba por las ilustraciones de sus distintos atuendos (figura 3).

El cambio en la estética del empaque, no obstante, se marcaría con la llegada de la caja de cartón con ventana transparente en los sesenta, que permitió al consumidor observar el producto sin necesidad de abrirlo (figura 4).

De igual manera, el plástico sería utilizado para dar un giro innovador en la presentación de lo Hot Wells, autos que destacaban por sus diseños extravagantes creados para impresionar,³ revolucionando los empaques con el Blíster, que consistía en un cartón decorado con una burbuja de plástico transparente y una perforación para colgarse; este nuevo empaque permitió la distribución del producto de una manera mucho más práctica, pues ocupaba menos espacio y permitía ser exhibido en los escaparates de una manera más práctica y llamativa (figura 5).

El parteaguas que Mattel forjó en la industria del juguete es innegable, la marca con los años se convirtió en la primera a nivel mundial y la



Figura 5: Hot wheels 1968.

Imagen tomada de: <https://www.ebay.com/str/sammypsdiecastetc>

tendencia estética y práctica que sus empaques hicieron fue desde entonces aplicada en otras marcas como Hasbro o Bandai; su reinado en la industria duró hasta 1977, cuando una pequeña empresa estadounidense revolucionó el Blíster, elevándolo a un estatus de culto con una serie de juguetes que marcaría un antes y un después en la industria y también inauguraría la era dorada del coleccionismo de juguetes y sus empaques.

KENNER Y STAR WARS

Hasta antes de Kenner, la industria juguetera se encargaba en su mayoría de figuras de 30 cm, pero todo cambió con la llegada de una de las películas más icónicas de la historia de Hollywood, que trajo consigo un precedente histórico para el mundo del juguete.

Star Wars no sólo marcaría un acontecimiento cinematográfico, sino que

² The Toys That Made Us, *Barbie* (T. 1, E. 2), dirigida por Tom Stern, producida por Michael Ponterotto e Ian Roumain, Estados Unidos, Netflix, 2017.

³ History Latinoamérica, Hot Rods para niños - GIGANTES DE LOS JUGUETES, 2024. En: <https://www.youtube.com/watch?v=1S-147gyGyY>.



Figura 6: Darth Vader.
Imagen tomada de:
<https://artsandculture.google.com/asset/action-figure-star-wars-darth-vader-action-figure-kenner-products-co/QgErSclKyFQcpA>



traería una serie de figuras a escala 3 ¾ In. Diseñada para adaptarse a sets de juego con naves y vehículos,⁴ el práctico tamaño de éstas permitió que fueran distribuidas a través de Blíster de cartón y burbuja plástica que daría un giro abismal a la manera de publicitar los juguetes (figura 6).

Los cartones Kenner serían todo un giro estético, pues se convirtieron en algo icónico desde su lanzamiento, incluían el nombre del personaje y la fotografía de cada uno, enmarcadas en plateado sobre un fondo negro que asemejaba el espacio, así mismo la parte trasera del empaque contenía los demás personajes de la colección en una lista gráfica en miniatura.

El carácter y estilo tan único de estos empaques los volvió simplemente hipnóticos para propios y extraños, dotándolos de un aura de misticismo y un estilo característico y muy particular, sentando las bases para una nueva ge-

neración de juguetes que durante las siguientes décadas intentaron replicar el fenómeno de ventas que representó la franquicia, siendo considerada por muchos la madre del fenómeno del coleccionismo de juguetes.

El icónico blíster de *Star Wars* generó todo un culto al punto de que buscó ser replicado en distintas líneas jugueteras que surgieron a partir del éxito en ventas que supuso *Star Wars* y que fueron diseñadas como competencia y similitud.

Podemos notar su influencia en líneas como G. I. Joe o *Masters Of The Universe*, que replicaron escala y diseño de empaques con la intención de generar un universo tan icónico como lejano a sus maestros y que en el camino terminaron sentando las bases de otras franquicias tan icónicas y recordadas por aquellos que las vivieron y que con el tiempo también se volvieron coleccionables.

El culto del coleccionismo que comenzó *Star Wars* en los setenta fue el parteaguas para las generaciones de coleccionistas de juguetes, que a partir de entonces, comenzaron a mirar hacia el pasado rescatando y atesorando tanto a las figuras como sus empaques por igual y extendiendo el fenómeno a juguetes aún más antiguos y modernos.

Incluso con esto, *Star Wars* tiene un lugar de honor en la lista del coleccionismo pues cabe resaltar que sus icónicos diseños han llevado a una gran cantidad de individuos a buscar no sólo las figuras, sino también a ofrecer grandes sumas de dinero por poseer los blíster abiertos en la mejor condición posible pues algunos son sumamente codiciados debido a variantes en sus diseño, como el caso del empaque mexicano de Boba Fett, cuya

⁴ The Toys That Made Us, *Star Wars* (T.1 E.1), dirigida por Tom Stern, producida por Michael Pontorotto e Ian Roumain, Estados Unidos, Netflix, 2017.

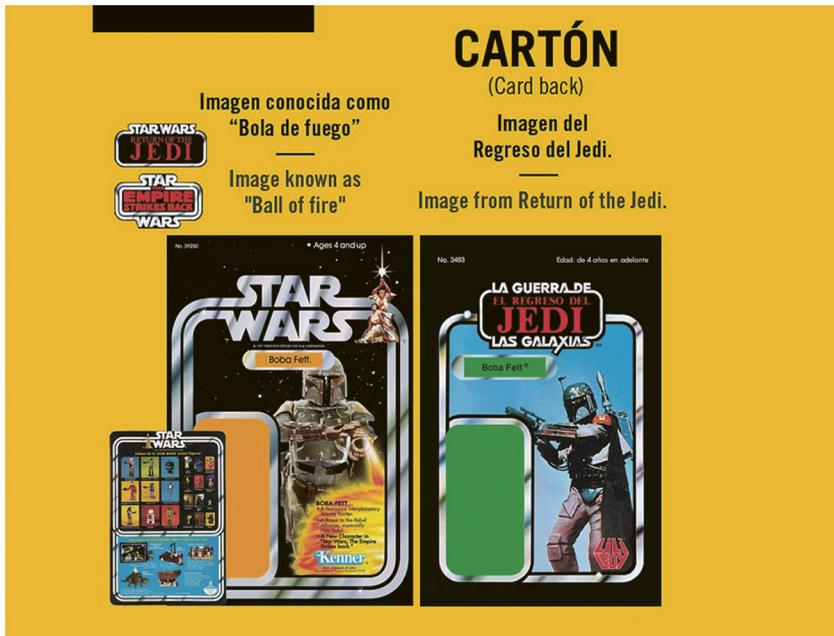


Figura 7: Boba fett.

Imagen tomada de:

<https://starwarsmexico.com.mx>

ilustración es distinta al comercializado en los Estados Unidos (figura 7).

En la actualidad, el icónico diseño del blíster de *Star Wars* sigue siendo replicado para líneas modernas enfocadas en el sector de los coleccionistas y generando fascinación tanto para nuevas como antiguas generaciones, que siguen consumiendo los productos como el mejor ejemplo del fenómeno cultural en el que se convirtió.

Los juguetes han sido desde su invención figuras fascinantes que nos invitan a imaginar y, al igual que cada figura, sus empaques nos hablan de una época y un contexto histórico y cultural particular, un momento en el que las modas y tendencias de una época se ven reflejadas materialmente, a veces trascendiendo las barreras de su propósito y generando fenómenos a su paso.

De la misma manera, podemos observar que el gusto de buscar y preservar las figuras y sus empaques en el mejor estado posible mutó a las distintas líneas de juguetes, generando que el aprecio hacia estas piezas se con-

virtiera en un fenómeno globalizado, atesorado no sólo por el juguete *per se*, sino por lo que sus empaques representan, testigos materiales de una época pasada a la que sólo podemos acceder a través de la nostalgia. 🌐

Referencias

History Latinoamérica, Hot Roads para niños-Gigantes de los juguetes, en: <https://www.youtube.com/watch?v=1S-l47gyGyY>

Marx Toy Inc., Marx Toys America's Oldest & Most Beloved Toy Company, en: <https://wa007.com/projects/marxtoys/about.html>

The Toys That Made Us Barbie (T.1 E.2), dirigida por Tom Stern, producida por Michael Ponterotto e Ian Roumain, Netflix, Estados Unidos, 2017.

The Toys That Made Us Star Wars (T.1 E.1), dirigida por Tom Stern, producida por Michael Ponterotto e Ian Roumain, Netflix, Estados Unidos, 2017.