

UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA
Tesis Licenciatura en Sociología

**Un viaje de entretenimiento por la ciudad de
Montevideo a la Ciudad de los Chicos:
una burbuja dentro de otra**

Marien Malcón Umérez
Tutora: Nilia Viscardi

2016

RESUMEN

En contexto del espacio público de la ciudad de Montevideo y sus ofertas de entretenimiento infantil, se encuentra el espacio de conocimiento lúdico y recreativo La Ciudad de los Chicos. Único en la capital por sus características, fue inaugurado a fines de 2007 en Montevideo *Shopping Center*, reproduciendo una ciudad real a escala, en la que niños y niñas de entre 3 y 12 años de edad, mediante múltiples actividades lúdicas, juegan a “ser grandes” familiarizándose con diferentes roles y prácticas de la vida cotidiana adulta desde la experiencia.

Esta investigación se propone describir las características del escenario social presentado por La Ciudad de los Chicos, y estudiar la construcción y el aprendizaje de las niñas y niños a través de su experiencia en ese espacio, mediante el ejercicio de roles que habitualmente desempeñan los adultos en el mundo real, considerando una perspectiva de género.

Interesa estudiar este espacio como ámbito de socialización y educación, insumo en la formación de los sujetos como personas, ya que, a través de este juego, niñas y niños se aproximan al mundo laboral, la responsabilidad ciudadana, etc., propios del mundo adulto. En este sentido, el estudio de la mini ciudad, concierne como reproductora de la sociedad en la que estamos sumidos actualmente, en la cual se construyen sujetos.

Para cumplir los objetivos propuestos, se realizaron observaciones de diferentes espacios de La Ciudad de los Chicos, considerados de importancia sociológica, en su dinámica, actividades e interacciones generadas en torno al desempeño de roles. Las observaciones se complementaron con entrevistas a padres, niños y niñas, e informantes calificados vinculados a La Ciudad de los Chicos.

A modo de síntesis de los hallazgos de la investigación se destaca que La Ciudad de los Chicos es una burbuja, dentro de la burbuja del Centro Comercial. Y como tal, aun siendo una abstracción respecto de la ciudad real, transparenta las reglas del mundo real, sea en relación al modelo capitalista o en relación a los estereotipos de género.

Palabras claves: Educación, socialización, interacción, identidad, sentido práctico, juego de rol, género, mercado, espacio pseudo- público.

ABSTRACT

According to the context of the public spaces in Montevideo city and its offers related to childhood entertainment we can find La Ciudad de los Chicos, a space of playful and recreational knowledge. This place is the only one in the capital with this characteristics, it was opened at the end of 2007 in Montevideo Shopping Center, recreating a real city in scale, where girls and boys between 3 and 12 years old, using multiple playful activities, play to be “older people” familiarizing with different roles and everyday tasks of adulthood by experiencing it.

This investigation plans to describe the characteristics of the social scenario presented in La Ciudad de los Chicos, and studying the construction and the learning process of the girls and boys through their experience in that place, through the roleplay that normally are carried by adults in the real world considering the genre perspective.

It interests to study this place as a social and educational field, an input in the formation of the subjects as people because through this game girls and boys are closer to the working world, citizen responsibility, etc. regarding the adults' world. In this sense, the study of the mini city concerns as a reflect of the society that we are actually living, were subjects are made.

To meet the objectives proposed, many observations were made in different parts of La Ciudad de los Chicos, considered of sociological importance, in their dynamics, activities and interactions generated around the roleplays. The observations were accompanied with interviews to parents, boys and girls, and qualified people related to La Ciudad de los Chicos.

Summarizing the findings of the investigation, it is noted that La Ciudad de los Chicos is a bubble within the Mall's bubble. And as such, being an abstraction from the real city, it transpires the rules of the real world, whether in relation to the capitalist model or relating to gender stereotypes.

Key words: education, socialization, interaction, identity, practical sense, roleplay, genre, market, pseudo-public space.

La ciudad no es solo un organismo que sobre la práctica demuestra su funcionalidad, es además un texto muy complejo, una escritura colectiva en la que se puede leer la cultura de quienes la habitan, las huellas que han dejado sus moradores y los diferentes sentidos que va construyendo la dinámica social. Es un texto histórico construido por un número indefinido de sujetos que da cuenta de las interacciones y de las luchas por la construcción social del sentido. En ella son significantes tanto sus espacios, calles, edificaciones o en general los objetos que forman el paisaje urbano, como las prácticas que realizan los sujetos que la habitan, los usos, la circulación, los itinerarios y el comportamiento de sus habitantes (Medina Cano, 1998, p. 61).

TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN

.....	2
-------	---

I. CONTEXTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

.....	5
-------	---

II. MARCO REFERENCIAL

II. 1. Entre la estructura y el sujeto: las estrategias prácticas.....	13
II. 2. Significación y apropiación de los objetos de nuestro mundo por la interacción con ellos.....	15
II. 3. Una alianza entre dos conceptos: socialización y educación.	16
II. 4. ¿Qué es la realidad de la vida cotidiana?	18
II. 5. Ganancias de jugar.....	20
II. 6. Sexo, género, estereotipos de género y consecuencias	23

III. ESTADO DEL ARTE SOCIOLOGICO Y OTROS

.....	27
-------	----

IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

.....	30
-------	----

V. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

V. 1. Características escénicas de La Ciudad de los Chicos	36
V. 2. Características sociales presentadas por la Ciudad de los Chicos	48
V. 3. Los chicos, La Ciudad y el saber de los grandes.....	61

VI. CONCLUSIONES

.....	72
-------	----

BIBLIOGRAFÍA

.....	81
-------	----

GLOSARIO DE SIGLAS Y ABREVIATURAS

MATERIAL FOTOGRÁFICO.....

NOTA: los anexos se incluyen como Material Complementario, adjunto a la monografía.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo profundiza los hallazgos obtenidos en el marco del Taller Central de Investigación Juventud, Violencia y Ciudadanía donde se propone abordar como objeto de estudio el espacio de La Ciudad de los Chicos, como propuesta de entretenimiento público infantil de la Ciudad de Montevideo.

Este espacio fue inaugurado en Montevideo *Shopping Center* en diciembre de 2007. En 2.500 m² dispuestos en tres plantas, se reproduce una ciudad real a escala, en la que niños y niñas, se aproximan desde la experiencia, a diferentes roles y prácticas de la vida cotidiana adulta, mientras disfrutan de un momento de esparcimiento. A estos efectos, se les dispensan: billetes, tarjetas de crédito y una cuenta de banco ficticias, entre otros elementos que sirven a la dramatización; ellos administran, pagan por los servicios recibidos y son remunerados por su “trabajo como profesionales”.

Esta propuesta existe en otras partes del mundo bajo franquicia de Kidzania México S.A., desde septiembre de 1999, cuando se inauguró por primera vez La Ciudad de los Niños en el Centro Comercial Santa Fe. En 2008, junto a su internacionalización, se modificó el nombre a KidZania, que significa Tierra de Niños. En los años siguientes el concepto se expandió a otros lugares del mundo, existiendo actualmente 15 parques en distintos países del mundo, con tendencia a seguir propagándose.¹

La propuesta se enfoca en el aspecto social del desempeño de roles, pautas de convivencia, valores y estereotipos sociales. Es una propuesta innovadora, no por la temática del juego de rol o dramatización, sino por el contexto en el que se desarrolla. Existe en ella una regulación del juego, que reproduce una ciudad “real” a escala desde los parámetros del templo del consumo, lo que hace que detrás del apelativo “ciudad” se encierre el mundo utópico que presenta el centro comercial.

En consecuencia, si bien la familia continúa manteniendo un rol protagónico en la socialización y conformación de la identidad de los sujetos, existen otros espacios que han adquirido, progresivamente este papel, de forma inmediata a ella: es el caso de los medios

¹ La información sobre el antecedente de Kidzania fue extraída de: http://kidzania.cl/~kidzania/?page_id=85

de comunicación y la publicidad. La Ciudad de los Chicos, de acuerdo a su propuesta y finalidad, puede considerarse un espacio socializador. Ahora bien, dicho espacio, es reflejo de la lógica de consumo en la cual vivimos inmersos actualmente, lo que es consecuencia del grado de reproducción de la realidad presentada por La Ciudad de los Chicos, con sus características particulares, naturalizándolas a través del juego. Sobre todo, teniendo presente que las niñas y niños de entre 7 y 12 años de edad —últimos años de la franja etaria estudiada (de 3 a 12 años de edad)—, son quienes mayor recepción tienen a los signos que les son transmitidos desde el exterior, y se presume que en este sentido son los más influenciados.

El problema de investigación se inscribe en cómo los sujetos se construyen y se forman en tanto personas, miembros de la sociedad. Con esta perspectiva, se aborda el espacio de La Ciudad de los Chicos como ámbito de socialización y educación, entendiendo que el juego constituye un buen vehículo para el aprendizaje de niñas y niños. En particular, esta propuesta de entretenimiento, de juego dramático, introduce a niños y niñas a la realidad cotidiana adulta, social y ciudadana, al familiarizarlos con el mundo laboral, las normas y los valores socialmente aceptados, las responsabilidades e incluso los estereotipos de género. Los sujetos que participan de los juegos y las actividades, se encuentran atravesando su primera o segunda fase de socialización, lo que hace sustancial observar cómo los aprendizajes adquiridos en este escenario, pueden ser incorporados a la vida real o cotidiana.

El objetivo central de esta investigación es describir las características del escenario social presentado por La Ciudad de los Chicos; y estudiar la construcción y el aprendizaje de las niñas y niños, a través de su experiencia en ese espacio mediante el ejercicio de roles habitualmente desempeñados por los adultos en el mundo real, considerando una perspectiva de género, a fin de analizar el efecto de participar de este tipo de simulacro como medio de aprendizaje sobre la vida real.

El objeto de estudio, resulta innovador ya que en Uruguay no existen antecedentes directos de los objetivos planteados a nivel sociológico, aunque existen trabajos e investigaciones que delincan algunos aspectos abordados aquí, pero desde otros enfoques y/ o con otros objetivos.

Esta investigación pretende ser un aporte crítico y reflexivo al conocimiento científico para las ciencias sociales, respecto a la importancia del juego en la formación de identidad, y en particular la repercusión del juego de rol en la reproducción o no de los estereotipos de género. A su vez, posibilita evaluar la pertinencia social de este tipo de emprendimiento, a través del conocimiento de la percepción que tienen sus usuarios, para identificar los aspectos positivos y negativos del lugar, que colaboren en una eventual potenciación de los primeros.

El diseño metodológico seleccionado procuró ser de tipo flexible, con base en el paradigma cualitativo. Esta metodología permitió lograr los propósitos planteados: explorar, indagar, describir y comprender el objeto de estudio. Y facilitó una aproximación fehaciente de la experiencia de los involucrados respecto al espacio sin intervenir en el desarrollo normal de los fenómenos que allí ocurren, para que la comprensión y posterior interpretación de los datos recabados fuese lo más precisa posible. Los datos fueron primarios, recolectados a través de dos técnicas: la entrevista y la observación.

A fin de orientar al lector, el texto se organiza en seis capítulos. El primer capítulo define el objeto de estudio contextualizándolo dentro de las alternativas de entretenimiento que ofrece el espacio público de la Ciudad de Montevideo y enmarcándolo particularmente en el *Shopping Center*. A su vez, se determinan los objetivos, general y específicos, de la investigación. En el segundo y tercero se exponen los conceptos teóricos y antecedentes que respaldan y sirven de insumo para el desarrollo de la misma. En el cuarto se presentan las decisiones metodológicas en torno a la ejecución del trabajo de campo. En el quinto se enseñan y analizan los resultados de la investigación. Y en el sexto y último capítulo se exponen las reflexiones finales, concluyentes respecto de los hallazgos, como resultado de la investigación, proyectando algunas potenciales líneas de investigación a futuro.

I. CONTEXTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

Nuestra relación con el medio ambiente es simbólica, sus significados varían culturalmente de acuerdo a cómo lo pensamos, habitamos y nos vinculamos con él. A su vez, la forma en que nos relacionamos socialmente y cómo aprovechamos, distribuimos y cuidamos el espacio a lo largo del tiempo, genera diversos cambios en nuestro hábitat.

En estas líneas se realiza un viaje por la *Ciudad* de Montevideo: producto físico, político y cultural complejo, caracterizado en nuestro imaginario como concentración de población y de actividades, mezcla social y funcional, lugar de encuentro, intercambio y cultura. Ciudad de lugares y no sólo como espacio de flujos. Patrimonio colectivo en el que tramas, edificios y monumentos se combinan con recuerdos, sentimientos y momentos comunitarios, (Borja y Muxi, 2000) al tiempo que espacio lúdico, donde los montevideanos nacen, crecen y adoptan pautas sociales y culturales. Ante esto, se recorren y observan las propuestas de paseo para niños que ella ofrece, en su espacio público. (Anexos J y K)

La ciudad se manifiesta en la red de *espacios públicos*. Reflexionar sobre esa red es hacerlo sobre el modo de habitar, construir y representar la ciudad. (Vásquez Rocca, 2007). El espacio público es espacio colectivo, escenario de la interacción social cotidiana (Hernando Navarro, 2012). En él, el libre acceso es un derecho legal, no existe derecho de admisión y el comportamiento de los usuarios está regido por el código civil, pues son de propiedad estatal (Maza Gutiérrez, s.f.). Empero, no es siempre su naturaleza político jurídica lo que los define, sino el ser producto de uso social. La dinámica de la ciudad y el comportamiento de la gente pueden crear espacios públicos que jurídicamente no lo son: espacios residuales, abandonados, o de propiedad privada y uso público como los centros comerciales (Borja, y Muxi, 2000).

El espacio público es simbólico: donde se construye identidad e imaginarios sociales, donde se representa la sociedad y es representado por ella. Es simbiótico: de integración social, y alteridad, donde las relaciones se diversifican y la diferencia se respeta mediante la inclusión, el encuentro y la tolerancia. Constituye un espacio de todos. Un espacio de intercambio de bienes, servicios, información y comunicación (Carrión M, 2007). Además, es el lugar de la

acción, opuesto al trabajo y a la residencia, un lugar de exposición, visibilidad o anonimato (Maza Gutiérrez, s.f.).

Recorriendo al espacio público, se encuentran sitios concurridos por la familia: las plazas, los parques, la Rambla de Montevideo y sus playas, entre otros. Todos ellos se caracterizan por ser abiertos, primando el contacto directo con la naturaleza, donde se puede concurrir a jugar, descansar, dedicar tiempo a la lectura, tomar mate, realizar picnics, hacer ejercicio físico, o simplemente, como lugar de encuentro.

Se puede citar como ejemplo, la Plaza Juan Pedro Fabini, el Parque Liber Seregni o el Parque Lineal sobre la Costanera Sur del Arroyo Miguelete. En la primera, el mayor encanto consiste en la apreciación del paisaje conformado por una fuente central (que incluye el Monumento al Entrevero), flores y artefactos decorativos, etc. La segunda, que consta de un sector infantil, con juegos de hierro; módulos para realizar ejercicio físico saludable; cancha de deportes en equipo; y pista de patín y bicicleta, utilizado por jóvenes. En la tercera, pueden practicarse deportes o realizarse ejercicio físico saludable/integrativo. Detrás de estos espacios existe una identidad barrial que conecta a los vecinos del mismo, con el espacio público mediante su apropiación.

Otro ejemplo lo constituyen espacios como el Rosedal del Prado y la Rambla de Montevideo. Mientras que en el entorno del primero puede practicarse capoeira y acrobacia en tela, en la Rambla y sus playas se pueden contemplar hermosos atardeceres a un paso del mar, jugar en la arena, o rodar por las lomas de césped de alrededor. En estos espacios también se pueden practicar deportes o realizar ejercicio físico saludable.

Montevideo posee numerosos parques, pudiéndose citar: el Parque José Batlle y Ordoñez (llamado también Parque Batlle y anteriormente Parque de los Aliados), El Prado, Parque Villa Biarritz y el Parque Rivera. En los primeros, la propuesta infantil es similar: el Parque Batlle posee castillo inflable, trampolín, tren, ponis, juegos mecánicos y cachilas; el Parque Prado, tiene pasco en carreta, jeeps, lancha y juegos mecánicos; en el Parque Villa Biarritz los niños circulan en bicicleta o patín y los jóvenes andan con sus patinetas; mientras que en el Parque Rivera se puede almorzar en los parrilleros, mesas y bancos de hormigón, con vista al lago y sus aves acuáticas. Todos incluyen una plaza de juegos para niños y módulos de ejercicio físico saludable e inclusivo.

Otros espacios al aire libre tienen funcionamientos y requisitos de uso distintos: en el Parque Rodó, un parque de diversiones con juegos mecánicos se combina con la rambla montevideana y un Museo Botánico; el Zoológico Municipal de Villa Dolores expone múltiples especies animales entre ellos, mamíferos, aves y reptiles. En ambos escenarios debe pagarse para usar las instalaciones y los servicios gastronómicos. Mientras tanto, la variedad de plantas, peces, caminos y su decoración estilo oriental hacen del Jardín Japonés ubicado a los fondos del Museo Blanes un sitio atractivo para recorrer y fotografiar, con estricta normativa para transitarlo. En este punto, se asemeja al Jardín Botánico del Prado: un espacio de exploración de plantas (acuáticas, silvestres, medicinales), un invernadero y un museo/librería. La Rural del Prado, por su parte, es interactiva sólo en momentos particulares del año, como Semana de Turismo y vacaciones de invierno y primavera.

Igualmente pueden visitarse espacios públicos de carácter cerrado: el Planetario Agr. Germán Barbato busca interactuar con el público mediante el estímulo pregunta-respuesta, permitiendo conocer nuestra galaxia en profundidad. Entre tanto, las ofertas de Ciencia Viva y Espacio Ciencia (LATU) se basan en la exposición interactiva y lúdica de experimentos “científicos” a ser comprobados por el público. Ambas alternativas son ampliamente disfrutadas por toda la familia, incentivando el espíritu crítico y la curiosidad. Como los espacios públicos abiertos, los cerrados también tienen una mecánica especial: horarios delimitados, propuestas cíclicas y contextualizadas a acontecimientos específicos (fechas patrias o vacaciones), como es el caso de los museos, cines y teatros.

Con el correr del tiempo los espacios públicos se han modificado, pues la construcción de ciudad se explicaría por el fenómeno sociológico del miedo (Bru y Vicente, 2005). La percepción y manipulación del peligro por parte de los Medios Masivos de Comunicación crean una cultura de miedo, que en conjunto con la sociedad de consumo (confort mediante), ayudan a comprender la diversidad de comportamientos, vida cotidiana, expresiones culturales y proyectos urbanísticos, entorno a la ciudad (Tomé Fernández, 2005). Es decir, intervienen en la transformación del espacio urbano, estableciendo nuevas formas de interacción y conformación de comunidades (Rodríguez Chumillas, 2005).

En consecuencia, aparecen los *espacios privatizados*: nueva ciudad donde las infraestructuras de comunicación fracturan el territorio y atomizan las relaciones sociales, las interrumpen mediante muros físicos y simbólicos, conformando una *patología*

comunicativa (Rodríguez Chumillas, 2005); constituyendo una manifestación de *agorafobia*. Este concepto (Borja y Muxi, 2000), refiere a la degradación de los espacios públicos integradores y productores, a la vez que abiertos para todos. Ubica en nichos de personalidad prefabricada a los distintos individuos y sectores sociales: polarizando (Rodríguez Chumillas, 2005) e higienizando la sociedad (Borja y Muxi, 2000), ante la necesidad de separarse del otro diferente, social, económica y culturalmente (Rodríguez Chumillas, 2005).

Los *Shopping Centers* son un ejemplo de espacios pseudo-públicos o privatizados, también denominados como los nuevos “espacios públicos” de los ricos, que comenzaron a proliferar a fines de los 80’s (Rodríguez Chumillas, 2005). En América Latina el *shopping mall* es ejemplo y metáfora del neoliberalismo y la globalización o como penetración de la cultura estadounidense (Pérez, Salcedo y Cáceres, 2012). Montevideo *Shopping*, inaugurado en 1985, es pionero en Uruguay, seguido en 1994 por Portones *Shopping*, Punta Carretas *Shopping*, Tres Cruces *Shopping*, y más recientemente, Nuevocentro *Shopping*, en 2013.

Los centros comerciales atienden las nuevas necesidades y demandas de la población definidas por ciertos cambios en la sociedad actual: incorporación de la mujer al mercado laboral, aumento de la capacidad adquisitiva, incremento de la importancia social del consumo y aumento del índice de motorización. Por eso, gozan de horarios amplios facilitando la compra en horarios no laborales; tienen accesibilidad con vehículo privado y reúnen en un único recinto variedad de productos y servicios permitiéndole al comprador ahorrar tiempo y ganar comodidad (Suau Sánchez y Font Casaseca, 2005).

Ahora bien, su titularidad privada (con derecho de admisión) y su orientación comercial, dificultan su adaptación al cambio, perdiendo la oportunidad de que la historia y las múltiples actividades puedan modelarlos, mientras que en el caso del espacio público con características plurifuncionales, esta limitación desaparece. Pero, la mayor diferencia se halla en la accesibilidad temporal, que en los centros comerciales se limita al tiempo permitido para mantener dicha actividad (Suau Sánchez y Font Casaseca, 2005).

Según estos autores, los centros comerciales responden a tres procesos generadores de soledad acentuados en los últimos tiempos para incrementar los rendimientos económicos. El primero, uniformes en su contenido como en su continente. El segundo, anónimos, pues, si bien se aprecian gran cantidad de relaciones sociales, éstas son menos ricas, diversas y

mezcladas que, en el espacio público tradicional, teniendo como razón de ser el consumo de bienes y ocio. Por este motivo, según Bauman (2004) constituyen espacios públicos que se apartan del modelo ideal de espacio civil, pues, instan a la acción y no a la interacción, que de no ser breve y superficial distraería mente y cuerpo de la tarea prevista: consumir (pasatiempo absoluta e irremediabilmente individual). Y el tercero, los centros comerciales son mecanizados en su acceso y funcionamiento interior: nuestros recorridos interiores son teledirigidos, domesticándonos sin que seamos conscientes. Apuntan a regular su imagen y atraer clientes mediante el control de las actividades, por lo que, la espontaneidad de los comportamientos ciudadanos es eliminada.

Estar en el *Shopping* es “estar en otra parte”, es la sensación de ser transportado a otro mundo (Bauman, 2004). Aquí, “todo está previsto”; reduce la ciudad a un mundo privado, suspendido en el tiempo, que atrae a sus visitantes con promesas de bienestar. Fusionando confort-belleza-eficacia le ofrece al ciudadano la paz, la armonía y las condiciones materiales de la felicidad que la ciudad anárquica le niega. El amparo de sus “cielos” ofrece un espacio protegido contra ruidos, aire contaminado, inseguridad exterior y mal tiempo: son una “burbuja de cristal”, un mundo artificial pasteurizado de las bacterias “del realismo ambiental”, un medio aséptico para pasear e ir de compras. Un espacio donde el mundo real no entra: puro de miserias, pobreza, deterioro de los espacios públicos, violencia exterior, decepción y frustración (Medina Cano, 1998).

El centro comercial permite un juego simultáneo de intercambios y distinciones. De un lado, en su interior el consumo funciona como «un sistema de integración y de comunicación» —una *comunidad* de iguales en palabras de Bauman— que favorece la sociabilidad de sus integrantes. De otro, como forma de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos (Medina Cano, 1998). Complementando esta perspectiva, según Roberto Samar (2014), «ser es tener los objetos». Este mensaje que propone el sistema dominante de alcanzar la felicidad a través de objetos, nos sumerge a todos por igual en un círculo de deseo permanente de consumo. Así, en la sociedad actual consumir es el único camino hacia la inclusión social: «consumo, luego existo», pues, así definimos nuestra identidad, diferenciándonos de otros. Entonces, quien no puede acceder a ese bien, «no es». Cabe destacar en este contexto, el papel dominante de la publicidad, la que define el «deber ser» y los caminos lógicos a recorrer para lograr esa felicidad, siendo los centros comerciales los espacios que por excelencia materializan dicho proceso (Pérez Roa, 2007). Estas ideas se

reflejan en los slogans de los *Shoppings* de la Ciudad de Montevideo: “Entenderte es estar más cerca. Date el gusto” (Portones); “Es hoy” (Nuevocentro); “Todo lo que puedas imaginar” (Montevideo) e “Iluminá tu día” (Punta Carretas).

Los centros comerciales capitalinos, en ese mundo utópico que despliegan, ofrecen propuestas de entretenimiento para niños: Mundo *Cartoon* (Nuevocentro), *Play Land* (Portones) y *Play Time* (Punta Carretas). Se trata de espacios electrónicos, tecnológicos —video juegos, tejo electrónico, máquinas para bailar, calesitas, máquinas dispensadoras de premios, pool, entre otras— de poca destreza manual o corporal y casi nula interacción del niño con sus pares y el entorno. La relación es esencialmente con la máquina electrónica. Mundo *Cartoon* suma el atractivo de pelotas gigantes, inflables y camas elásticas. En los *Shoppings* hay además cines y espacios lúdicos dentro de restaurantes (Mc Donald’s, La Pasiva y El Mundo de la Pizza), cuya finalidad es fundamentalmente proporcionar tranquilidad del adulto entreteniendo al niño mediante otro adulto “cuidador” responsable. Aquí la propuesta es sencilla: peloteros, laberintos y toboganes. Incluso algunos, definen un espacio para dibujar y colorear con materiales dispensados allí.

Concretamente en el segundo nivel del Montevideo *Shopping*, la propuesta de La Ciudad de los Chicos se aleja del estándar. Aquí, se invita a niñas y niños a jugar a “ser grandes” en el contexto de una mini ciudad, regida dentro de los parámetros de la lógica actual de consumo.

La ciudad y su espacio público, al igual que el *Shopping* y La Ciudad de los Chicos, pueden officiar para el individuo tanto de lugares como de no lugares, ya que cualquiera de ellos, se construyen mediante relaciones con el espacio. Algunos, son considerados *lugares* porque constituyen una referencia para las personas, al proveerlas de certezas, haciéndolas sentirse identificadas como parte de ellos, desde la satisfacción. Mientras que otras personas, no logran identificarse con estos, encontrándolos ajenos y situándolos como *no lugares*. Por este motivo, Augé (1992), destaca que un lugar y un no lugar, nunca existen bajo una forma pura, uno posee siempre aspectos del otro y viceversa, por eso habla de «polaridades falsas». Sin embargo, el autor caracteriza particularmente a los no lugares como aquellos sitios en los que se está de paso. Este beneficio que ofrece la sobre-modernidad, remarca la idea de los espacios efímeros, de no identidad, no relacionales ni históricos.

En los no lugares, existe una atomización, una invasión del espacio por el texto, que suprime

y suplanta, la expresión y comunicación oral de y entre las personas. Además, representan a las personas “morales” o instituciones que se simbolizan o explicitan tras los mensajes publicitarios del paisaje. Las interpelaciones que emanan de estos sitios, apuntan simultánea e indiferentemente a cada uno de nosotros. (Maldonado Garay, 2011)

Asimismo, en estos espacios se materializan y predominan relaciones económicas. Las relaciones sociales se hacen más expeditas, porque los individuos se pierden a sí mismos, al alejarse de sus propias motivaciones e identidades para cumplir y apropiarse de una serie de identidades y roles para las cuales están allí. Así, la ciudad se construye, como espacio de clientela antes que de sujetos sociales (Maldonado Garay, 2011).

Una persona puede hacer uso de estos espacios desde su identidad anónima, sin que se lo reconozca por su individualidad, vaciándolo de sentido de pertenencia. Sólo podrá escapar del anonimato cuando demuestre su inocencia descubriendo su identidad personal, confundiéndose luego, otra vez, entre la muchedumbre o masa uniforme (Maldonado Garay, 2011). De esta manera, según Augé (1992), se reafirma a los no lugares «con los gestos del comercio de ‘oficio mudo’» (p. 84), donde se buscan otros registros del ser humano.

Es decir, los no lugares, propician la individualidad solitaria en un accionar despersonalizado. Cada individuo se sitúa al lado de otro, en una soledad sin aislamiento: una soledad colectiva. Refiere a una identidad comunitaria, pero ya no desde la pertenencia y las relaciones sociales afectivas, sino desde el rol que allí cumplen, ligado a la soledad, a la individualidad, al anonimato de lo colectivo. Estos espacios reflejan lo paradójica que se vuelve la vida y el comportamiento individual y social en el contexto actual, resumido en: tan lejos los unos de los otros, pero a la vez tan cerca (Maldonado Garay, 2011).

Por último, los no lugares no dan cabida a la historia. Aquí reina el tiempo presente, lo inmediato, la urgencia, el hoy. Esto no significa que desaparezca la historia en cuanto a elementos sociales y estructurales. De hecho, la aparición de estos espacios, se vincula históricamente, al modo de producción capitalista y la generación de plusvalía. Sin embargo, no fueron creados para tener experiencias más allá de la identidad que ellos mismos imponen, como clientes o pasajeros. Por lo tanto, la que desaparece, es aquella historia relacionada al sujeto. Los espacios son vividos como está permitido según las normas del no lugar, lo que los convierte en centros de poder y control social (Maldonado Garay, 2011).

Ante la gama de propuestas de esparcimiento infantiles en la Ciudad de Montevideo, se selecciona como objeto de estudio La Ciudad de los Chicos porque, por una parte, se diferencia de otros espacios que podrían calificarse como recreativo-educativos a través del contacto con aspectos de la naturaleza y la ciencia (Jardín Botánico, Zoológico de Villa Dolores, Parque Lecoq, Espacio-Ciencia y Planetario). Por otra parte, se aleja de lo ofrecido por los otros *shoppings*, pues se enfoca en el aspecto social: desempeño de roles, pautas y estereotipos, existiendo una regulación del juego que reproduce una ciudad “real” a escala desde los parámetros de la lógica de consumo, lo que hace que detrás del apelativo ciudad se encierre el mundo utópico que presenta el centro comercial como templo de consumo. Estas características hacen de La Ciudad de los Chicos un espacio único en Montevideo.

El objetivo central de la presente investigación es, más allá de los aspectos lúdicos y recreativos, describir las características del escenario social presentado por La Ciudad de los Chicos; y estudiar la construcción y el aprendizaje de las niñas y niños a través de su experiencia en ese espacio, mediante el ejercicio de roles que habitualmente desempeñan los adultos en el mundo real, considerando una perspectiva de género.

Los objetivos específicos son: conocer la percepción de los niños frente al espacio y la percepción del personal respecto del lugar en que trabajan; describir la relación de los niños con sus pares y con los adultos que trabajan allí; describir la relación de los niños con los juegos y las actividades propuestas para reseñar los elementos del espacio que llaman la atención de quienes participan, así como los que pasan desapercibidos; evaluar el grado de reproducción de La Ciudad respecto a la vida cotidiana; detectar la incidencia que podría tener este espacio recreativo en la formación o educación de los chicos, identificando los diferentes aprendizajes incorporados por ellos; y finalmente, identificar y comparar los aspectos que refieren a estereotipos de género diferenciales o igualitarios.

Las preguntas a las cuales se intentó aproximar una respuesta en el marco de esta investigación fueron: ¿Cuáles son las características del escenario social presentado por La Ciudad de los Chicos? ¿De qué modo se construyen y aprenden los roles en La Ciudad de acuerdo a una perspectiva de género? ¿Incide de algún modo en la formación/educación de los chicos este espacio recreativo? ¿De qué forma? y ¿Cómo se conjugan dentro de La Ciudad de los Chicos, el ocio, el juego, el consumo, la seguridad y el espacio semi-público?

II. MARCO REFERENCIAL

II. 1. Entre la estructura y el sujeto: las estrategias prácticas

Se considera que el objeto de estudio es reproductor de las estructuras sociales, las cuales son transmitidas a los niños y niñas a través del juego aproximándolos a un modo particular de ver el mundo, y sirviéndoles como base para sus comportamientos futuros.

Bourdieu (2007) define habitus como «sistema de disposiciones duraderas y transferibles [...]» (p.86), es decir, orientaciones, actitudes, maneras de ver el mundo, que siendo adquiridas previamente colaboran en la definición y dirección de las acciones o prácticas futuras. Seguido a esto, el autor define a las *estructuras estructuradas* como externas, independientes al individuo y que conforman las condiciones objetivas en las cuales el individuo desarrolla su existencia. Es decir, interioriza esas condiciones objetivas, para subjetivar la acción.

Esas estructuras estructuradas están «[...] predispuestas para funcionar como estructuras estructurantes [...]» (p. 86) influenciando al individuo sin mediación alguna, por lo que todos los individuos se comportarían de forma similar. Sin embargo, los individuos poseen un espacio de libertad (dentro de un marco de disposiciones limitado por aquellas que interiorizó). Por lo tanto, las prácticas varían en un marco finito de posibilidades. Las *disposiciones* son «[...]los principios generadores y organizadores de prácticas y representaciones [...]» (p.86). Son el principio de la acción. Y si bien esas disposiciones establecerán la disposición a la interacción, no la determinarán directamente, sino que, a partir de ellas, el individuo podrá desarrollar diferentes prácticas concretas.

Así, el concepto de estructura estructurada se vincula con el proceso de interiorización de lo externo; mientras que el concepto de estructura estructurante refiere al proceso de la exteriorización de lo interno. Lo interno se vuelve externo, cuando el habitus (estructura interiorizada) determina la acción (práctica concreta que se exterioriza). Entonces, entre estructura y acción media el habitus.

Bourdieu plantea que individuo, interioriza la matriz, las estructuras, las condiciones objetivas de existencia, las regularidades del comportamiento (o sea, disposiciones

duraderas). Estas estructuras están «[...] objetivamente “reguladas” y “regulares” sin ser para nada el producto de la obediencia a determinadas reglas [...]» (p.86). Es decir, presentan regularidades que se transmiten, e influyen en las conductas individuales. pero no significa que sean una regla. Más que obediencia a reglas se dan *regularidades de comportamiento*, regularidades de conducta.

La presencia de regularidades que expresan estructuras similares posibilita un orden en la sociedad. Los individuos están programados a partir del *habitus* y esto implica que la acción no sea azarosa ni totalmente libre: es la estructura objetiva que se incorpora como disposición, de allí que pueda ser analizada.

Para el autor, si bien los individuos son racionales, lo más importante no es este tipo de racionalidad a Fines, sino la *racionalidad práctica*, que define como: «[...] estar objetivamente adaptadas a su meta sin suponer el propósito consciente de ciertos fines ni del dominio explícito de las operaciones necesarias para alcanzarlos [...]» (p. 86) Aquí, están presentes dos conceptos importantes para Bourdieu: las estrategias y la racionalidad práctica. Los individuos, más que estrategias conscientes para obtener sus objetivos, desarrollan en el día a día, estrategias de racionalidad prácticas, silenciosas, no necesariamente conscientes, a través de las cuales buscan obtener determinadas finalidades.

Las prácticas, «[...] están colectivamente orquestadas sin ser el producto de la acción organizada de un director de orquesta [...]» (p. 86). Esto significa que determinado grupo va a desarrollar una práctica en común, de acuerdo a una regularidad de comportamiento, como gustos, orientaciones, maneras similares de ver el mundo, no como producto de un acuerdo colectivo explícito o de alguien que organice, sino como fruto del sistema de disposiciones duraderas o *habitus*. Para Bourdieu, las formas de la estructura no son externas, sino que están incorporadas como disposiciones estables, durables en el individuo. Por ello, dirá que no hay que ver sólo al individuo constreñido por la estructura, sino también visualizarlo desarrollando acciones y estrategias, generando prácticas que permiten transformar la estructura (aunque limitadas por las disposiciones duraderas que interiorizó). De esta manera, el autor concilia las necesidades con la libertad.

II. 2. Interacción, significación y apropiación de los objetos de nuestro mundo

El concepto de *interacción*, atraviesa en múltiples sentidos los objetivos de la investigación. Por ello, se consideran las premisas desarrolladas por Blumer (1982), quien establece que: el individuo orienta sus actos hacia las cosas (todo lo que puede percibir en su mundo: objetos físicos, personas, instituciones, ideales) en función de lo que estas significan para él; y agrega que, la fuente del significado es fruto de un proceso de interacción entre los individuos. Esos significados se manipulan y modifican a través de un proceso interpretativo que las personas desarrollan al enfrentarse a las cosas.

Es decir, en una primera etapa, el individuo interactúa consigo mismo en un proceso social interiorizado, en el cual se auto indica cuáles son las cosas que tienen significado para él. Y en una segunda etapa, manipula los significados de las cosas en función de la situación, teniendo en cuenta los actos ajenos al momento de realizar su acción e indicar al otro la forma en que debe interpretarlo; de esta forma, logra que sus actividades encajen con las de los demás y construye su propia conducta.

Para los seres humanos los mundos se componen de *objetos* que son producto de la interacción simbólica. Un objeto es todo aquello que puede ser señalado, indicado, referido (ya sea físico, social o abstracto). Como parte de la corriente del Interaccionismo simbólico, Blumer plantea, que la naturaleza de un objeto consiste en el significado que este encierre para la persona. Ese significado, determina el modo en el cual dicha persona ve al objeto, la forma en la que está dispuesto a actuar y a hablar sobre él. *Los objetos físicos* son símbolos que implican significados, según la perspectiva del individuo. Un mismo objeto puede tener distintos significados según el individuo que lo perciba, lo que está relacionado al modo en el cual ese objeto le fue definido por los otros en la interacción.

En síntesis, el contexto en el que vivimos, se compone exclusivamente de objetos. Estos deben ser considerados creaciones o productos sociales, porque surgen en un proceso de definición e interpretación, en un intercambio entre agentes. En ese intercambio, los agentes modifican, sustentan y forman los objetos de su mundo para otorgarles un significado. Por lo tanto, los actos del individuo, se modifican conforme a los cambios en su mundo de objetos. Blumer plantea que, para entender los actos de las personas es necesario conocer los objetos que componen su mundo.

La perspectiva de Goffman (1933), en relación a sus conceptos de *fachada* y *actuación* permiten entender el objeto de estudio como escenario de actuación y apropiación de los objetos. La actuación «es toda actividad de un individuo que tiene lugar durante un período señalado por su presencia continua ante un conjunto particular de observadores y posee cierta influencia sobre ellos» (Goffman, 1933, p.33). La fachada es

la parte de la actuación del individuo que funciona regularmente en un modo general y prefijado, a fin de definir la situación con respecto a aquellos que observan dicha actuación [...]. Es la dotación expresiva de tipo corriente empleada intencional o inconscientemente por el individuo durante su actuación. (Goffman, 1933, pp.33-34)

Goffman distingue dos partes de la fachada: el *medio* y el *conjunto de dotaciones de signos*. El medio —mobiliario, decorado, equipos, y transformado escénico— proporciona el escenario y la utilería para el flujo de acción humana que se desarrolla ante, dentro y sobre él. Mientras que el conjunto de dotaciones de signos, pueden ser considerados como propios por los actantes durante breves períodos. El escenario de actuación (el medio) no constituye sólo eso, sino también un vehículo de aprendizaje.

La fachada personal, dice Goffman, contiene elementos íntimamente ligados al actante, que lo siguen donde quiera que vaya (insignias de cargo o rango, vestido, sexo, edad, características raciales, pautas de lenguaje, expresiones faciales o gestos corporales). Algunos de los vehículos transmisores de signos son para el individuo relativamente fijos y otros, en cambio, son móviles o transitorios, pudiendo variar durante la actuación.

Según el autor, los estímulos que componen la fachada personal se dividen en *apariencia* y *modales*. La apariencia es un estímulo que interviene al momento de informar acerca del status del actante y del estado ritual temporario del individuo. Los modales informan acerca del rol de interacción que el actante espera desempeñar en la situación que se advierte. Se espera que entre ambos estímulos exista cierta coherencia.

II. 3. Una alianza entre dos conceptos: socialización y educación.

El objeto de investigación, es considerado un *ámbito educativo*, pedagógico. En consecuencia, representa un lugar de *socialización* relativa a diversos aspectos de la vida cotidiana. A continuación, se esbozan algunas líneas teóricas para comprender cómo se entienden aquí estos términos.

Charlot (1997/ 2006), le da al sujeto una importancia relevante. Entre otras cosas, plantea que la criatura, como ser social y para conformarse como tal, tiene la necesidad de aprender, de apropiarse de diversos saberes asequibles en su mundo —lugares, objetos, personas, portadores de saber—, y, para ello, debe estar abierto a él. El niño, como sujeto, tiene su propia historia; es un ser singular, que actúa sobre el mundo, dándole sentido al mundo y a las experiencias que vive en él, a su historia y a su relación con otros.

No hay sujeto de saber, y no hay saber más que dentro de una cierta relación con el mundo, que resulta ser al mismo tiempo y por lo mismo una relación con el saber. Esta relación con el mundo es también relación consigo mismo y relación con los otros. Implica una forma de actividad, [...] una relación con el lenguaje y una relación con el tiempo (Charlot, 1997/2006, p. 72).

En la postura de Charlot —similar a la de Berger y Luckmann— el hombre es la única criatura que nace incompleta, mientras que a los otros animales les alcanza con el instinto innato para estar completos. El hombre “no es nada” en su origen, nace “esbozado”. Para convertirse en “lo que debe ser” y suplir su debilidad inicial, necesita ser educado.

Los niños se construyen a sí mismos incorporando los nuevos saberes que reciben de la educación. Ese aprendizaje es importante en tanto les da herramientas para «constituirse en un triple proceso de hominización (volverse hombre), de singularización (volverse un ejemplar único), de socialización (volverse miembro de una comunidad con la cual se comparten valores y se ocupa una posición)» (Charlot, 1997/2006, p. 62).

La educación es una condición necesaria pero no suficiente para que el niño —que en su origen era un ser inacabado— se construya como un ser social. Necesaria, pero no suficiente debido a que todo aprendizaje, para que sea efectivo y sostenido en el tiempo, requiere de parte del niño la voluntad de recibirlo. La voluntad, siempre presupone un impulso, es decir, la existencia del “desco de”: el individuo debe poseer deseo de aprender.

El deseo está ligado al concepto de *movilización*, pues se moviliza desde el interior del individuo. *Movilizar* significa poner recursos en movimiento, reunir fuerzas para hacer uso de uno mismo como recurso. La movilización es lo previo a la acción: provoca un compromiso con una determinada actividad. El ser humano necesita ser impulsado por ciertos móviles para llevar a cabo una acción. «El móvil no puede ser definido, más que en referencia a una actividad: la actividad es un conjunto de acciones llevadas por un móvil y

que vislumbran un fin» (Charlot, 1997/2006, p. 64). Además, el sujeto necesita, dar a su acción un sentido, que resulta de la relación del sujeto con el mundo y con los otros.

Berger y Luckmann (1972) también plantean que el ser humano es el único ser que no nace completo ni siquiera orgánicamente. El proceso por el que llega a ser hombre, se produce en interacción con el ambiente natural y humano —que tiene un orden cultural y social específico, mediatizado para él por los otros individuos a cuyo cargo está—. A la vez que el organismo humano se desarrolla en el ambiente, se forma el yo social. Entre ambos procesos, el uno orgánico y el otro social, median los otros significantes, y de allí surge la socialización. La autoproducción es necesariamente una empresa social: «la sociedad es un producto humano, la realidad es una realidad objetiva, el hombre es un producto social» (Berger y Luckmann, 1972, p. 84).

Lo expuesto, nos lleva al concepto de *socialización*. Socializar es transformar el mundo objetivo en subjetivo. Los individuos no solo internalizan normas y valores, sino también mundos de vida. Un mundo de vida es un conjunto de significados adjudicados a elementos físicos, sociales y abstractos; le es propio a la persona y difiere de un individuo a otro. La *internalización* es la «aprehensión o interpretación inmediata de un acontecimiento objetivo en cuanto expresa significado, o sea en cuanto es una manifestación de los procesos subjetivos de otros que en consecuencia se vuelven subjetivamente significados para mí» (Berger y Luckmann, 1972, p. 165).

En la primera fase de socialización, el niño internaliza mundos de vida. La realidad está en la familia y es la única posible. Esta fase, le da al individuo la posibilidad de ser un ser social, de vivir en sociedad (aprende, por ejemplo, cómo vestirse). En la fase de socialización secundaria, el individuo se prepara para lo que le espera más adelante en la vida —por ejemplo, la división de trabajo para realizar tareas en equipo (aunque este proceso se empieza a gestar en la escuela) —. En ésta fase predomina lo racional; mientras que, en la primaria, predomina lo afectivo.

II. 4. ¿Qué es la realidad de la vida cotidiana?

Berger y Luckmann (1972), entienden que la *realidad de la vida cotidiana* se presenta como una interpretación de la realidad por los hombres. Tiene un significado subjetivo y coherente, que se origina en sus pensamientos y acciones, sustentándose como real para ellos.

Para los autores, todo acto de la conciencia es intencional, apuntado a objetos concretos, (sean del mundo físico exterior o como realidad subjetiva interior). Dichos objetos, aparecen como componentes de las distintas esferas de realidad —reconocer al otro en la vida cotidiana, los sueños, el juego, etc.— para así reflejar la totalidad de la realidad. La conciencia es capaz de moverse en sus diversas esferas. Y en ese pasaje o transición de una realidad a otra, se produce un *salto*, causado por el desvío o desplazamiento de la atención de la vida cotidiana que las envuelve, generando un cambio radical de tensión de la conciencia.

Sin embargo, la realidad por excelencia es la realidad de la vida cotidiana, pues se experimenta en plena vigilia, ya que, para el sujeto, aprehender la realidad de la vida cotidiana es algo normal, evidente o natural. Y es aprehendida como una realidad ordenada de conocimiento, es decir, objetivada en tanto hay un orden de objetos que existían antes de mi nacimiento, por ejemplo, el lenguaje o el sistema normativo. Dicha realidad, se estructura en un espacio y un tiempo presente, continuo y limitado.

La suprema realidad, se organiza alrededor del aquí y ahora, en el grado de atención que le presto o *acento de realidad* para Schutz (1962). Cada sujeto experimenta la vida cotidiana en grados diferentes de proximidad y alejamiento espacial y temporal. Lo más próximo a mí, es la zona de vida cotidiana directamente accesible a mi manipulación corporal, esta es, la zona que está a mi alcance, en el cual actúo a fin de modificar la realidad. En este mundo de actividad mi conciencia está dominada por el motivo pragmático, es decir, por lo que hago, hice o haré. Es mi mundo por excelencia, aunque sea consciente de que incluye otras zonas no accesibles para mí de esta manera.

La realidad de la vida cotidiana se presenta como un mundo intersubjetivo, es decir, que comparto con otros. Es tan real para mí como para otros: no puedo existir en ella sin interactuar y comunicarme con otros, puesto que, mi actitud natural para con este mundo corresponde a la actitud natural de otros. A su vez, los otros tienen de ese mundo, una perspectiva que no es idéntica a la mía, sin embargo, sé que ese mundo nos es común, y que hay una correspondencia continua entre mis significados y los suyos. El sentido común es el que comparto con otros en las rutinas normales y autoevidentes de la vida cotidiana. El mejor de los casos es cuando se comparte una situación cara a cara, prototipo de interacción social. «El otro se me aparece en un presente vivido que ambos compartimos. Y en el mismo

presente vivido yo me le presento a él [...]. El resultado es un intercambio continuo entre mi expresividad y la suya» (Berger y Luckmann, 1972, p.46).

La realidad de la vida cotidiana se da por establecida como tal, está ahí, dada, sé que es real y no la cuestiono, se impone por sí sola. A su vez, se encuentra dividida en sectores: algunos se aprehenden por rutina, otros presentan diferentes grados de complejidad. Y así, la realidad de la vida cotidiana se enriquece al incorporar nuevos conocimientos y habilidades. El sector no problemático, seguirá siéndolo hasta que aparezca un aspecto problemático, aspecto que se buscará integrar, pero ya no como problema, porque se incorporó a lo cotidiano.

II. 5. Ganancias de jugar

De acuerdo a lo planteado por Paredes (2002) desde los orígenes del hombre, los juegos están presentes en el desarrollo vital del individuo y, más allá de entretenerlo, son primordiales para la maduración y el aprendizaje del niño, y para la formación biológica, psicológica, emocional, espiritual, social y moral que lo transformarán en adulto.

El juego, es una actividad desinteresada: se justifica por no tener otro fin que el placer y la diversión en sí mismos. En general, se trata de una actividad que puede realizarse libremente, pero esto no quita que tenga un orden. De hecho, implica un acuerdo social –con reglas y limitaciones que le dan especificidad– entre los jugadores, y son ellos los que establecen el orden interno del juego. Al respecto, Öfele (2009), caracteriza al juego como

aquella dimensión del hombre que lo remonta a un mundo diferente, con otras reglas, donde se muestra la esencia de cada uno de nosotros, sin máscaras ni caretas, donde todo –o casi todo– se puede, es el sueño hecho realidad, todo se transforma según nuestro deseo y el hombre se remonta a lo más profundo de su ser (Párr. 3).

Tiene, además, efectos terapéuticos en el jugador. Le ayuda a regular tensiones: lo relaja o lo activa, según sea la circunstancia del juego. Le permite expresar y exteriorizar sentimientos, emociones y sensaciones generados por las tensiones y los conflictos de su “vida real”, pero de una manera más franca y sincera. La frustración es experimentada por el niño con menos conmoción que en la vida cotidiana; permitiéndole diferenciar dos mundos diferentes: la fantasía y la realidad (Paredes 2002).

El aprendizaje por medio del juego es muy enriquecedor para el ser humano en todas sus etapas vitales, sobre todo en su niñez. «Es uno de los primeros lenguajes del niño y una de

sus primeras actividades, a través del cual conoce el mundo que lo rodea incluyendo las personas, los objetos, el funcionamiento de los mismos y la forma de manejarse de las personas cercanas [...]» (Mercado, 2009, Párr. 3). El juego difiere de la vida cotidiana; pero, si bien le es distante, no le es ajena: es un continuo mensaje simbólico. Un reflejo de la vida social y una forma de comprender la sociedad. Además, es el instrumento mediante el cual el niño desarrolla la forma de ser y sentir que hacen a su personalidad (Paredes, 2002).

El juego potencia el desarrollo infantil de la imaginación, la espontaneidad, la originalidad, la motricidad, la creatividad, la sensibilidad, y las dotes artísticas. Estimula la observación, la comparación, la atención y la simbolización, claves para la estructuración y el desarrollo de la lengua y el pensamiento. A su vez, contribuye a la exploración y al descubrimiento del niño, haciéndole posible el conocimiento de su propio cuerpo; de sus capacidades, limitaciones y destrezas, así como las de los demás. En suma, posibilita el desarrollo cognoscitivo, lingüístico, social, afectivo, físico y motriz del ser humano (Paredes, 2002).

Lo lúdico facilita el proceso de socialización del niño: implica relaciones interindividuales, la búsqueda de soluciones a conflictos, la asunción de obligaciones y la toma de decisiones; y requiere del niño su capacidad de interpretación de los significados que los otros jugadores le transmiten en forma de comunicación (Paredes, 2002).

El niño ensaya [...] comportamientos y situaciones para lo que no está preparado en la vida real, pero que poseen cierto carácter anticipativo o preparatorio, es decir [...] Crear, construir, motivar, dentro de parámetros, planificados y con un proyecto profesional y de calidad, no solo permite la maduración del niño, sino el divertimento y la inclusión social [...] (Mercado, 2009, Párr. 7).

Por su parte, Mead (1982) estudia las condiciones bajo las cuales se desarrolla y surge la persona como tal. Comprende que ésta es la única capaz de ser objeto para sí, por eso habla del *si mismo* (*self*). Según el autor, existen, en la génesis y el desarrollo de la persona, una serie de factores básicos, que está representada por las actividades lúdicas.

En la etapa que precede al deporte, el niño le otorga a su juego un significado: juega a ser una madre, un maestro, un policía, es decir, adopta deliberadamente el papel de otro según se le dé el capricho: es una cosa en un momento y otra en otro, y lo que es en un momento dado no determina lo que será en el siguiente. Según Mead, el niño juega a representar personalidades que le son cercanas, que le afectan y de las cuales depende. «Estas son personalidades que adoptan los papeles que interpretan, y en esa medida dominan el

desarrollo de su propia personalidad» (p. 183). En tal etapa el niño reacciona inteligentemente a los estímulos que llegan hasta él a través del juego, incorpora las actitudes particulares de todas las otras personas hacia él. Pero su personalidad y su vida no están organizadas en términos de un todo, por lo tanto, no está definida completamente.

El juego organizado representa el pasaje en la vida del niño, desde la adopción del papel de otros en el juego hasta la parte organizada, esencial para la conciencia de sí, en la aceptación completa de la persona. El deporte, compone un ejemplo de situación en la que surge una personalidad organizada: el niño tiene que tener la actitud de todos los demás que están involucrados en el juego, es decir, no la actitud del otro, sino la actitud de todos los otros como totalidad. Se da una organización, una especie de unidad, que controla la reacción del individuo. Lo que hace, es fiscalizado por el hecho de que él, es todos los integrantes del equipo. Así, el niño, define al *otro generalizado*, esto es, «la comunidad o grupo social organizados que proporciona al individuo su unidad». (p. 184)

En la medida en la que adopta la actitud del otro, permite que esa actitud determine lo que hará con referencia a un objeto común y, en consecuencia, domine su propia expresión inmediata. Se convierte en un miembro orgánico esencial de la sociedad, incorporándose a la moral de ésta. Se convierte en algo que puede funcionar en el todo organizado y se determina en su relación con el grupo al que pertenece. Ese proceso constituye una notable etapa en el desarrollo de la moral del niño, convirtiéndolo en un miembro, consciente de sí, de la comunidad a la cual pertenece. En síntesis, es en la forma del otro generalizado que los procesos sociales influyen en la conducta de los individuos involucrados en ellos. Sólo así, la comunidad ejerce su control sobre el comportamiento de sus miembros individuales, aspecto que la transforma en un factor determinante, en el pensamiento del individuo.

Sin embargo, desde la perspectiva de Mead, no somos únicamente lo que es común a todos, sino que cada persona es distinta de todas las demás, pero es necesario que exista una estructura común a todos, a fin de que podamos ser miembros de una comunidad. «Las personas sólo pueden existir en relaciones definidas con otras personas» (Mead, p.192).

En esta línea, Garaigordobil (2008), entiende que, a través de los *juegos de representación*, los niños representan el mundo que los rodea. Por lo tanto, estos juegos constituyen el medio por el cual, descubren la vida social de los adultos, de forma que satisfacen aquello que no

pueden llegar a ser y descubren las reglas que rigen esas relaciones, lo que los prepara para el mundo del trabajo. Este tipo de juegos, componen así, una “escuela” de autodominio, voluntad y aprendizaje de normas de comportamiento a través del cual los niños evolucionan moralmente y se conocen a sí mismos formando su «yo social», mediante las imágenes que reciben de sí mismos por parte de sus compañeros de juego, facilitando el autoconocimiento y el desarrollo de la conciencia personal de sí. A esto se suma, que potencian la adaptación socio- emocional, pues, a través de ellos, los niños se incorporan orgánicamente a la sociedad a la que pertenecen.

Además, mediante este juego, los niños se comunican e interactúan con sus iguales, ampliando su capacidad de interacción y comunicación. En esta línea, Claustre Cardona (2008) considera que son un instrumento potenciador del idioma, facilitando crecimiento lingüístico. Al asumir diferentes roles, se aprende a ver las cosas desde diferentes perspectivas. Representar un acontecimiento, permitirá usar el vocabulario y las estructuras lingüísticas conocidas, así como ampliarlas. En consecuencia, el juego de rol, es completamente funcional al aprendizaje de habilidades comunicativas, proporcionando una instancia de argumentación y planificación ente iguales.

II. 6. Sexo, género, estereotipos de género y consecuencias

Esta investigación, parte del supuesto de que la forma en la que los niños y niñas desarrollan el juego dentro del establecimiento, y la forma en que otorgan significado a los diferentes juegos y roles, está permeada por una visión estereotipada de la realidad en términos de género. Por eso se definen los términos género y sexo, ya que poseen significados bien distintos.

El *sexo* es una determinación genética donde se ponen en juego características físicas, biológicas, anatómicas y fisiológicas de cualquier ser vivo, a través de las que surge la diferencia entre machos y hembras (Galet, 2014, Fernández Marinovic, 2014). El *género* es una construcción social que establece pautas de comportamiento y roles sociales de poder, distintos para varones y mujeres (Galet, 2014). «Es el conjunto de características, atributos, permisos y prohibiciones asignados de forma diferenciada a las personas en función de su sexo biológico. Este conjunto de normas y características operan en todos los ámbitos de relacionamiento del individuo [...]» (Fernández Marinovic, 2014, p. 25). Alude a cómo nos sentimos y nos comportamos con respecto a nuestro sexo. Adquirimos determinados roles y

actitudes dependiendo de lo que la sociedad espera de nosotros. Los roles de género son las formas en las que se manifiesta el ser hombre o mujer. (Galet, 2014).

Sexo y género se relacionan cuando, a partir de la diferencia sexual, se establecen una serie de características culturales y de vínculos de poder desiguales. El género, y no así el sexo, es una construcción dinámica: puede modificarse y reformularse constantemente. El problema yace sobre la naturalidad y automatismo con que se asumen esos papeles o modelos impuestos como universales y necesarios. La femineidad o masculinidad son representaciones sociales que, consciente o inconsciente, se transmiten de generación en generación a través del discurso o de la acción (Fernández Marinovic, 2014).

Los *modelos estereotipados de género* son modelos hegemónicos promovidos por la sociedad, que restringen la libertad de mujeres y varones. «Esta restricción se expresa en todo lo que no hacemos “porque no es propio de nuestro sexo” y en todo lo que hacemos “porque nos corresponde como varones y mujeres”» (Fernández Marinovic, p.26). Pero estos modelos no sólo perjudican a las mujeres que se encuentran en relación de poder desfavorable, no reconociéndose en muchas ocasiones como protagonistas activas del mundo en el que viven, sino que también tienen efectos negativos en la construcción de la masculinidad. En el “ser varón”, se valoran la fuerza y destreza física, la valentía, la autosuficiencia: como superhéroe. Mientras que, lo sentimental estará provisto por la mujer; el cuidado del otro, así como las tareas domésticas son actividades relativas al sexo femenino. El varón no podrá ser débil ni fracasar, ni pedir ayuda ni conectarse con su afectividad; características atribuidas a las mujeres (Fernández Marinovic, 2014).

Los roles y prejuicios sobre ambos sexos se gestan en la biografía de las personas a edades muy tempranas. Quienes transmiten, sostienen y reproducen estos modelos estereotipados son las familias, las instituciones educativas y las de la salud, los grupos de pares, los medios de comunicación y la comunidad entera. Estos, son los principales agentes que participan en la *socialización de género*: «[...] proceso mediante el cual desde que nacemos, aprendemos en un continuo intercambio con el exterior a desempeñar el rol de género que nuestra cultura y nuestra sociedad nos asigna en función de nuestro sexo biológico» (Fernández Marinovic, p. 27). Introyectamos aquellas cuestiones inherentes al “deber ser” de un sexo u otro, pautas de configuración psíquica y social que hacen posible la feminidad o la masculinidad, y que influirán sobre nuestra personalidad, autoestima y proyecto de vida. «Constituye nuestros

gustos, desarrolla nuestras habilidades, nos estimula en ciertas áreas e inhibe otras, nos convence de que existen “opciones que no nos corresponden”, restringiendo cada vez más nuestra capacidad para elegir y para ser “nosotros mismos”» (Fernández Marinovic, p. 27).

Los padres crean sus propias expectativas con respecto a sus hijos e hijas y esto comienza a ser así incluso antes de su nacimiento. Decoran la habitación del bebé guiados por el sexo del mismo, y a su vez compran y reciben regalos (ropa y juguetes) bajo los mismos parámetros, sin ser conscientes de que ya le están transmitiendo estereotipos de género, condicionando en principio lo que se espera de cada sexo (Galet, 2014). Todos estos aspectos estarían influyendo en la construcción de identidad y el carácter, así como también las preferencias o gustos de los pequeños (Fernández Marinovic, 2014). A su vez, el tipo de juego que los padres realizan con sus hijos es mucho más activo y desordenando que el que realizan con sus hijas, que tiende a ser más pasivo y ordenando, acompañado de un importante componente verbal (Espinosa Bayal, s.f.).

Por otra parte, aunque la instancia de convivencia pacífica y la creación de las condiciones para la no discriminación por razones de sexo, está recogida en leyes y artículos, esta intencionalidad no siempre se ve reflejada en la realidad de las escuelas o centros educativos en general (Galet, 2014). De un modo inconsciente, a través de sus acciones y discursos, las maestras y maestros contribuyen a reproducir situaciones de desigualdad que perjudican tanto a niñas como a niños. «En los primeros años de vida los niños son más estimulados físicamente y a las niñas se las acaricia y habla más. Ellos son llevados [...] a la ejercitación de la fuerza y a actividades competitivas a través de juegos y de deportes “masculinos” pero también reciben más castigos que ellas; los varones introyectan una autopercepción que incluye la agresividad y la violencia como características “propias” de su género» (Fernández Marinovic, p.28).

En el juego simbólico, los niños y las niñas ponen en práctica sus aprendizajes, consiguen interiorizar y asimilar el mundo que les rodea. Practican sobre los roles establecidos en el mundo adulto y comienzan a desarrollar lo que se espera de ellos por pertenecer al sexo femenino o masculino. El rol que adoptan a través del juego, es un indicador de cómo perciben la realidad y se puede observar cuáles son las preferencias por representar un papel masculino o femenino y qué acciones de las que realizan tienen que ver con su identificación de género (Galet, 2014). Cuando la representación simbólica realizada, está dentro de lo

esperado para lo considerado tradicionalmente masculino o femenino para cada sexo, suele ser reforzado por el adulto, mientras que si es contrario podría ser reprobado, reprendido y extinguido induciendo a cambiar de rol. Si la niña juega con las cosas del padre es menos preocupante que si lo hace el niño con las cosas de la madre, y se lo reprende a él en forma más fácil y activa, que a la niña cuando tiene comportamientos de este tipo (Galet, 2014).

El sistema de género, por ser una construcción social, se sostiene solamente si las personas lo sostienen y como tal, se reformula constantemente. Por ese motivo, es importante trabajar en pos de modificar los estereotipos, al menos porque: éstos nos hacen menos libres y porque nuestra sociedad sostiene un sistema en donde los varones ejercen poder sobre las mujeres, produciendo una situación de desigualdad e injusticia social, colocando a las mujeres en desventaja para ejercer sus derechos de manera activa, tomar decisiones en diferentes ámbitos y acceder a oportunidades sociales (Fernández Marinovic, 2014).

Es primordial que, como sociedad, asumamos responsabilidad y reflexionemos acerca de si deseamos facilitar las oportunidades a una parte de nuestra infancia y negársela a la otra, o por el contrario consideramos que todos y todas tienen derecho a esa oportunidad, facilitando que niñas y niños aprendan a desarrollar capacidades ligadas al desarrollo integral de la persona que hagan de ésta un ser autónomo e independiente, no condicionado por su sexo biológico (Galet, 2014). En esta línea, hace unos años, comenzó a hablarse de la coeducación como modelo educativo que busca eliminar las desigualdades que se producen entre niños y niñas como consecuencia de su socialización. Situar al mismo nivel de importancia los valores que conjuran “lo masculino” y “lo femenino”. Potenciar al máximo el desarrollo personal de todas y cada una de las personas según sus intereses y capacidades, sin que su sexo biológico determine su desarrollo. Y erradicar la idea de que las diferencias biológicas determinan diferencias psicológicas. Para ello, es necesario partir de una utilización correcta del lenguaje, no sexista, acorde con la realidad que representa (Espinosa Bayal, s.f.).

III. ESTADO DEL ARTE SOCIOLOGICO Y OTROS

Es importante recordar que, no fueron encontrados antecedentes en relación a los objetivos planteados para con el objeto de estudio. Sin embargo, luego de una búsqueda exhaustiva en la materia, se descubren algunos estudios realizados desde diferentes disciplinas, que sirven de insumo y enriquecen la perspectiva propia.

La Monografía de Grado de la Licenciada en Sociología, Geymonat Roldán (2006), indaga en cómo y en qué medida la televisión aporta a la construcción de identidad individual y colectiva. Para ello, toma como caso de estudio el programa televisivo Cacho Bochinche, analizándolo como programa “socializador” y argumentando que la familia ha sido desplazada por los medios masivos de comunicación en esta tarea. Dicha premisa es útil a esta investigación. Los resultados a los que llega indican que el programa infantil, sugiere, por un lado, mayoritariamente valores positivos: básicamente morales, intelectuales, y sociales, además de biológicos en menor medida. Y por otro, valores negativos: económicos de promoción de productos que ocupan la mayor parte del tiempo del programa. Aunque también se toma al programa infantil como un híbrido sugcrente de valores universales, valores característicos de la aldea global y valores propios de la cultura de los uruguayos.

En otro orden, Magendzo y Bahamondes (2005) con financiación de la Universidad Academia de Humanismo Cristiano (Santiago de Chile), realizan un estudio comparativo relativo a cómo los niños y niñas enfrentan el acto de consumo en los centros comerciales usando como variable discriminadora la condición socio económica. El objetivo es avanzar en la comprensión del acto de consumo como un fenómeno comportamental asociado a una etapa evolutiva del desarrollo cognitivo, y en especial a la forma en que los niños y niñas resuelven el acto de consumo condicionados a la socialización a la que fueron sometidos. La investigación busca determinar cuál de las variables (mentales o sociales) explican mejor el comportamiento de los niños y niñas en el centro comercial. Los resultados demuestran un comportamiento diferencial entre los niños pobres y los acomodados. En consecuencia, las conductas observadas de unos y otros no pueden ser entendidas a partir de la fase cognitiva, sino más bien desde un patrón social de formación que se impone sobre lo evolutivo.

La Licenciada en Sociología, Arispe (2011), en su Monografía de Grado, estudia el uso y la apropiación de espacios públicos (plazas) como expresión de lo colectivo, por parte de los niños de Montevideo. El objetivo es explorar las particularidades que adquiere la segregación urbana desde la perspectiva del uso y la apropiación de los espacios públicos en la ciudad de Montevideo, desde una mirada interpretativa en términos de la estructura social y espacial de la ciudad. Su interés es conocer si los niños se apropian de las plazas, en tanto constituyen un espacio cultural imprescindible en la formación social de estos.

Sus conclusiones indican que: las plazas son un lugar de encuentro. Los vecinos y usuarios de las mismas tienen una buena apreciación de ellas, percibiendo como positiva la influencia del espacio público recreativo en la vida cotidiana. Además, afirma que la clase media es la que menos se apropia de las plazas. Sin embargo, existe un uso segmentado de los espacios (los usuarios hacen uso de las plazas por segmentos espaciales) empleando estrategias de segmentación de la interacción (pertenencia excluyente). Según Arispe, la segregación social se plasma en el espacio urbano mediante la segmentación de usos, alejando la posibilidad de interacción con otros diferentes, lo que refleja las tensiones que enfrenta la cohesión social en un contexto de desigualdad.

Por otro lado, el estilo de vida de las personas condiciona el uso de los espacios públicos en general y de las plazas en particular. Esto se debe a que los usuarios, de acuerdo a sus posibilidades tratan de adquirir y poner en el espacio privado «que protege y separa del entorno», la mayor cantidad de elementos tendientes a satisfacer necesidades que antes satisfacían en la ciudad. Por último, relacionado a lo anterior, que el tiempo libre, se ha transformado en un tiempo de «ocio reglado» para los niños, que además de incorporar nuevas obligaciones y actividades extraescolares, se han visto desplazados de espacios naturales como la calle, los parques y las plazas, hacia los centros comerciales o culturales.

Lobato (2005), en su trabajo de posgrado, presentado en la Facultad de CC de la Educación de Oviedo. En el mismo, la autora se propone analizar el comportamiento de los niños y niñas respecto al juego socio-dramático poniendo énfasis en la percepción de diferencias de género en cuanto a la elección de los roles, las acciones representadas y los guiones desplegados entre otros. Con este propósito, se basa en un enfoque teórico socio-cultural que le da al juego un importante valor socializante y transmisor de cultura, ya que constituye un escenario que posibilita aprendizajes sociales, afectivos y morales. Los resultados muestran

diferencias destacables en el comportamiento lúdico en función del género, las cuales están orientadas en la dirección de los estereotipos. En primer lugar, las diferencias de género se manifiestan tempranamente en el juego socio dramático. En segundo lugar, a través de este tipo de juego, los niños y niñas ensayan comportamientos futuros. Y, en tercer y último lugar, sugiere una propuesta co-educativa relacionada con este tipo de juego que favorezca la constitución de identidades de género abiertas.

Por su parte, la Monografía de Grado en Diseño Industrial de Fernández Marinovic (2014), se enfoca desde dos parámetros interrelacionados: el género y el juego. Del género, afirma que está íntimamente ligado con el desarrollo de nuestra personalidad y subjetividad. Por lo tanto, todo lo que hacemos, cómo lo hacemos y lo que no hacemos está marcado por las expectativas sociales, que encasillan nuestra “libre” elección de lo que queremos para nosotros mismos. Al juego, lo identifica como un medio por el cual niños y niñas aprenden a conocerse a sí mismos y relacionarse con el entorno físico y social. A partir de él, conocen e interiorizan el mundo externo, siendo central, en la construcción de subjetividad y el aprendizaje de las habilidades sociales y cognitivas.

Para Fernández Marinovic, el desarrollo de la personalidad de niñas y niños dependerá de la libertad con la que se les permita crear y recrear sus propios juegos, en relación a sus necesidades, sin establecer limitaciones reproductivas de estereotipos en cuanto a juegos y juguetes. De lo contrario se favorecería la producción de subjetividades sesgadas, reafirmando y consolidando el sistema de género de nuestra sociedad.

La autora, considera que quienes diseñan los juguetes son responsables de que, a través de los dispositivos diseñados, los chicos desarrollen una mente flexible, dinámica, no «fossilizada», mediante la herramienta creativa e imaginativa. Una persona así, podrá desenvolverse mejor en la vida: sobreponerse a obstáculos, resolver problemas, encontrar alternativas, ser más abierta y flexible con lo desconocido o distinto. Su objetivo principal, es contribuir a una educación no sexista, promoviendo un aprendizaje de género más libre e igualitario, por los diferentes usuarios de juegos y juguetes, en especial de niños y niñas. Con este propósito, diseña y produce un dispositivo de juego no sexista co-educativo para niños y niñas de segunda infancia, con un posterior testeo del producto a través de usuarios y usuarias, así como personas expertas en la temática.

IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se desarrolló durante los años 2011 y 2014, en la ciudad de Montevideo, con el propósito de conocer el espacio de entretenimiento lúdico La Ciudad de los Chicos, ubicado en el segundo nivel del Montevideo *Shopping Center*, local 404 de la nueva ampliación y establecer la importancia de enfocar el estudio en este espacio en particular respecto a la oferta de entretenimiento infantil en la capital del país.

Esta investigación se encuadra en el paradigma cualitativo. Este paradigma, “se interesa por captar la realidad social ‘a través de los ojos’ de la gente que está siendo estudiada, es decir, a partir de la percepción que tiene el sujeto de su propio contexto” (Monje Álvarez, C. A., 2011, p. 13). En este sentido, la investigación cualitativa busca aproximarse a una porción de la realidad para descubrirla, enfocándose en aquello subyacente para desentrañarla y no quedar atrapado en lo simplemente aparente. Entiende que la realidad de los fenómenos sociales no es externa, sino que es construida por los diferentes individuos involucrados en ella, a través de los significados que ellos mismos les dan a las cosas. Por lo tanto, es necesario no sólo conocer y comprender las significaciones dadas por los puntos de vista de los propios actores involucrados, sino también atender al contexto en el que emergen esas significaciones.

Dado que el objetivo de esta investigación, toma como base la idea de la construcción de los sujetos a través del juego de simulación en La Ciudad de los Chicos, es necesario comprender la subjetividad de aquellos que participan de esta actividad, para conocer la percepción que tienen respecto a este escenario en particular.

El diseño de investigación elegido fue en consecuencia de tipo flexible. Se trata del estudio de caso de La Ciudad de los Chicos. Este tipo de investigación cualitativa

refiere al análisis de una entidad singular, un fenómeno o unidad social y proporciona una descripción intensiva y holística del mismo. Su propósito fundamental es comprender la particularidad del caso, en el intento de conocer cómo funcionan todas las partes que los componen y las relaciones entre ellas para formar un todo. Su objetivo es comprender el significado de una experiencia. (Monje Álvarez, C. A., 2011, p. 117)

Su propósito es comprensivo-interpretativo, como tal, «aporta descripciones densas y ricas con el propósito de interpretar y teorizar sobre el caso. El modelo de análisis es inductivo

para desarrollar categorías conceptuales que ilustren, ratifiquen o desafíen presupuestos teóricos difundidos antes de la obtención de la información». (Monje Álvarez, C. A., 2011, p. 118)

La población de estudio abarcó fundamentalmente a niños y niñas de entre 3 y 12 años, que es el intervalo de edades para el cual está previsto el espacio recreativo en cuestión, padres de algunos niños o niñas y parte del personal. En cuanto a las unidades de análisis se trató en la primera instancia del conjunto de individuos, clasificados en las categorías niño, padre/madre, empleado y el vínculo objeto-sujeto (objeto-niño). Fueron unidad de registro cada uno de los individuos observados o entrevistados (padres, niños, empleados), bajo requisito previo de participar o haber participado en algún momento de la actividad realizada en La Ciudad de los Chicos.

El problema de investigación y los objetivos planteados hicieron oportuna la utilización de dos técnicas: observación y entrevistas. La observación se utilizó en todas las instancias metodológicas de la investigación, mientras que la entrevista sólo fue utilizada en la primera de ellas. De esta manera, los datos recolectados fueron de tipo primario.

La entrevista «se enmarca en comportamientos verbales para extraer información sobre representaciones asociadas a comportamientos vividos. Permite recoger la subjetividad. [...] Permiten acceder a la información difícil de observar directamente; se construyen con participación activa de las y los interlocutores entrevistados». (Cifuentes, 2011, p. 85-86) Esta técnica fue utilizada con el fin de conocer, mediante el discurso, la percepción que tienen de La Ciudad quienes están o han estado alguna vez en contacto con ella.

Las pautas de entrevista elaboradas fueron semiestructuradas, por lo que partieron «de un guion de temas a tratar, como carta de navegación que permite abordar puntos esenciales relativos al tema central de investigación» (Cifuentes, 2011, p. 65), en este sentido, posibilitan no sólo cierta apertura en los temas tratados, sino también la libertad de respuesta con la que cuentan los informantes. Dadas sus características flexibles, fueron modificadas y/o ampliadas según las circunstancias, haciendo viable la realización de nuevas preguntas acordes a la información que surge en la entrevista, o la omisión de otras interrogantes que podrían ser “hirientes” a la susceptibilidad del informante. En total se realizaron 26 entrevistas individuales, no habiéndose determinado previamente la cantidad tope.

El primer grupo de entrevistas, compuesto por madres que conocen por experiencia propia La Ciudad, sin restricción etaria. Las entrevistas fueron realizadas a madres y no a padres debido a, básicamente, un tema de accesibilidad (3 entrevistas).

El segundo grupo, compuesto por niños de ambos géneros, de entre 6 y 13 años de edad, que hubiesen tenido al menos una experiencia concreta dentro de La Ciudad de los Chicos. Se eligió este tramo de edad porque, por un lado, existe una probabilidad alta de que los niños menores a este tramo no aportaran demasiado a los efectos de la investigación en términos discursivos, ya que la interacción verbal se hace bastante difícil; y por otro, los niños mayores de 13 años no presentan tanto interés por el establecimiento, prefiriendo otras alternativas de entretenimiento. Cabe destacar que algunos de los entrevistados habían participado del espacio antes de cumplir los 13 años (21 entrevistas). El método de selección de los casos, fue en principio por facilidad de acceso, comenzando por entrevistar niñas o niños que tuvieran algún tipo de parentesco con personas conocidas (familiares o amigos). Este método de selección se agotó rápidamente, lo que llevó a desarrollar otras estrategias tales como: realizar entrevistas en un Club de Niños y en Colegios. Se alcanzó el efecto saturación cuando se visualizó que entrevistas adicionales no aportaban más información que los datos recolectados hasta el momento. En ese instante se puso el tope final.

Y el tercero, compuesto por informantes calificados: personal actual o antiguo. La selección del personal a entrevistar se hizo por medio de la red social Facebook dentro de la página de La Ciudad de los Chicos y personas conocidas que sirvieron de nexo (2 entrevistas).

Todas las entrevistas se realizaron con el consentimiento de los entrevistados y en el caso de los niños y niñas, con previa autorización (verbal o escrita) de sus padres. Otro elemento a considerar es que se realizaron fuera del establecimiento de La Ciudad, para no entorpecer el desarrollo natural de las interacciones.

Por su parte, la observación, permite «comprender el comportamiento y las experiencias de las personas como ocurren en su medio natural. Por lo tanto, se intenta observar y registrar información de las personas en sus medios con un mínimo de estructuras y sin interferencia del investigador» (Monje Álvarez, C. A., 2011, p.153). El tipo de observación que se implementó fue la observación simple, no regulada o no controlada, con base en ciertos lineamientos generales sobre aspectos del fenómeno que interesa conocer.

La observación buscó contemplar sistemática y detenidamente cómo es el funcionamiento de La Ciudad de los Chicos, cómo se desarrolla la experiencia de los sujetos en este contexto. Se procuró conocer el funcionamiento del fenómeno de La Ciudad en cuanto a las interacciones múltiples dentro de ella, a las características de cada uno de los juegos y actividades realizadas, y al uso que los niños y niñas hacen de ellos según género, así como las diferentes interacciones personales que se juegan allí dentro.

En esta instancia no se realizó selección previa de casos. El único requerimiento, fue el de ingresar al establecimiento en compañía de un menor (por política del propio establecimiento). Las observaciones realizadas procuraron abarcar la totalidad de La Ciudad. Se considera haber logrado el efecto saturación, debido a que, más allá de que por ser una propuesta para niños, La Ciudad de los Chicos, estuvo siempre en mutación a los efectos de mantener el interés de sus visitantes, los rasgos generales de cada uno de los espacios que se mantuvieron en pie, funcionaban bajo los mismos parámetros.

Los roles sociales seleccionados para analizar la perspectiva de género dentro de La Ciudad de Los Chicos fueron los desempeñados en: la policía y los bomberos; el supermercado; la peluquería y las tiendas de moda; ANCAP y un taller de autos; la biblioteca, un canal de televisión y un diario; la *nursery* y los centros de salud. A continuación, se desarrolla los motivos que hacen a la importancia social de estas elecciones.

La Policía, los bomberos y fuerzas armadas son visualizadas como instituciones pilares de la sociedad, que configuran el Estado Moderno Republicano. Son instituciones encargadas de velar por el mantenimiento del orden público y la seguridad ciudadana, a las órdenes de las autoridades políticas.

La relevancia del supermercado, radica en lo instalado que se encuentra esta modalidad para un amplio número de consumidores. Ofrecen diversidad de artículos bajo un mismo techo, lo que se traduce en ahorro de tiempo y esfuerzo, aspectos fundamentales en el mundo de hoy. Brindan la posibilidad de auto servirse y generalmente han incorporado el uso de tarjetas de crédito como medio de pago. Poseen horarios amplios e ininterrumpidos de servicio, permitiendo hacer las compras sin obstaculizar las labores cotidianas. También, cuentan con vigilancia permanente, ofreciendo seguridad y protección.

La peluquería y las tiendas de moda son vehículos de la belleza y la estética, dos aspectos

relevantes actualmente en nuestra cultura. La belleza se traduce en la realidad de lo femenino, pues, las mujeres son quienes más se centran en la mantención de su apariencia para la construcción de su imagen. Dedicar varias horas en la atención y renovación constante de su aspecto físico, vestimenta y *look* en general. Actualmente, existen cánones de belleza, transmitidos por los medios de comunicación y galardonados en las pasarelas y los certámenes de belleza, (que son las olimpiadas de la femineidad). La emulación de estos cánones de moda tiene la suficiente fuerza para dictar una estética de la apariencia resumida en: “presumir es sufrir” “todo lo bueno es pecado o engorda”. Lo que remite a la belleza como un deber moral, llegando en algunos casos a verse reflejado en trastornos alimenticios.

La moda es el capítulo superficial de la estética, refiere a los aspectos externos de las personas y las cosas. Es el paradigma de lo insustancial, la frivolidad hecha sistema. Lo esencial de este fenómeno es la peculiaridad de su ritmo temporal, lo que pasa de moda. Además, a través de ella, los individuos satisfacen la necesidad de estar integrados en un contexto, de seguir unas pautas generales que les brindan identidad y arraigo, haciéndolos parte una colectividad y a su vez, distinguiéndolos de otros, dándoles singularidad.

La elección de ANCAP como espacio de estudio se vincula al fenómeno de la motorización de la ciudad, bastante arraigado en la sociedad actual, debido en parte a las mayores facilidades que se otorgan en el mercado para el acceso al preciado bien, ese que conforma el sueño de todo uruguayo (tener casa y auto propios). Para aquellos que tienen auto, la ida a la estación de servicio se hace ya parte de la rutina diaria, y la visita al tallerista para poner el auto en condiciones también tiene un lugar relevante. Los vehículos particulares complementan el sistema de transporte público, que no en todos los casos se adaptaría a las necesidades de la población, ya sea por su costo, frecuencia o disponibilidad en todas las zonas de la Ciudad, así como por sus recorridos extensos en tiempo.

La elección de los medios de comunicación, responde a la revolución tecnológica vivida actualmente, que hace que el flujo de información sea más amplio, diverso y accesible. El uso de Internet permite acceder y difundir información (imágenes, textos y videos) de forma simultánea y viral, a través de la tecnología digital y banda ancha, computadoras y otros aparatos móviles. En consecuencia, es más barato, cómodo y rápido leer, ver o compartir la última noticia de lo que sucede en el mundo de forma digital, acompañada del debate. Todo esto, hace que la biblioteca como institución y la lectura del diario como forma de acceso a

la información, se vean debilitados y desplazados por los medios electrónicos a la hora de buscar la información. Además, los libros en formato electrónico compiten con los impresos en papel dada la facilidad para acceder a ellos sin salir de la casa. Lo mismo sucede con la televisión y el informativo, que también van perdiendo cierto espacio al momento de informarse. Esto podría deberse a la necesidad de muchas personas de obtener información actualizada velozmente, más que profundidad.

Por último, la elección de la *nursery* y los centros de salud, radica en la importancia social que presentan los sistemas de cuidado de la salud y en particular, los médicos. Ellos, son quienes tienen en sus manos la responsabilidad de velar por la salud de la población, de preservar la vida humana en términos de calidad y dignidad. Son quienes deben prevenir la enfermedad y en el peor de los casos detectarla, afrontarla y curarla cuando ésta aparece, dándole al enfermo las indicaciones precisas para ello. La *nursery* en particular tiene que ver con los cuidados necesarios para con los recién nacidos.

Cada técnica tiene su respectivo instrumento: pauta o guía de entrevista, pauta o guía de observación. El instrumento queda a disposición del lector en el capítulo anexo (D y E). Además, cada técnica tiene un soporte de registro: memos de entrevista, des-grabación de entrevista, memos de observación, etc. Los que también quedan a disposición en el capítulo anexo (F y G). A su vez se elaboró un informe de trabajo de campo donde se detallan para cada una de las instancias, por un lado, cuáles fueron las dificultades y aciertos, con los que hubo que enfrentarse durante el proceso, y por otro, cómo se trataron los datos recolectados en campo para el posterior análisis (Anexo C).

La eficacia de la investigación radica en que ésta sea capaz de atender cuidadosamente los tres pilares de la investigación (La Ciudad de los Chicos, el espacio público-semipúblico y la ciudad como escenario cotidiano en que los hombres desempeñan sus roles). Prestar la debida atención a los aportes en estas tres vertientes y lograr una conjunción de análisis, es lo que permite comprender plenamente el proceso interactivo dentro de La Ciudad y su relevancia social. Pero no debe perderse de vista que, si bien existen otras La Ciudad de los Chicos en otras partes del mundo, los resultados obtenidos en esta investigación se ciñen al caso concreto de Uruguay. Esto significa que no se pretende generalizar los resultados de esta investigación a otros casos.

V. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

V. I. Características escénicas de La Ciudad de los Chicos

Desde el año 2007, dentro del Montevideo *Shopping*, en 2500 m² se reproduce una ciudad real a escala. Se trata de una entidad “urbana” donde predomina el intercambio de bienes y servicios, así como las actividades comerciales, por lo tanto, refiere a una ciudad de tipo comercial en términos escenográficos. La propuesta, es que, en este escenario, los niños y niñas de entre 3 y 12 años, jueguen a ser grandes desempeñando diferentes roles.

En ella se encuentran algunos de los sitios frecuentados por los adultos en sus vidas diarias tal como muestra el Anexo A, casi todos referidos al ofrecimiento de algún servicio: ya sean relativos a la salud (UCM y la *Nusery*), financieros (Banco República y red de pagos Abitab) e impositivos (la DGI), servicios informativos (el canal de televisión Teledoce, el diario El País y una biblioteca), servicios de seguridad ciudadana (la comisaría y la academia de bomberos), de belleza y estética (la peluquería), servicios para autos (la estación de servicio ANCAP), o servicios culturales: el circo, el teatro, el taller de arte. También hay locales comerciales como el supermercado, la fábrica de pasta, la joyería y las tiendas de ropa, etc.

En la planta baja se encuentra el acceso a La Ciudad de Los Chicos, donde los niños y los padres (o cualquier otro acompañante adulto) abonan su entrada a La Ciudad de los Chicos². En el siguiente piso de La Ciudad, se encuentra el Banco Santander³. Allí, los niños que no han visitado antes La Ciudad reciben una tarjeta de crédito y 50 Chiquis (moneda de La Ciudad). La tarjeta posee un código que identifica al niño y es ingresada por computadora al sistema del Banco, donde queda registrado de allí en más la presencia y el monto de Chiquis acumulados en la cuenta del niño desde visitas anteriores.

Debe considerarse que las instituciones financieras, son de suma importancia para la construcción del capitalismo, más aún donde existe una tendencia creciente al consumo. Esto se debe a que quienes ponen a disposición el elemento central para la existencia del capitalismo (el capital) son los Bancos. Otro aspecto a considerar, es la relevancia del dinero

² Al momento de la investigación este acceso simulaba un local de Buquebus, sugiriendo la idea de que, al abonar la entrada, se obtenía el “pasaje” para viajar a La Ciudad de los Chicos. Actualmente, este acceso fue modificado, siguiendo la estética de una ciudad.

³ Actualmente en sustitución a éste se encuentra el Banco República.

como institución social propia del sistema capitalista, porque no hay capitalismo sin dinero. El dinero es creado y reconocido como medio de pago legítimo y útil. Socialmente aceptado y usado para efectuar y facilitar transacciones de compraventa de bienes y servicios, posibilitando las relaciones mercantiles. El poseer una moneda específica, hace a cierto grado de pertenencia a una comunidad. Otra de las características del dinero es que posee un valor definido y confiado socialmente. Además, es una unidad de cuenta, esto significa que permite fijar precios (costos) a los bienes y servicios.

Todos estos aspectos son puestos en juego en el escenario de La Ciudad a través de la utilización de Chiquis, una “tarjeta de crédito”, o de la presencia de un Banco o cajeros automáticos que se encuentran en varios sectores del establecimiento. Estos accesorios, así como el hecho de que muchos de los mini espacios representados aquí se llamen igual a los que los frecuentados en general por los adultos, tienen en el juego una doble función, por un lado, le aportan realidad y por otro, lo contextualiza bajo los parámetros que hacen a una ciudad comercial y de servicios. En este sentido, facilitan el pasaje del juego a la realidad. Es decir, el salto de realidad en términos de Schutz, entre el juego y la realidad de la vida cotidiana se “esfuma”.

A través de la temática de juego como forma de ocio y diversión, La Ciudad de los Chicos intenta reproducir el habitus, en términos de Bourdieu, del adulto, y particularmente del adulto que vive en una sociedad capitalista. El habitus, implica una forma de pensar, de actuar y de posicionarse en el mundo, y es en cierta medida, lo que se le transmite al niño desde el juego: cómo se posiciona, cómo actúa y se desempeña un adulto dentro del mundo capitalista. En esta línea, visitar La Ciudad de los Chicos involucra para los niños y niñas estar en contacto “directo” con las prácticas del acontecer en el mundo adulto: donde el niño “es” un adulto, en tanto hace lo que éstos hacen en sus diferentes oficios o profesiones. Toda la experiencia en La Ciudad incide en la forma en la que el niño se representa ese mundo.

En la Ciudad se refleja en forma compacta la realidad del adulto consumista. Si bien los roles que emulan los niños dentro de La Ciudad: pisteros de ANCAP, peluqueros, obrero de la fábrica de Coca-Cola, reponedor de góndolas de un supermercado, son desempeñados por adultos de diferentes clases sociales, es una propuesta dirigida preferentemente a un público vinculado al consumismo. Al respecto, surgen en las entrevistas a las ex animadoras de La Ciudad, aunque no fueron buscados durante la investigación elementos relativos al tipo de

perfil los niños que visitan el establecimiento:

Son niños con un perfil particular (...) son niños que muchos de los hábitos que van a aprender ahí ya los tienen en su vida.... Los fines de semana se llenaba de niños, de niños con plata, o de niños del interior en las vacaciones, (...) y La Ciudad de los Chicos abría sus puertas para que vinieran escuelas públicas o escuelas con chicos con discapacidades, o sea, era otro tipo de trabajo. (...) Mal o bien estabas inculcando lo mismo, pero (...) el afán de querer, de comprar, de consumir, era totalmente distinto en unos niños que en otros (...) Ya vienen con pautas establecidas ¿no? Y uno se da cuenta. (...) Yo estaba acostumbrada a la interacción y al trabajo... no le quiero decir con ese tipo de niño porque es horrible, pero con ese perfil, (...), con niños de esa clase social digamos (...) Los del interior, que son de media alta, pero son de otro perfil igual, son de media alta, porque si vienen a Montevideo a pasear en vacaciones de julio, no son de clase baja, pero son otro perfil de todos modos que la clase media alta de Montevideo. (Paula, ex animadora de La Ciudad).

De todas maneras, debe destacarse la responsabilidad social-empresarial de La Ciudad de los Chicos, que abre sus puertas a escuelas públicas, escuelas de bajos recursos, escuelas privadas y escuelas especiales. Lo mismo sucede con las colonias de vacaciones, los grupos de niños del Instituto del Niño y Adolescente del Uruguay (INAU), los merenderos del Instituto Nacional de Alimentación (INDA) o los clubes de niños. En cuanto al acceso de niños con capacidades diferentes, el establecimiento cuenta con puertas a medida, ascensores que van de una planta a la otra, cubriendo los tres niveles, y baños para silla de ruedas en todos los niveles. Además, ante la visita de estas escuelas, todos los juegos son adaptados a los tipos de dificultad pertinente y no se abren las puertas simultáneamente a ninguna otra escuela. Otros niños que asisten individualmente pueden ingresar, pero deben aceptar las reglas de los juegos adaptados. Las escuelas públicas por su parte, tienen acceso gratuito a La Ciudad, mientras que las escuelas privadas gozan de un descuento. Pero lo que es común a todas, es la necesidad de coordinar el día y la hora de su visita previamente.⁴

Se debe hacer referencia a que La Ciudad de los Chicos, como toda ciudad, posee un espacio público, el cual se ve reflejado en: calle de adoquines, bancos, alumbrado público, una plaza (con bancos, césped artificial y algunos árboles), un kiosco callejero⁵, afiches, publicidad, relojes en la calle, papeleras, cajeros automáticos, entre otros elementos.

⁴ La temática de responsabilidad social-empresarial surgió en las entrevistas realizadas a las ex animadoras de La Ciudad, pero, algunos datos expuestos se consultaron de la página web del establecimiento: <http://www.laciudaddeloschicos.com/>

⁵ El kiosco fue sustituido por módulos de ejercicio físico saludable, los que no formaban parte de la fachada de La Ciudad al momento de la investigación, sino que fueron incorporados posteriormente y hallados a través de la revisión fotográfica del establecimiento.

De un lado y otro de la calle, se encuentran los locales, en los cuales los protagonistas centrales de La Ciudad, deben administrar su dinero ficticio a lo largo del juego, abonando entre 5 y 20 Chiquis para ingresar a la mayor parte de los locales. Pueden citarse como ejemplos: ANCAP, Teledoce, la fábrica de pastas, el diario El País, la DGI, el salón de belleza, la *nursery* y la joyería. Como característica predominante, se destaca que, en todos aquellos espacios donde los niños emulan y desempeñan roles activamente “como si fueran grandes”, –el de pistero, bombero, peluquero, *nurse*, gondolero, informativista, editor...– que implican brindar un servicio, los niños deben pagar para entrar a jugar.

Pero otras actividades que no tienen que ver con el desempeño de roles, también hacen a la dinámica de La Ciudad. Se pueden citar como ejemplos: la biblioteca, el teatro, el circo, el taller de los pequeños artistas, y otras actividades realizadas en forma callejera (acrobacia en tela, espectáculos musicales, coreografías, cuenta-cuentos, obras de teatro, o juegos temáticos para Navidad o *Halloween* donde los niños deben encontrar, por ejemplo, los regalos que los duendes le escondieron a Papá Noel, o el cofre perdido de una bruja). En estos espacios, la entrada es gratuita, los chicos no necesitan de sus Chiquis para acceder. Además, otro factor común a estos espacios es que: son diferentes tipos de expresión artística y cultural. Se vinculan en general con la recreación, la distracción y el ocio, aspectos relevantes para el pleno desarrollo del ser humano.

Cada local cuenta con su propia fachada o escenario particular, recreados individualmente como en la vida cotidiana. En estos locales, los niños interpretan los mismos y diversos roles que desempeñan los adultos en su día a día. Lo hacen en función del local del que se trate y de los objetos físicos que se les ponga a disposición.

El local de ANCAP está decorado con los colores representativos de estas estaciones de servicio y se subdivide en cinco grandes áreas. En el área del vestidor se dispensan mamelucos, vestimenta utilizada para que los niños se vistan de pisteros. En el laboratorio hay un pequeño circuito químico donde se explica a los niños cómo es el biodiesel. En el área de seguridad vial hay una gran pantalla por la que se pasa un video explicativo de las señales de tránsito (el semáforo, el cartel de PARE, el paso de cebra, el cartel de PROHIBIDO ADELANTAR, etc.). Otra área contiene una gran pista de autos a batería, que tiene señalizaciones de tránsito (semáforos y cebras, por ejemplo), y un sector de lavadero. También tiene surtidores de nafta –con señalizaciones que indican que no se debe fumar o

que se debe apagar el auto antes de cargar la nafta—, bidones de lubricantes y productos para autos. En el centro de la pista hay también dos grandes autos de tamaño similar al de uno real. En uno de ellos, se hace un simulacro de manejo y con el otro se aprende mecánica. La zona de descanso, ubicada frente a la pista a uno de los lados del local, tiene algunos asientos de madera y plantas a su alrededor, lo que posibilita que los adultos que no pueden participar de las actividades propuestas, esperen y observen cómodamente como juegan sus niños.

El juego consiste en elegir uno de tres tipos de roles: el de pistero, el de mecánico o el de químico. Como pisteros, los niños menores de 6 años ven un video sobre seguridad vial, luego dan varias vueltas alrededor de la pista manejando los autos a batería —respetando las señalizaciones del semáforo y la cebra—, y al final del recorrido cargan la nafta del auto; los mayores de 7 realizan un simulacro de manejo a través de un videojuego de carreras de autos, en uno de los autos de tamaño similar al real. Como mecánicos, la tarea consiste en encontrar las ruedas del otro auto, colocarlas, revisar el motor y “lubricarlo”. En el laboratorio se les explica el funcionamiento y la composición del biodiesel.

El desempeño de cada uno de los roles es restringido a las actividades propuestas, en cada uno de los sectores, limitando la libertad de desempeñar los roles más allá de esos márgenes establecidos. Al mismo tiempo, en el caso de los niños más pequeños, incluso, el juego se presenta como secuencial.

La academia de bomberos tiene un caño largo por donde bajan los bomberos, cascos y mamelucos de bombero dispuestos en un perchero, mangueras y conos fluorescentes —que se utilizan en el simulacro de incendio—. Los niños recorren La Ciudad junto con el animador en busca de signos de prevención de incendio: extinguidores, detectores de humo, luces de incendio, salidas de emergencia y mangueras. Al final del recorrido, el animador pone “a prueba” a los chicos, preguntándoles acerca de los elementos que identificaron. Luego los niños participan de un sorteo para realizar un simulacro. En él, deben extinguir con agua de verdad y en equipo, el incendio de una fábrica de La Ciudad, provocado por una vecina. Además de apagar el fuego y terminar con el humo simulado, deben ir al rescate de personas o mascotas afectadas.

En el simulacro también intervienen los médicos, que en general suelen deambular por La Ciudad en una ambulancia de UCM. En diferentes turnos mixtos de cuatro o cinco

participantes, el vehículo, que lleva sus luces de emergencia encendidas y su sirena apagada, realiza un *tour* por el primer piso de La Ciudad. Ante el siniestro del incendio, los médicos llegan inmediatamente al lugar de los hechos en la ambulancia, la que ahora sí hace sonar su sirena. Los médicos, con túnica blanca y un estetoscopio escuchan los latidos del corazón del paciente. También deben tomar su presión y su pulso, diagnosticando posteriormente su estado de salud, en forma inmediata, con las recomendaciones pertinentes.

El desempeño de estos roles, tanto los de bomberos como los de médicos, es dirigido y secuencial. Esto significa que los niños, no tienen libertad de elección en las tareas que realizan en estos roles. Los animadores o animadoras, les indican qué hacer a cada momento.

El salón de belleza de La Ciudad tiene el aspecto de una peluquería real. Decorada con grandes espejos iluminados por *spots*, enfrentados a mostradores y cómodos sillones a ambos lados del local, afiches que cuelgan de las paredes color rosa, mostrando mujeres maquilladas y peinadas con productos de L'Oréal; y por supuesto, los utensilios específicos de peluquería: botellones de crema para el pelo, secadores, planchitas, bandejas de peluquería con rúleros, cepillos de pelo, peines, pinzas para el pelo y capas de corte.

Aquí, se pueden representar dos roles: el de cliente y el de peluquero. Culminado el juego, las peluqueras/os reciben una pequeña cantidad de Chiquis a cambio. El peluquero peina, “lava”, “plancha” y “seca” el cabello del cliente. Mientras tanto, se observa que las animadoras cumplen un rol pasivo, basado en pintar las uñas y maquillar a las niñas que así lo quieran. En este sentido, cabe destacar, que el juego desarrollado en la peluquería, es bastante libre, ya que quienes representan cualquiera de los roles propuestos, pueden elegir qué hacer dentro de los parámetros que indica cada rol. Pueden peinarse o pedir que los peinen de la forma que deseen, e incluso mojar un poco el cabello para facilitar el peinado, o “aplicarse” cremas, “secarse” o “plancharse” el pelo, a su gusto.

La fábrica de pastas Con las Manos en la Masa, tiene una mesa circular con bancos, y algunos percheros en los colores del slogan de La Especialista,⁶ que es su auspiciante. Además, cuenta con una pileta de lavar y un horno de acero. De las paredes del local cuelgan carteles decorativos sobre la pasta. Algunos, muestran imágenes explicativas, paso a paso, de cómo prepararlas, y otros, ilustran sus diferentes tipos.

⁶ Debe destacarse que en las entrevistas la fábrica de pastas es identificada como La Especialista.

En la mesa, luego de limpiarse las manos con alcohol en gel, los niños juegan con bollos de masa y elaboran diferentes tipos de pastas; llevan puesto un delantal y cuentan con diferentes utensilios para amasar, cortar, estirar y colocar la pasta en el horno: palitos de amasar, máquinas de estirar la masa, cuchillitos de juguete, moldes y asaderas. También hay una gran pizarra imantada, a la que se “adhieren” piezas cuadradas con figuras de diferentes pastas. El juego consiste en encontrar las piezas cuya imagen es la misma, o jugar al ta-te-ti. En general el desarrollo de la actividad en este local, es bastante libre. Cada niño puede optar de qué manera prefiere trabajar la masa utilizando los utensilios disponibles, pero, de todas maneras, el juego central siempre consiste en elaborar pasta sin más. Además, la propuesta presenta aspectos secuenciales que implican un orden en el juego: primero lavarse las manos y ponerse el delantal, luego trabajar la masa y luego ponerla al horno en una placa.

El Supermercado de los Niños, reproduce a escala, las características de uno real. Góndolas, caja registradora, carros pequeños, heladeras con refrescos y helados, afiches publicitarios (de lapiceras BIC, de yerba mate Canarias, de paletas Pico Dulce, de productos Sony, de refresco Coca-Cola Zero, entre muchos otros) y folletos de ofertas, así como también cintas elásticas para delimitar el paso, constituyen el escenario.

Los productos “en venta” son los mismos que en un supermercado real: de limpieza, de aseo personal, comestibles, bebidas, postres y útiles de estudiante. Todos pertenecen a marcas de la vida real —son el producto real, aunque a veces solo se utiliza la caja exterior, como en el caso de la pizza—. Se pueden citar como ejemplo: cuadernolas Papiros, limpiadores Fabuloso, heladeras con refrescos Fanta y Coca-Cola, papel higiénico Elite, arroz y galletas de arroz Saman, pastas y cepillos de dientes para niños Colgate, helados Crufi, yerba mate Canarias, chorizos Cativelli, etc.

El juego consiste en representar el rol de cliente o de gondolero. El cliente debe encontrar los productos establecidos en una lista de compras, con las respectivas cantidades de cada producto, y posteriormente los animadores controlan que los productos y cantidades coincidan con lo asignado. En torno a esta dinámica, a veces se juegan competencias. El gondolero debe ubicar y ordenar en las góndolas correspondientes, los diversos productos de un carrito. Al finalizar el juego, se les da a ambos una pequeña suma de Chiquis. Bajo estas peculiaridades, se observa un juego estructurado por los animadores, quienes inician a los niños que rol desempeñar y establecen las normativas de cómo hacerlo.

La Ciudad también cuenta con locales de moda para ambos géneros: Apolo es la tienda de los chicos y María-María es la de las chicas. La decoración de Apolo es en los tonos bordó y blanco; su mostrador lleva el eslogan del local donde predominan el negro y el celeste. La tienda tiene varias estanterías y percheros horizontales con camisas, buzos, sacos de vestir, tapados, camperas, corbatas, sombreros, etc. María-María tiene un formato similar al de Apolo, pero está decorado de blanco y rosa, en conjunto con afiches y algunos diseños florales en la vidriera que acompañan el logo del local. Tiene estanterías, percheros horizontales y mesas de ofertas de tipo “revoltijo” (con sombreros, pañuelos, carteras, vestidos, polleras, remeras, entre otros accesorios). También forman parte del escenario: un mostrador, una pequeña pasarela y varios maniqués, que exponen diferentes estilos de vestimenta. Ambos locales poseen vestidores al final de la tienda.

En estos locales, los niños pueden desempeñarse como vendedores, clientes o modelos: los vendedores ordenan la ropa y los clientes pueden probarse la ropa en los vestidores como lo deseen. Cada una hora aproximadamente, se hace un desfile en las pasarelas de María-María, en la que participan (tanto niños como niñas), mostrando sus prendas al ritmo de la música, bajo el efecto de luces sicodélicas. Posteriormente, todos reciben algunos Chiquis a cambio. Además de los desfiles, en ocasiones se realizan otras dinámicas de juego en las que compiten niños por un lado y niñas por otro. Cada equipo, debe vestir a uno de sus integrantes con la mayor cantidad de prendas posible, y luego se define el grupo ganador. Por lo que puede apreciarse, la característica predominante en el juego, cualquiera sea el tipo de rol desempeñado, es la libertad de elección en cuanto a las vestimentas a usar para disfrazarse. A su vez, la idea de baile y modelaje también respeta la libre expresión.

En la puerta principal de la *nursery*, un afiche muestra a una niña vestida de enfermera haciendo la señal de silencio. A la entrada, hay un perchero con túnicas blancas, que los niños deben ponerse antes de empezar el juego. A continuación, una puerta blanca de madera conduce a la sala de incubadoras. La mayoría de las paredes de sala son blancas y poseen detalles de hadas en color rosa. De estas paredes cuelgan diversos afiches: algunos indican las diferentes partes del cuerpo y otros hacen referencia a marcas de productos para bebés. Sobre estas paredes, hay una mesada angosta en forma de “L” con implementos para desarrollar el rol de *nurse*: mamaderas, un termómetro, algunos cambiadores, una medida para medir el largo de los bebés, pañales, balanzas, toallitas y una “ficha médica”, que deben ser completadas con el nombre del doctor y con los datos de nacimiento del bebé (fecha de

nacimiento; peso, altura, sexo, y nombre del bebé). Del otro lado, hay un gran ventanal sobre el que se encuentran las incubadoras con almohadita y mantita incluida, en colores (estereotipadamente femenino o masculino) de acuerdo al sexo del muñeco bebé, que contiene cada una de ellas.

Quienes participen de esta actividad, deben identificar el sexo del bebé, pesarlo, tomarle la medida, darle la mamadera, hacerle provechito, cambiarle los pañales e higienizarlo, tomarle la temperatura, acostarlo y taparlo. Se observa, por un lado, que el juego presenta una secuencia de actos a seguir como parte de la representación del rol de *nurse*. Dicha secuencia es restringida, por lo que no deja margen para crear otras posibilidades de juego más allá de lo establecido. El eje principal de la propuesta aquí, gira en torno a completar la ficha —la que pueden llevarse al finalizar el juego— agregándose otras tareas adicionales. Sin embargo, por otro lado, existen algunos aspectos en la secuencia, que permiten que niñas y niños puedan optar: en relación al sexo y el color de piel del bebé al que desean atender. Además, pueden elegir dentro de la secuencia si desean cambiarles los pañales o darles la mamadera, así como higienizarlos o no.

El rol de las animadoras en este local es bastante activo. Refiere a guiar a los más pequeños y colaborar con aquellos niños o niñas que presenten dificultades en el desarrollo del juego. Incluso en el caso de que no sepan escribir, ellas son quienes completan la planilla con los datos que ellos le indican. Pero en general, son los niños y niñas por sí mismos quienes realizan todas las tareas.

En la vidriera de la joyería, se exhibe collares, anillos, pulseras y otras alhajas. De sus paredes, cuelgan diversos carteles publicitarios con diferentes diseños de relojes, entre otras joyas. Y al fondo, hay una gran mesa rectangular con cinco o seis bancos, esperando a ser ocupados por las niñas y niños que quieran desempeñar el rol de joyeros, armando pulseritas, collares o anillos con las mostacillas de todos colores y las tanzas a disposición. Si bien son los niños quienes realizan la actividad, los animadores presentes, colaboran con ellos en la realización. Al mismo tiempo interactúan con los niños a través del diálogo mientras todos “trabajan”. Una vez finalizado el juego, quienes terminan las pulseras pueden llevarlas de recuerdo si lo desean, y en caso de no finalizarlas se les dan algunos Chiquis en recompensa.

La Ciudad de los Chicos, tiene también una pequeña biblioteca y un circo. La primera posee

grandes estanterías llenas libros infantiles y peluches. Su decoración tiene colores variados entre amarillo, verde y celeste. El piso está cubierto por una alfombra y hay almohadones multicolores en él, así como algunas mesas y sillas pequeñas, para que los niños se sienten a leer solos o en compañía de los adultos con los cuales están de paseo⁷. Por su parte, el circo es un espacio chico, con piso de madera, que tiene algunas sillas dispuestas frente a dos grandes espejos iluminados desde arriba por focos empotrados a las paredes.

En el taller de plástica, los niños pueden rayar, dibujar y escribir en las paredes. Hay dos o tres mesas grandes y varias sillas pequeñas, para que los niños y niñas se sienten a trabajar con la variedad de materiales que hay a su disposición: cascos, crayolas, lápices de color, *drypens*, hojas blancas, papel glasé, papel crepé, tijeras, lanas de color, etc. La propuesta dentro del taller en general es totalmente libre, incluso en lo que respecta a la elección del material a usar. Sin embargo, en ocasiones, se les propone a los chicos realizar arte de acuerdo a ejes temáticos específicos. En primavera consiste por ejemplo en hacer flores para luego decorar La Ciudad; para los días previos a Navidad incluye motivos navideños y ante episodios deportivos tales como las olimpiadas o el Campeonato Mundial de Fútbol, se les proponen actividades acordes a dichas temáticas.

En el canal de TV, Teledoce⁸, se reproduce un estudio de grabación de noticias. Tiene unas vidrieras tupidas de monitores, estructuras con el eslogan real del canal, afiches con personajes reales del mismo y cinco pequeños espacios. En este local, los animadores tienen un rol totalmente pasivo. Los niños son los protagonistas centrales, quienes eligen qué rol desempeñar y aunque no siempre, el cómo.

El escenario del noticiero tiene un gran mostrador circular, para que los niños transmitan las noticias, que ya les son indicadas de antemano por los animadores. Los menores de 6 años, al no saber leer y escribir, no puedan desempeñar este rol. A veces, las noticias son filmadas con cámaras de televisión por los niños que desempeñan el rol de camarógrafo. El espacio del estado del tiempo, ubicado al lado del mostrador del noticiero, cuenta con un mapa

⁷ Actualmente la biblioteca ha modificado levemente algunas características de fachada e incluso ha agregado algunos atractivos como por ejemplo el juego de LEGO. Pero debe recalarse que el análisis realizado aquí responde a las características y actividades realizadas durante el periodo en el cual se realizó la investigación.

⁸ Actualmente el canal de televisión lleva el nombre de Chicos Tv, habiendo sido denominado también durante algún período La Ciudad Noticias. Pero todos los datos obtenidos y descripciones realizadas responden a las características de Teledoce. De todas maneras, se entiende que el cambio de denominación es simplemente eso y no modifica en absoluto la dinámica de juego, aunque la fachada sea visiblemente distinta.

imantado del contorno del Uruguay para que los niños elijan libremente el estado del tiempo sobre el cual deseen informar. El espacio de las entrevistas tiene una mesa redonda y puffes circulares para que los niños jueguen a ser el periodista o el famoso entrevistado. Los conductores, así como los meteorólogos y los periodistas, son transmitidos en forma simultánea en una pantalla ubicada al frente al mostrador. Para desempeñar los diferentes roles, el local cuenta con un vestuario, en el que se encuentra un perchero con disfraces: vestidos, corbatas, sacos, y algunos espejos iluminados en donde las niñas que lo deseen pueden maquillarse con las pinturas que allí se encuentran. Además, este espacio cuenta con algunas butacas en su perímetro.

El local de DGI, denominado La Máquina del Tiempo, es un espacio de videojuegos, basado en juegos de competencias entre dos o tres participantes. Está dividido en dos áreas: una, con juegos relacionados a lo impositivo, y la otra, con juegos relacionados a la defensa del contribuyente. Tienen grandes pantallas y cómodos sillones ubicados uno a espaldas del otro.

Como superhéroes, los chicos viajan a través del tiempo para impedir peligros que amenazan a la comunidad. Enfrentan desafíos que vencen trabajando y compartiendo en equipo, y así ayudan a recaudar los impuestos. El juego consiste en juntar en un tiempo determinado las monedas que tiran los ciudadanos de la comunidad. Los viajeros visitan diferentes épocas a medida que van pasando de nivel (la del Imperio Romano, la del Montevideo Antiguo, etc.), luego pasan a una zona rural del presente, y terminan en una ciudad del futuro del año 2050. Una vez finalizado el juego, reciben Chiquis a cambio independientemente de si ganan o pierden en el juego, aunque en el caso de perder reciben una suma menor de “dinero”.

El local de impresión del diario El País cuenta con varias computadoras y la misma cantidad de sillas de oficina, donde los niños editan el diario y crean sus propias noticias de portada. Cuenta también con una gran y llamativa máquina de impresión, que imprime diarios en el momento, y alrededor de la cual hay inmensas columnas de diarios impresos. Por tratarse de una actividad que requiere saber leer y escribir, hay para los más chiquitos otra alternativa de entretenimiento en pantalla táctil: una máquina de memorización de imágenes y otro en el que deben identificar diferentes contornos con sus figuras, ubicándolas en una habitación. Al finalizar el juego, sea cual sea el resultado y el tipo de juego que hayan realizado, los niños y niñas se llevan de obsequio el diario editado por sí mismos, o una edición anterior.

En algunos locales —como la peluquería, la joyería, las tiendas de moda y el supermercado— los niños son remunerados con entre 5 y 15 Chiquis por desempeñar los roles; mientras que en otros —como El País, ANCAP, la *nursery*—, no lo son. A veces, por el solo hecho de visitar el local, se les obsequia portarretratos de cartón, útiles escolares, pegotines, vasos de refresco Coca-Cola, o aquello que hayan elaborado por sí mismos.

Para los adultos también hay un espacio de entretenimiento y distensión: el Papis Café. Aquí pueden tomar café, comer medialunas y navegar en Internet disfrutando de un momento distendido mientras los más pequeños se divierten. Por fuera, este local, simula una oficina de ANTEL, pero por dentro está acondicionado con mesas de vidrio transparentes y sillones de simil cuero muy cómodos. En el resto de los locales los adultos tienen, cuando menos, el acceso restringido: o no se les permite entrar (como en Teledoce, El País y el supermercado, entre otros) o pueden ingresar siempre y cuando no interfieran en las actividades de los chicos (como sucede en ANCAP, la *nursery* y en la fábrica de pastas).

Además del Papis Café, en el primer nivel de la Ciudad se encuentra Oro Kids, el que funciona a modo de cantina, debido a que, el consumo de alimentos y bebidas adquiridas en el exterior, no está permitido. Por lo tanto, en este local, se pueden comprar meriendas, sándwiches, golosinas, snacks y refrescos, entre otros, para consumo de padres y niños.

Sin lugar a dudas, La Ciudad de los Chicos tiene muchos elementos atractivos para quien la visita. Es vistosa estéticamente, cálida y muy iluminada —hay luces llamativas por todos lados: desde los focos de la calle hasta los de los locales (cada uno iluminado según la temática) —. La ventilación puede parecer insuficiente, pero los lugares son amplios y no se presentan falta de aire. Además, los locales reproducen muy bien a los reales y logran la atmósfera de juego que pretenden. A tal punto los reproducen bien, que la música de fondo de La Ciudad es la misma que en cualquier *Shopping*, tienda o supermercado. Este detalle, colabora en la creación de una atmósfera aún más real, en el juego a “ser grandes”. Todos estos aspectos hacen de La Ciudad de los Chicos un espacio que presenta las mismas características que los centros comerciales, idealizado y aislado del mundo real.

En este sentido, se podrían detectar algunas falencias significativas en la escenificación de La Ciudad. Por un lado, no hay representación de casas o edificios, que son fundamentales en la conformación de una urbe, en tanto constituyen el factor imprescindible para la

permanencia de sus habitantes. Por otro lado, tampoco se representa el transporte público y mucho menos los asentamientos informales. En definitiva, se muestra una ciudad pulcra y pura, en la que todos los vestigios de una ciudad normal no se encuentran representados en el juego. Se le muestra al niño el lado de la realidad que brilla y no el opaco.

(...) los asentamientos no están en La Ciudad de los Chicos ¿No? Entonces ¿Qué les están enseñando?... De una burbuja pasan a otra. Por lo menos van al Parque Rodó y ven otra realidad, interactuando con chicos de todas las clases, no de todas, pero...un espectro más amplio. Ahí adentro no, y estamos todos para (...) alabados, cuidarlos y mimarlos y hacer lo que ellos quieren, eso no es una realidad en ningún lado (Paula, ex animadora de La Ciudad).

Por otro lado, si bien es cierto que se simulan incendios, éstos siempre son “extinguidos” y muy bien “controlados”. Y los policías, que cumplen la función de atrapar los “ladrones” representados en el juego a través de una parodia, siempre logran su cometido. En ambos casos se hace referencia a dos elementos que también “contaminan” la ciudad, pero siempre son inconvenientes resueltos en forma positiva.

V. 2. Características sociales presentadas por la Ciudad de los Chicos

En este apartado se busca fundamentalmente responder a las características sociales presentadas por La Ciudad de los Chicos. Esto, requiere atender a cómo los chicos les dan significado a los locales y al desempeño de roles, así como también la manera en la que entienden esos significados. Especialmente, cuáles son sus preferencias en cuanto a las actividades y juegos de acuerdo al género al que pertenecen. Para el análisis, se utilizan tanto los datos recolectados en las observaciones, como los recogidos a través de las entrevistas: a niños y niñas de entre 6 y 13 años de edad que participaron de la experiencia, y a personas vinculadas laboralmente con el establecimiento.

De acuerdo a los datos obtenidos a través de las entrevistas a niñas y niños, de todos los locales y actividades de entretenimiento en los que deben participar en forma activa a través del desempeño de un rol, los que menos les gustan o llaman la atención son, en orden de relevancia, la *nursery* y la ambulancia de UCM.

De las observaciones realizadas en campo, surge que cuando la *nursery* es concurrida, lo es mayoritariamente por niñas de entre 5 y 7 años. Los casos en los que los varones prefieren estos roles son aislados; pero cuando esto ocurre, se trata de los más pequeños.

Que el interés por este rol sea marcadamente femenino, posiblemente responde a una concepción de género que visualiza a la mujer como la más “capacitada” para realizar la tarea de cuidar a los niños o los bebés, pues se considera de acuerdo a los estereotipos, que ella es quien posee el denominado instinto maternal necesario para poder desempeñarse bien. Esto se explicaría de acuerdo a una concepción en la que la mujer es quien posee más sensibilidad, es más delicada y suele tener una conexión especial con los bebés. Por lo contrario, en el caso de los hombres es mal vista la sensibilidad y la delicadeza. Además, este rol, es mayoritariamente desempeñado por mujeres en la vida cotidiana. Tal vez eso explique, por un lado, por qué este local está decorado en los tonos blanco y rosa, que, de acuerdo a los estereotipos tradicionales de género, son identificados con el mundo femenino. Y, por otro, la razón por la cual la puertal local tiene un afiche donde se muestra una niña vestida de enfermera haciendo la señal de silencio, y no a un niño en la misma postura.

Cuando se analizan los datos de las entrevistas, se detecta que efectivamente los niños no tienen preferencia positiva por la *nursery* ni por las actividades que allí se proponen. De hecho, aquellos que la mencionan, lo hacen de acuerdo a lo que no les gustó o no les llamó la atención de La Ciudad atribuyendo, que les parece «juego de niñas» o que «es para pequeñitos». Esto reforzaría lo que se viene exponiendo. Sin embargo, es llamativo que las niñas también lo coloquen dentro de los locales que no les gustan o no les llaman la atención, e incluso que lo hagan un poco más que los varones, argumentando que «es aburrido».

A simple vista, este hallazgo podría ser contradictorio, ya que parecería que la tendencia femenina en el desempeño de este rol no sería tal. Pero, la percepción negativa por parte de las niñas podría ser explicada por la edad. Las niñas que expresaron disconformidad tienen en promedio 10 años. De acuerdo a la edad, las preferencias de los niños y niñas en cuanto a sus intereses y atracciones, pueden verse modificadas. Se entiende entonces, que una niña de 10 años a través de su entorno familiar, tal vez haya incorporado, una visión emancipada de la mujer, y de los logros que ésta puede alcanzar, más allá del cuidado de los hijos y de la casa. Esta interpretación es aún más factible, si se considera que las niñas desinteresadas por la *nursery*, provienen de familias cuyas madres son arquitectas o trabajan fuera del hogar. Esto puede generar en las niñas, un parámetro de aspiraciones personales y profesionales altas, provocando así, un rechazo al desempeño del cuidado de bebés, (probablemente muy asociado a la figura materna).

Por su parte, el rol de médico se asocia al cuidado de la salud y la resolución de enfermedades. Históricamente, de acuerdo a los estereotipos de género, el rol ha estado identificado con lo masculino, pues quienes lo desempeñaban, eran mayoritariamente hombres. Esto era así, porque al principio, ellos eran los únicos que podían acceder a la universidad, y en consecuencia formarse como tales. Actualmente, esta situación se ha revertido, existiendo en Uruguay una mayor proporción de mujeres que desempeñan esta profesión, respecto de los hombres.

Los datos obtenidos a través de las observaciones, confirman la tendencia indicada precedentemente. Las niñas son quienes muestran mayor interés por esta profesión. Este comportamiento podría explicarse por el hecho de ser una profesión sensibilizadora, asociada al cuidado y la ayuda al otro, lo que de acuerdo a los estereotipos de género son características relativas a lo femenino. De todas maneras, al analizar los datos obtenidos en las entrevistas a niños y niñas, parecería que éstos, asocian el rol de médico con la ambulancia de UCM. Al respecto, se dan dos comportamientos: más niñas que niños expresan interés positivo por la ambulancia, y, por otro lado, más niñas que niños le otorgan un significado negativo.

El hecho de que más niñas que niños expresen su agrado por la ambulancia, podría asociarse al hecho de ser una actividad relacionada al paseo, (como lo indican ellas mismas). El paseo, implica una actividad tranquila y pasiva, dos cualidades que se combinan muy bien con las niñas, que suelen ser catalogadas desde el modelo estereotipado de género, como más tranquilas que los niños.

Mientras tanto, el significado negativo o disconformidad, podría argumentarse desde dos perspectivas. Por un lado, la temática a la que refiere es calificada por ellos y ellas como «aburrida». Y cómo había sido mencionado anteriormente, la ambulancia de UCM no tiene demasiado protagonismo dentro de La Ciudad. En general todo su atractivo se limita a dar dos o tres vueltas por el primer nivel de la misma, y en esta dinámica no se refleja el real desempeño del rol de un médico. Por otro lado, la ambulancia, les recuerda los accidentes de tránsito que se transmiten por el informativo, o les causa miedo por el movimiento que hace cuando está en marcha. De todas maneras, puede apreciarse, que estas percepciones negativas se hacen siempre sobre un objeto físico.

A su vez, se detectan dos niños a los que les llama la atención positivamente la ambulancia, pues les agrada la reacción de la gente respecto a este vehículo, así como el hecho de que «gira para todos lados y ... parece que te vas a caer». Parecería que esos aspectos divierten a estos niños, pudiendo interpretarse en términos adrenalina, de valentía, de fortaleza, características con las que desde los estereotipos de género suelen identificarse a los varones. Sin embargo, uno de los entrevistados varones expresa que le da miedo el movimiento, lo que relativiza la apreciación anterior.

Otro aspecto a recalcar, es que la referencia al rol de médico, (independientemente de que sea para indicar que les gusta o no), sólo aparece en el discurso de las niñas. Es decir, las niñas son las únicas que se refieren al rol, mientras que los varones sólo se refieren a la ambulancia (objeto físico). Que los varones hagan referencia a la ambulancia, puede asociarse a que es a ellos, a quienes se los estimula en mayor medida a jugar con autitos, camioncitos, etc.; llevándolos a resaltar al objeto físico por sobre el desempeño del rol.

Por otra parte, de acuerdo a los datos obtenidos a través de las observaciones realizadas durante el trabajo de campo, puede afirmarse que la biblioteca y el taller de arte, se encontrarían entre los espacios de La Ciudad menos visitados por los chicos. Ahora, si bien los datos indican una baja concurrencia en ambos locales por parte de niños y niñas, es preferible hacer un análisis individual de cada uno.

También es pertinente aclarar que, en sus discursos niños y niñas, no hacen referencia ni positiva ni negativa respecto a estos locales. Simplemente no los mencionan. La no mención puede significar, por un lado, que estos locales no se encuentren en el mapa cognitivo de los chicos, es decir, que los consideren totalmente irrelevantes al punto de no recordar su existencia. Pero, por otro lado, también puede significar que estas propuestas le resulten poco atractivas en comparación a las otras actividades y roles a disposición en La Ciudad. A su vez, otra interpretación al respecto, es que, a través de la falta de mención, de las palabras no dichas, del silencio, tanto niñas como niños, en realidad estén diciendo “no me interesa”.

Volviendo concretamente a los datos observados, se demuestra que la concurrencia a la biblioteca es muy baja. La cantidad de niños que ingresa a este local, es mínima (cuatro, tres o hasta un niño por turno en forma esporádica durante varias sesiones de observación). Es importante mencionar que este panorama se da así, aun siendo uno de los pocos locales en

los cuales se permite el ingreso libre, sin necesidad de abonar Chiquis. Pero en todos los casos se observa que quienes concurren son niños pequeños que rondan los 3 o 4 años.

Esta falta de interés puede tener al menos dos interpretaciones. Por un lado, que la institución biblioteca actualmente se está debilitando progresivamente, debido a que otro tipo de medios electrónicos estarían desplazándola. Tal vez, niños y niñas se vean actualmente, más atraídos por las tecnologías digitales y los videojuegos, que por la lectura de libros. Por otro lado, todas las observaciones realizadas indicaron la falta de presencia de un adulto (animador) responsable del local. Esto confirmaría que los niños se sienten motivados cuando existe un referente adulto, y en caso de no existir, se sientan poco estimulados a las actividades que allí se proponen. De hecho, siempre que los niños hicieron uso de este local lo hicieron en compañía de sus madres o de algún otro adulto. Es importante remarcar que este aspecto, presente en las otras actividades, incide en aquello que despierta el interés y el deseo por hacer y por aprender, acompañando lo planteado por Charlot.

Otro aspecto a considerar es que la biblioteca es uno de los pocos locales en los que la propuesta no está relacionada a la representación de un rol adulto. Esto que puede resultar superficial, es en realidad central, porque, justamente el gran atractivo de La Ciudad de los Chicos, –que lo distingue de cualquier otra propuesta infantil en Montevideo–, es la posibilidad de jugar a ser grandes imitando a los roles de los adultos.

Por su parte, la baja preferencia observada por el taller de arte, podría vincularse a los cambios que ha sufrido el arte en su formato tradicional, cuyo consumo ha perdido estimulación en los niños. Los medios electrónicos, la computación en general y los programas de dibujo electrónicos compiten con los tradicionales medios de expresión manual, como el dibujo y la pintura. Además, como sucede con la biblioteca, en varias oportunidades se observó la ausencia de un animador o animadora para este local. Como se dijo, la falta de un referente adulto, podría significar que los niños no se ven atraídos hacia el taller de arte. Lo anterior parecería ser una interpretación válida, si se considera el relato de una de las ex animadoras de La Ciudad:

El local que yo más disfrutaba era el taller, el taller de arte. Sí, el taller fue como que yo lo re apropié (...). Cuando yo recién arranqué a estar en taller, llevé la propuesta de tipo dibujitos, tipo fotocopias para que pinten eso, y me dice Sarita, “sí, esto ya se estaba usando”. -“Desde que yo entré no hay un solo dibujito de taller y ta me va, y si me podés imprimir buenísimo”. A partir de ese momento, siempre que me faltaba algo iba y les

pedía, (...) Y sino en el taller también se hacían las cajitas, para cuando había cumpleaños ponerle las sorpresitas al cumpleaños... se hacían esas cosas, y también, por ejemplo, (...) la decoración de Halloween, la decoración de...de primavera, (...) la decoración del mundial... (Lia, ex animadora de La Ciudad)

Y cuando se le pregunta a la entrevistada en relación al entusiasmo de los niños con la propuesta del taller, expresa: «Fa, había niños que te dibujaban y se iban y había niños que se re colgaban, te decían ¿Tenés cascola? ¿Y tenés cartón? ¿Y tenés esto? Y en el taller hay de todo eso, entonces se ponían a hacer cosas y todo» (Lia, ex animadora de La Ciudad). Este aspecto, reafirmaría la idea de que el interés de los niños en relación a las propuestas presentadas en los locales en general, y en este caso, en el taller en particular, dependen mucho de la presencia, del humor, del estado de ánimo del animador, de su predisposición a realizar diferentes ofertas, de creatividad y la buena energía que éste le ponga al trabajo. Pues, estos factores influyen en la dinámica de juego y constituyen un estímulo para el niño.

De acuerdo a las entrevistas realizadas a niños y niñas, de todos los locales y actividades de entretenimiento, en las cuales participan en forma activa a través del desempeño de un rol, los datos demuestran una preferencia, en primer lugar, por el canal de televisión y en segundo lugar por la estación de servicio ANCAP. Estos son los dos locales que más les gustan o llaman la atención, tanto a niñas como a niños, sin mostrar diferencias de género al respecto.

Según lo señalado por los chicos en las entrevistas, las características que hacen al local de Teledoce el preferido son: la dinámica entretenida del juego y la posibilidad que les ofrece de jugar en equipo, de salir en televisión, de disfrazarse, de filmar y ser filmado. Se podría decir que dentro de estas razones hay una asociación no explicitada, al deseo de ser famoso, de ser visto y reconocidos por otras tantas personas. Mientras tanto, la preferencia por la estación de servicio ANCAP responde a la similitud que perciben los niños y niñas entre esta estación de servicio y las estaciones de servicio reales. Además, los niños destacan que la dinámica de juego es entretenida y atractiva: aprenden las señales de tránsito y cómo se hace la nafta –aspecto intrigante para muchos chicos–. Y también pueden usar los autos, aprender de mecánica y hacer un simulacro de manejo.

La predilección por ANCAP y Teledoce, podría explicarse por la conexión entre estos dos locales y los elementos con los cuales se puede asociarlos: el auto o en su defecto un vehículo y la televisión. Ambos elementos, están presentes en los hogares uruguayos, por lo tanto, les son familiares a niños y niñas.

De acuerdo a los estereotipos tradicionales de género, el rol de periodista ha sido históricamente desempeñado por el género masculino, ya que éste, era quien tenía acceso a la universidad y por lo tanto la posibilidad de formarse en esta profesión. En consecuencia, podría pensarse que el hecho de que niñas y niños se sientan atraídos por el canal de televisión Teledoce dentro de La Ciudad de los Chicos, marca una diferencia sustancial con respecto a lo que sucedería en la realidad. Sin embargo, actualmente el rol de periodista y meteorólogo suelen ser desempeñados por ambos sexos, mientras que sí podría haber cierta variante para los camarógrafos, que son en general hombres. Ante este nuevo panorama que viven estas profesiones en la realidad, no resulta llamativo el comportamiento expuesto anteriormente, de niños y niñas, respecto de este local.

Lo que llama la atención, es que la preferencia por la estación de ANCAP también sea equilibradamente repartida entre ambos sexos. Esta afirmación se corrobora tanto a través de las entrevistas a niños y niñas, como a través de las observaciones realizadas durante el trabajo de campo.

Según los estereotipos tradicionales de género, el desempeño de rol de mecánico estaría asociado al género masculino, tal vez por tratarse de actividades que implican fuerza física, o ser tareas más “sucias”. Además, la temática de juego relativa a los autos suele identificarse más con el género masculino, ya que desde la niñez, se transmiten estos gustos mediante los regalos elegidos para varones: camiones, autos, entre otros vehículos, mientras que a las niñas se evita regalarles este tipo de juguetes.

Si bien una de las niñas lo identifica como «para varones», en general el resto de las niñas no discriminan el género. Incluso, sucede que otra niña que discrimina el rol de bomberos por ser «de hombres», menciona su preferencia por ANCAP sin considerar que sea exclusivamente para varones. Y si se considera que tanto niñas como niños imitan el comportamiento de sus pares adultos en la vida real, y que actualmente es común encontrar mujeres que conduzcan vehículos, no es tan sorprendente que las niñas también se vean interesadas por este local, en el cual pueden simular que manejan.

El salón de belleza, de acuerdo a los datos obtenidos a través de las observaciones, es concurrido predominantemente por niñas. Los casos en los que se observan varones desempeñándose en este rol son aislados; cuando esto ocurre, se trata de los más pequeños.

Estas observaciones se refuerzan a través de las entrevistas, donde los datos muestran que las menciones positivas hacia la peluquería, sólo provienen de las niñas. Los niños en ningún momento se refieren a este local como uno de los que les gusta o llama la atención. Al contrario, en las oportunidades que los niños lo nombran, expresan falta de interés: «Son todos para bebés, para niñas digamos, aburridos» (Federico, 10 años).

Que el interés por este local y por los roles desempeñados allí, sea casi exclusivo de las niñas posiblemente responde a elementos que tradicionalmente han caracterizado al género femenino: ideas impuestas sobre que la mujer debe cuidar su cuerpo, su piel y en este caso el cabello, o que siempre debe verse bien, arreglarse, ponerse bonita y que por lo tanto debe cuidar su estética, o incluso la idea de que las niñas son coquetas. Además, en las peluquerías y los salones de belleza en general, las mujeres predominan sobre los hombres en el desempeño de este oficio. En los casos en que los hombres se desempeñan en este rol, generalmente se trata de una peluquería masculina o mixta; e incluso de ser una peluquería femenina, generalmente se denomina al peluquero como homosexual a modo despectivo.

Se puede agregar que, como sucede con la *nursey*, el salón de belleza de La Ciudad de los Chicos, también está decorado de acuerdo al modelo tradicional de género que asocia el color rosa para las niñas-femenino y el celeste para los niños-masculino. El salón de belleza está decorado en tonos lila y blanco. El lila tiene el mismo significado que el rosa, en relación al género; además esto es reforzado con el acompañamiento de un slogan distinguido cuya letra es estilizada y delicada. A esto se suma, la utilización de flores y mariposas en el decorado, junto a afiches donde aparecen sólo mujeres luciendo sus maquillajes y peinados. Todos estos aspectos indicarían que este espacio está dirigido preferentemente a las niñas.

En cuanto a las tiendas de moda, existe sin lugar a dudas una diferenciación polarizada en términos de género: hay una para niños y otra para niñas. Esta afirmación, puede argumentarse desde dos puntos de vista complementarios. Por un lado, el tipo de vestimenta que se “oferta” en uno u otro local, es totalmente distinto y orientado a un género u otro, como ya se mencionó anteriormente. Por otro lado, las particularidades escenográficas de un local al otro, refuerzan la afirmación anterior. En la decoración de María-María predominan las tonalidades rosa y blanco, acompañadas de diseños florales y mariposas, así como de afiches que muestran pequeñas modelos luciendo sus prendas. Todos estos elementos en conjunto, invitan a pensar que se trata de una tienda para niñas. Mientras tanto, en Apolo,

predominan los colores: celeste, blanco y bordó. Además, su *slogan* incluye un avión, objeto que desde los estereotipos de género podría asociarse al género masculino. Basta pensar por ejemplo en los juguetes que se le suelen regalar a los varones o a las niñas. Seguramente, los aviones se categorizarían dentro de los juguetes para niños. Estos elementos sugieren que Apolo es una tienda para varones y no para niñas. Ahora bien, ¿Qué ocurre con los niños y niñas en relación a estos locales de moda? ¿La interacción, respeta los estereotipos de género? ¿Quiénes tienen mayor preferencia por las actividades ofrecidas allí?

Se podría pensar que las tiendas de moda son preferidas por las niñas, ya que, de acuerdo a los estereotipos de género suelen ser más coquetas. Pero los datos obtenidos en torno a esta investigación, muestran que estos locales son concurridos tanto por niños como por niñas, cuyas edades son variadas. De todas maneras, este dato, podría interpretarse como algo natural, teniendo en cuenta que ir a una tienda a probarse y comprar ropa, es una actividad realizada por hombres como por mujeres. Y esto, independientemente de que tal vez, en pro de “estar a la moda”, sean las mujeres las más habitués, no descarta que se trate de una actividad mixta. Por otro lado, las figuras masculinas o femeninas de la familia (padre y madre, aunque no exclusivamente), suelen ser referentes para los niños y niñas respectivamente. Ante este hecho, los niños observan e imitan las figuras masculinas, lo mismo que las niñas a las figuras femeninas. Esa imitación implica, por ejemplo, el vestirse como ellos. Desde esta perspectiva, no es extraño que el interés por estos locales sea mixto.

De todos modos, debe hacerse una aclaración. Las observaciones realizadas durante el trabajo de campo, muestran que, por un lado, la interacción con estos escenarios es mixta. Es decir que el interés por estos locales se da tanto en niñas como en niños; y que, el acceso a ambos locales está permitido de la misma manera tanto a niñas como a niños. Pero por el otro lado, muestran que el comportamiento de niñas y niños en la elección entre una de las tiendas de moda y la otra, sí respeta los estereotipos de género. Es decir, las niñas visitan el local de María-María y los niños el de Apolo. Esto podría explicarse desde lo explícitas que son las fachadas de uno y otro local, así como también sus nombres, señalando que María-María es la tienda de niñas y Apolo la de varones. De domo que, «una nena quiso entrar a Apolo y el recreador de este local le dijo que no había problema en que entrase porque la ropa era grande, así que podía disfrazarse igual, pero que claramente había un local especial para nenas» (Memo de observación 19/4/2011).

Igualmente, dentro de lo polarizado que parece el panorama en estos locales, existen instancias de juego que integran ambos géneros. Se pueden citar como ejemplos: los desfiles de moda, en donde participan tanto niñas como niños bailando al son de la música, o los diferentes juegos competitivos que se realizan entre ambos.

Desde el punto de vista de los estereotipos de género, las tareas del hogar (incluida la realización de compras), son identificadas con el género femenino, mientras que los hombres serían los proveedores económicos del hogar. De acuerdo a esta perspectiva, las niñas deberían sentirse más atraídas por el supermercado que los varones. Sin embargo, esto no sucede así. Según se detectó en las observaciones realizadas en campo, el Supermercado de los Niños, también mantiene un interés mixto por parte de niños y niñas, (de aproximadamente entre 5 y 9 años de edad).

Una interpretación posible en relación al comportamiento similar por parte de ambos géneros, está relacionada a la transición social que se está sucediendo desde hace algunos años, respecto a la tradicional división de tareas entre hombres y mujeres. En la actualidad, la mujer se ha emancipado del hogar (sea motivada por el crecimiento personal o por necesidad económica), pero lo cierto es que se ha insertado en el mercado laboral. Esta nueva situación, genera una dinámica familiar diferente, en donde, entre otros múltiples factores, las tareas hogareñas ya no caen pura y exclusivamente sobre los hombros de las mujeres, sino que son repartidas entre ambos géneros, cuando ambos viven en el mismo hogar.

Lo expuesto anteriormente podría explicar por qué el interés de niños y niñas respecto al supermercado es semejante, sobre todo si se considera que los niños suelen imitar el comportamiento de los adultos que toman como referentes. En consecuencia, la percepción de los pequeños, es que las compras del hogar son realizadas tanto por la figura masculina como por la femenina, por lo tanto, la visión respecto a esta tarea no sería estereotipada. En esta línea, la entrevista a Federico, sirve de fundamento: ante la pregunta de qué juego le gustó más en La Ciudad de los Chicos, dice «casi todos, menos los de juegos de niñas, los de bebés y todo eso» y cuando se le pide que dé un ejemplo de los lugares que más le gustaron de los que jugó, menciona entre otros al supermercado. (Federico, 10 años).

Igualmente, al analizar el comportamiento de niños y niñas al interior del supermercado, se observan algunos elementos en relación a los roles que pueden interpretarse allí, (gondolero

o cliente), que indicarian la existencia de diferencias de género. En general, las niñas son quienes asumen el rol de clientes, aunque este rol también es desempeñado por niños. Pero respecto al rol de gondolero, las observaciones realizadas en campo, muestran un dato interesante: este rol siempre fue desempeñado por varones.

Los animadores del local les dicen a los niños, (...) cuando entran, qué es lo que van a hacer, es decir, qué rol van a desempeñar: si serán clientes o reponedores de góndolas. A la nena de 6 años que me acompaña le dicen: “Vos vas a hacer las compras, ¿Ta?”, le dan una lista donde dice qué compras tiene que hacer (qué productos tiene que poner en el carrito). Observo un varón de unos 7 años reponiendo las góndolas (...). (Memo de observación 25/6/2011)

Del párrafo anterior se desprende una cierta imposición de parte del animador, en representación de La Ciudad de los Chicos, de acuerdo a la cual el rol de gondolero no parece ser ofrecido a las niñas en iguales condiciones, es decir, no sé le da la libertad de elección acerca de si ella quiere o no realizar este rol.

Una de las entrevistadas, menciona incluso su descontento acerca de esa imposición: «El supermercado no me gustaba, porque (...) lo único que había que hacer era llevar cosas en un carrito con la listita que te daban y todo eso...» (Valentina, 12 años). Este dato parecería reforzar que las niñas sólo tienen opción de desempeñar el rol de clientas. Otro de los entrevistados, en este caso masculino, se refiere al supermercado de acuerdo al rol que desempeña:

El supermercado no me gusta (...), porque siempre pierdo por una cosa. (¿Qué perdés?) (...) porque te pagan y te van pagando cada vez que vos los haces más rápido (...) Te dan un carro y con bastantes cosas y vos tenés que ir adivinando dónde va cada cosa, tipo te dan la yerba, pero vacía, en el paquete, (...) entonces (...) tenés que con el carrito poner y poner donde va cada cosa. (...) Y ellos ven cuánto te pagan, tipo un máximo que te pagan es 20 me parece, (...) y si vos demorás te van bajando cada 5 o menos (...) (Mauro, 10 años).

El niño tiene una fundamentación de índole “económica” respecto a su disconformidad en relación al supermercado. Establece como eje de su discrepancia, la pérdida de tiempo y fundamentalmente la pérdida de Chiquis, en cuanto al rol representado. Pero siempre se refiere al rol de gondolero. Esto reafirma la existencia de diferencias de género, en función de los roles desempeñados por uno u otro sexo, siendo el rol de gondolero, preferentemente representado por varones.

Por su parte, los roles de policía y bombero, de acuerdo a los estereotipos de género, se tratarían de oficios con predominancia masculina, aunque actualmente las mujeres hayan

ganado lugar como representantes de la policía. A su vez, ambos oficios podrían asociarse con el prestigio y la idea de héroe, que desde el modelo tradicional de género suele atribuírsele a los hombres, en tanto son los más fuertes, los valientes, no expresan lo que sienten, e introyectan la agresividad y la violencia como características propias de su género. Además, estos roles están asociados a la destreza física, la adrenalina y al peligro.

Algunas calificaciones por parte de los pequeños, corren en el sentido de la afirmación. Por un lado, una niña de 9 años expresa que bomberos no le gusta, no le interesa y que nunca jugó porque «es para hombres». Por otro lado, aquel niño mencionado más arriba, que dice que le gustan todos los juegos menos los de niñas, menciona los bomberos como uno de su mayor preferencia. Ambos pequeños, para un lado o para el otro, para descartarlo de sus preferencias o para incluirlo en ellas, mencionan el género como el eje central de su justificación, encasillando este oficio dentro del género masculino, sin otro margen.

Con respecto al rol de policía no se logró hacer una observación que permitiera detectar una tendencia de género. Simplemente se observaron aspectos referentes a la dinámica del juego. En consecuencia, para aproximarse a la temática de género en este oficio, se procedió a analizar qué pasaba con los datos en las entrevistas. El resultado no arroja una definición clara en cuanto a la preferencia de niños y niñas para con este rol. De todas maneras, pueden afirmarse dos cosas de acuerdo a los datos obtenidos en las entrevistas, en relación a este oficio. La primera es que siempre fue considerado positivamente por parte de los entrevistados, no existiendo ningún caso dentro de los entrevistados en los que se perciba de forma negativa. La segunda es que la percepción positiva sobre este rol provino tanto de las niñas como de los niños. Esto significa, que ambos lo identifican dentro de lo que les gusta o llama la atención de La Ciudad, habiéndose obtenido respuestas argumentativas que resaltan los operativos, el investigar, hacer plata, perseguir los ladrones.

Por su parte, el rol de bombero dentro de La Ciudad de los Chicos: de acuerdo a lo observado, parecería que se condice con el modelo estereotipado de género, ya que en general, son mayoritariamente los varones de muy variadas edades (de entre 4 y 5 años, y de entre 9 y 12 años) quienes se interesan por este rol. Sin embargo, también se observan varias nenas bomberas, cuyas edades abarcan los 8 a 12 años aproximadamente. Este interés compartido por el rol de bombero en ambos sexos, se vislumbra también en las entrevistas, ya que niñas y niños lo mencionan entre sus preferencias. Y a la hora de justificar, se refieren al simulacro,

a poder disfrazarse y apagar incendios, al caño de la academia por el que pueden tirarse. En este sentido, tanto niñas como niños comparten la atracción a este rol por la dinámica del juego y de alguna manera el atractivo queda teñido de un grado de realidad elevado, aunque no lo expresen de esta forma.

(...) aparte de que hay operativos, suponte vos entrás y en la primera parte podés ser o policía o bomberos (...) Primero hacen como que hay un incendio y los que son bomberos tienen que ir a apagarlo y el policía tiene que ir y preguntar, preguntar cuántos vieron y todo (...). (Valentina, 12 años).

La dinámica del juego de bomberos fue también mencionada por las madres entrevistadas, quienes la identificaron como un gran atractivo de La Ciudad, justamente por el grado de realidad que se despliega. Una de las madres opinando sobre los juegos que se realizan en La Ciudad expresa que son «Juegos muy reales como el aprender a apagar un incendio, vestidos de bomberos, disfrutan y pasan bien, juegos muy creativos» (Alice, madre de Martina). Mientras, otra de las madres enuncia:

No sé si aprenden, ven cosas diferentes, como por ejemplo (...) el simulacro ese que te decía hoy de los bomberos, (...), si no es ahí no tienen chance de ver un simulacro de incendio, el despliegue con todo, (...), después viene la (...) tirada de agua y eso, que (...) es más diversión que otra cosa (...) pero es algo real, es lo que pasa (...) yo que sé, lo de la ambulancia que manejan la ambulancia, la ambulancia por ahí tocando bocina, llama la atención todo eso (Magaly, madre de Bruno).

El comportamiento de niñas y niños en relación al Diario el País, como sucede con la policía, tampoco podría interpretarse desde un punto de vista de género. Tan sólo se realizó una observación, que se redujo a lo que duraba un turno de juego. Según lo observado podría decirse que el juego atrae a los más grandes, de entre 7 y 9 años de edad, mayormente niñas. También se observó a un niño menor, de unos 3 años. Sin embargo, lo que sí puede indicarse, es que la dinámica de juego está dirigida básicamente a niños más grandes que sepan leer y escribir, pues, el mayor atractivo es el editar un diario. Por otra parte, este local no fue mencionado por niños ni por niñas en las entrevistas en relación a gustos positivos ni negativos. Siempre que este juego salió a la luz en sus discursos, fue en referencia a los premios que los niños obtienen en La Ciudad de los Chicos, luego de interpretar los diferentes roles ofrecidos. En particular, de acuerdo a lo que los pequeños entrevistados comparten, en el Diario el País, si lo desean, pueden llevarse el diario editado por ellos mismos. Siendo así, podría interpretarse que los niños ven a este local desde el punto de vista utilidad-recompensa.

En resumen, los significados que los chicos les dan a cada uno de los locales y roles interpretados dentro de La Ciudad está permeada por factores presentes en la realidad del mundo adulto actual. Es decir, las preferencias positivas, tanto como las negativas, se pueden interpretar con un cierto paralelismo a lo que sucede en la sociedad actualmente en términos de estereotipos de género, en relación a las diferentes áreas de que se trate.

V. 3. Los chicos, La Ciudad y el saber de los grandes

A la luz de los datos obtenidos a través de las entrevistas, se muestran los hallazgos respectivos a los tipos de aprendizajes o saberes que los niñas y niños pueden apropiarse mediante la dinámica de juego. Al respecto, se detectaron aprendizajes sobre: roles, hábitos y valores.

Como se ha venido analizando, este espacio recreativo propone la emulación de algunos signos de la fachada personal (vestimenta y accesorios) de los adultos en el desempeño de roles. Aunque no necesariamente la idea de emulación o imitación respecto a los adultos signifique un aprendizaje, lo cierto es que está presente y se trasluce todo el tiempo en el discurso de los pequeños y pequeñas entrevistados, al relatar sus experiencias. Ambos grupos se refieren a que, en La Ciudad, pueden «ser como los adultos» y pueden «hacer las cosas que hacen los adultos». Se sienten a gusto imitándolos y pudiendo practicar las profesiones y oficios que éstos desempeñan en sus vidas cotidianas.

Al referirse a los aprendizajes dentro del establecimiento, los niños y niñas mencionan haber aprendido el rol de «mamá», el de «bombero», el de «mecánico» en cuanto a cómo funciona o se arma un auto, el de «policía» interrogando a las personas, el de «camarógrafo» o «presentadora de noticias», el de «médico» o de *nurse* e incluso el de «peluquera». Otros mencionan haber aprendido cómo funciona la fábrica de Coca-Cola o cómo se hace el combustible.

Cabe destacar un hallazgo interesante respecto al tipo de roles que los niños pueden desempeñar activamente dentro del establecimiento. En general, predomina la oferta de oficios: estilista, policía, bombero, cocinero, artista, joyero, pistero, mecánico, modelo, gondolero, entre otros. Si bien requieren especialización, no requieren de estudios formales y pueden ser adquiridos a través de la práctica. Además, el tiempo dedicado en la formación de oficios es más breve que en el caso de las profesiones, que sí requieren de una educación

más especializada, generalmente impartida en la universidad. De éstas, en La Ciudad de los Chicos, sólo se propone ser médico, *nurse*, o periodista.

Algunos niños y niñas proyectan a futuro las profesiones u oficios desempeñadas, apelando que el rol que más les gusta desempeñar en La Ciudad, será aquel que desempeñarán cuando sean grandes. Estas proyecciones no sólo se dan en forma positiva, sino que, en algunos casos particulares, también se dieron en forma negativa, es decir, sobre aquellos roles que no se quisieran desempeñar a posterior.

(¿Pero qué juego te gusta más? (...)) ¿No hay ninguno que digas, “yo lo pondría en primer lugar” o si fuera de nuevo iría seguro a ese local?) -Peluquera. (¿Y por qué te gusta la peluquería?) -Porque se trata del pelo y a mí el pelo me gusta mucho. (¿Cuándo seas grande en qué querés trabajar?) -Peluquera. (Maite, 9 años)

(¿Y en el de ANCAP por qué te gustaba?) -Porque me enseñaban mecánica y aparte podías jugar (...) en la computadora esa que tenía el juego de autos. (A manejar (...)) ¿Harias algo de esas profesiones u oficios que están representadas ahí en La Ciudad?) -Sí. (¿Qué?) -Mecánico, es lo que voy a hacer yo. En la UTU voy a estudiar eso. (Gustavo, 11 años)

(De todos los lugares que hay para niños, por ejemplo, la placita, el cine, La Ciudad de los Chicos, el parque de diversiones y todos los que te puedas imaginar ¿Cuál te gusta más?) -Ehh, la de La Tele. (...) (Dentro de La Ciudad...) -Sí. (¿Qué te gustaría ser cuando seas grande?) -Ehhh... la que sale por la tele. (¿Eso es lo que más te gusta de La Ciudad de los Chicos?) -Sí. (Kiara, 10 años)

(¿Qué te interesa de La Ciudad de los Chicos? ¿Qué no te interesa?) - (...) no me interesaba nada la nursery. (¿Por qué no te interesaba la nursery?) -Porque nunca me gustó trabajar de eso y nunca lo pensé por eso no entraba. (Florencia, 13 años)

El paralelismo con el mundo adulto también es mencionado por las madres entrevistadas, quienes coinciden en que a través de La Ciudad los niños pueden experimentar distintos oficios y profesiones a futuro. Constituyendo así, un espacio que les permite conocer de cerca el funcionamiento de la vida adulta. Sin embargo, no todas están de acuerdo en que exista un aprendizaje real en términos de roles, pero reafirman la relación con el mundo adulto en este sentido. A través del juego, los niños interpretan algunos de los roles que los adultos desempeñan en sus vidas cotidianas laborales, emulando algunas de las estrategias prácticas referentes a esos oficios y profesiones.

Es un lugar diferente, (...) a los demás centros de atracción que hay acá (...). Porque no hay otro lugar así, donde los chiquilines actúen, eh... interactúen (...) Los chiquilines siempre tienen la inquietud de saber sus padres en el trabajo ¿Qué es lo que hacen? Son pocos los que tienen de pronto la oportunidad de verlos trabajando, y ahí hay posibilidades de verlos, yo que sé, manejando una ambulancia o está lo de los bomberos (...) que a los niños les gusta mucho, como esa especie de simulacros que se hacen ahí...

yo que sé, en el Abitab, estar un rato como atendiendo y detrás de una caja, en un supermercado, poder reponer la mercadería, ir ellos con un carrito y comprar ellos solos... estee, les gusta eso, les gusta. Por eso (...), digo que es diferente porque no tienen ellos otra posibilidad de sentirse como trabajando. (...) No sé si aprenden, ven cosas diferentes.... y es verlo desde otro punto de vista. Desde el punto de vista de ellos, que lo pueden hacer ellos mismos (Magaly, madre de Bruno).

Ese es sin duda uno de los mayores atractivos de La Ciudad: la posibilidad de «ser grandes» por un rato, y es uno de los aspectos más sobresalientes en las entrevistas tanto a madres como a niños. Todos, en cierta medida resaltan la independencia con la que los niños pueden desempeñarse allí, el hecho de poder hacerlo solos. La independencia en el juego es un factor importante, porque es justamente así que los niños pueden apropiarse de ese momento único, sin ser restringidos. Aunque, como se dijo anteriormente, cada juego tiene sus pautas y secuencias, por lo menos los chicos pueden experimentar lo que es ser adultos en forma independiente de sus padres o incluso de los propios animadores. Ahora bien, ¿Cómo son las interacciones entre los distintos actores de La Ciudad? ¿Esas interacciones, permiten que la independencia de la que hablan los entrevistados, sea realmente tal?

En relación a la interacción entre los niños y los padres en la dinámica de los juegos, en general se desprende de las entrevistas a los niños que los padres no participan de estas instancias de juego. Los juegos apuntan exclusivamente a los niños. Son muy pocas las veces en las que los padres pueden entrar con los niños a los locales. Si lo hacen es sólo a los efectos de observar, no de participar, excepto que estén acompañando niños muy pequeños que presenten dificultad para desempeñarse solos.

De acuerdo a lo planteado por las animadoras entrevistadas, hay algunos locales en La Ciudad donde los padres pueden acceder y otros en los que no. Además, en ocasiones en los que se festejan cumpleaños de algún niño o niña, algunos padres se sienten a gusto de participar de algunas actividades y son incentivados a hacerlo por parte de los animadores. Pero la participación o no en estos casos depende del humor y ánimo de los padres.

Por otro lado, tanto los niños y las niñas, así como las madres entrevistadas, hacen hincapié en que, aunque el trato del personal es «bueno», «adecuado», «amable», «cordial», la interacción con los niños sólo se limita en general a la explicación de las reglas de juego. Son los animadores quienes les dicen a los chicos cómo jugar dentro de cada local y básicamente les ayudan o guían, de ser necesario. Sin embargo, los niños juegan dentro de las reglas de juego a lo que quieren. Son pocos los niños que se refieren a otro tipo de

interacción: como por ejemplo el hacer bromas, contar secretos o similares. Las observaciones realizadas en torno al trabajo de campo reafirman lo expuesto.

A su vez, cuando se indaga en las entrevistas a las ex animadoras de La Ciudad, sobre la interacción con los niños, las respuestas obtenidas acompañan la percepción de los niños y niñas, así como la de las madres, en un sentido positivo. «Los padres en general me adoraban y les encantaba como trabajaba con ellos y ellos quedaban muy conformes también» (Paula, ex animadora de La Ciudad). Además, ambas animadoras califican la interacción como «buena» en general.

A mí me encantan los niños, yo considero que me llevo bien, (...) me relaciono bien. De hecho, en La Ciudad por ejemplo (...) venían niños hasta seis, siete años Lía, ¿Podés venir?, porque yo me llevo bien con los chiquitos porque me acerco, porque les cuento un secreto como para generar un vínculo... y bueno, me das la mano y yo te acompaño al baño y no sé qué no sé cuánto... (Lía, ex animadora de La Ciudad).

Además, reafirman la idea de que, dentro de La Ciudad, los niños son libres:

Por lo general está todo tan bien pensado que lo que el niño quiere es lo que vamos a hacer, (...) obviamente... algunos exteriorizan más y acaparan todo o te dan ordenes... que más allá de que uno sabe que tiene que seguirles el juego a ellos, a veces no está para que lo mandonee un niño (...) Por lo general está todo bastante pensado para que cada *Stand* sea atractivo por algún motivo para los niños (...) jugaban a lo que querían dentro del *Stand*, y uno estaba ahí para guiarlos en lo que ellos elegían, (...) nada es obligación ahí adentro... y siendo que nada es obligación, es tan poco real (...) (Paula, ex animadora de La Ciudad).

Todos los elementos expuestos hasta aquí respecto a la interacción entre los actores de La Ciudad, ratifican la idea de independencia en el juego, por parte de los pequeños. Sin embargo, es pertinente recalcar que, si bien los niños son libres de elegir el rol al que desean jugar, existen al menos dos elementos que limitan de alguna manera, en la mayoría de los casos, su creatividad. En primer lugar, todos los juegos son guiados por los animadores, incluyendo determinados parámetros de comportamiento para cada rol a desempeñar. En segundo lugar, es una práctica muy común que durante la dramatización, niñas y niños transformen los objetos con los cuales desarrollan el juego, atribuyéndoles un significado diferente al que tienen en la realidad: así, por ejemplo, un lápiz puede convertirse en una varita mágica o un destornillador, según la conveniencia. Pero en La Ciudad de los Chicos, niños y niñas juegan con los elementos dispensados en cada local acorde a la temática. Elementos que presentan las mismas características que en la vida real: un secador en el juego toma el significado de secador en la vida real y nunca representa otra cosa.

De todas maneras, La Ciudad de los Chicos, además de ser un medio o espacio físico para la dramatización y aproximación a oficios y profesiones, constituye un vehículo hacia otro tipo de aprendizajes. Es entonces un vehículo de educación: de características informales, que les aporta a los niños a los efectos de constituirse como personas, es decir, socializados. Al respecto, podría decirse que, en La Ciudad de los Chicos, se genera una mezcla entre las fases de socialización primaria y secundaria, pues, los niños que concurren son bastante pequeños (tienen entre 3 y 12 años). A la etapa de socialización primaria recién le corresponde el reconocimiento de roles. Ocurre que, al acercar al niño a mundos de competencia de la vida adulta (como la división del trabajo, el trabajo en conjunto y los significados ligados a las profesiones), propios de esta etapa, se adelanta tempranamente la ruptura de la concepción según la cual la realidad que le presentan sus padres es la única realidad existente. Al acercarlo al mundo de competencia de la vida adulta, La Ciudad le permite prepararse para la vida adulta.

Por una parte, La Ciudad se trata de un escenario atractivo para los chicos, en el entendido de que es una “reproducción” a escala del escenario en el que se desenvuelven los adultos. Por lo tanto, más allá de las actividades en sí mismas, les resulta un lugar agradable a los sentidos (en su acepción de ‘percepción’): es colorido, iluminado y musicalizado, a la vez que permite que los niños aprendan de lo que ven, huelan, toquen, experimenten..., lo que permite alegar que el aprendizaje también “entra” por los sentidos. Puede citarse como ejemplo, la fábrica de pastas, donde conocen el proceso de elaboración de éstas y lo ejecutan con sus propias manos; o el taller de arte donde pueden hacer uso de la libertad de expresión y crear utilizando diferentes texturas y materiales.

Pero sin lugar a dudas, el sentido más bombardeado es el visual: desde los afiches de publicidad, los carteles y las imágenes ilustrativas. Así, por ejemplo, en la *nursery* hay carteles referentes al cuerpo y esqueleto humano; en la fábrica de pastas, hay carteles explicativos sobre la elaboración de las mismas; y en ANCAP, a los más chiquitos «les pasan un video con... imágenes sobre una pista de autos, indicándose las distintas señalizaciones de tránsito (el semáforo, el cartel de pare, la cebra, el cartel de prohibido adelantar, entre otros)» (Memo de observación 4/6/2011).

Además, los niños se acercan a las marcas y empresas nacionales e internacionales que están presentes en la vida cotidiana del adulto: «No sé si aprenden. Aprender no, aprenden a

conocer las empresas de pronto» (Magaly, madre de Bruno). Este acercamiento a las empresas o las marcas, se da a lo largo del recorrido de La Ciudad: en la fábrica de pastas auspiciada por La Especialista, en Teledoce, en el Diario el País, en ANCAP, en el Banco Santander, y también en el supermercado o la peluquería, que presentan diversos artículos de marca: L'Oréal, Gamma, Pico dulce, Canarias, Crufi, Papiros, BIC, entre otras.

Dentro de las ofertas para público infantil existentes en la Ciudad de Montevideo, La Ciudad de los Chicos tiene en común con otras, por ejemplo, con el Parque Rodó o la zona infantil del Parque Prado o del Parque Batlle, el modo en el que presentan su propuesta, subdivididos en pequeñas islas de juego. Pero una de las diferencias destacables es que la aproximación a las marcas, sólo está presente en La Ciudad de los Chicos. Así, por ejemplo, mientras que, en los parques para niños, los vehículos que forman parte de los juegos no están vinculados a ninguna marca o empresa, en La Ciudad de los Chicos, los vehículos disponibles están asociados a ANCAP o a UCM.

Sin dudas, no sería lo mismo desempeñar los mismos roles ofrecidos por La Ciudad de los Chicos, si no se usaran marcas o empresas como parte de su fachada. Si bien la presencia de las mismas complementa la imagen de un mundo real, a su vez invitaría a los niños a recordar estas marcas o empresas para ser incorporadas en los consumos futuros.

Otro aspecto de la fachada, que podría ser indicio de un aprendizaje relativo, es el concerniente de los estereotipos de género. Como fue mencionado en el apartado de análisis anterior, existen locales, cuyas características escenográficas invitan y sugieren una distinción de género explícita, a la cual niños y niñas responden naturalmente. A esto se agrega, que los mismos animadores son quienes contribuyen a la decoración de La Ciudad, y a veces hasta deciden por los niños y niñas, respecto al tipo de rol que pueden o no desempeñar en determinados locales. En consecuencia, los chicos podrían verse interferidos respecto a la elección de los locales a visitar o de los roles a desempeñar. De todas maneras, existen elementos incorporados por el niño —mediante la familia o la escuela— con anterioridad a la experiencia en La Ciudad de los Chicos, que probablemente se pongan en juego, en relación a la socialización estereotipada de género. Esto hace que no pueda afirmarse que las conductas de los niños en términos de género se expliquen sólo por influencias de La Ciudad.

Además, en La Ciudad, los chicos aprenden hábitos, pautas de conducta que podrían resultarles útiles para el resto de la vida, aplicables a otros ámbitos en los que los niños se mueven. Ejemplo de ellos, transmitidos a través de las tres reglas de convivencia de La Ciudad, son el respeto a los otros y el cuidado del establecimiento, como bien común a todos:

(...) la primera es que La Ciudad es un lugar cien por ciento libre de violencia, en La Ciudad nada de pellizcones, cinchones de pelo, ni de gritos, ni de malas palabras. (...) Y la tercera es que La Ciudad hay que cuidarla, hay papeleras para tirar los papeles y hay que cuidar los juegos porque son para todos. (Lía, ex animadora en La Ciudad).

Según lo que los niños y niñas expresaron en las entrevistas, se aproximan a hábitos que podrían categorizarse en el cuidado del prójimo. En la *nursery* aprenden a cuidar bebés y como médico a cuidar enfermos. En la fábrica de pastas, incorporan aspectos higiénicos: les dan un delantal y alcohol en gel para que limpien sus manos antes de empezar a jugar con masa y aprenden a cocinar. En ANCAP aprenden las señales de tránsito, aprenden a manejar un auto y cómo ir en un auto. En la Academia de Bomberos, aprenden cómo prevenir incendios, y reciben información sobre el número telefónico al que acceder en caso de siniestros, así como también aspectos relativos a cómo actuar en estos casos. Otros hábitos rescatados de sus experiencias en La Ciudad, por parte de los pequeños, son relativos al orden y a mejorar la lectura. En las tiendas de moda aprenden a ser ordenados, «teníamos que ver la ropa, así, probarla y después guardarla donde estaba» (Betty, 11 años). Y en el estudio de TV «podías leer mejor cuanto más practicabas» (Iara, 9 años)

De todas formas, los hábitos que más resaltan en las entrevistas a niños y niñas a la hora de relatar sus experiencias, son los relativos al manejo de dinero. Estos hábitos no siempre se listan como aprendizaje, pero siempre están presentes en sus discursos. Los pequeños se refieren a «ganar dinero trabajando», «guardar el dinero», «ahorrar el dinero», «conocer el Banco y usarlo», «devolver el dinero», «comprar cosas con el símil dinero», «gastar dinero» e incluso algunos en sus discursos hacen cálculos de ganancia/ pérdida de dinero mediante el trabajo. En general el manejo del dinero, el tener una tarjeta o poder guardar el dinero, les parece bien, les parece divertido, y es un factor que según ellos suma para sentirse grandes. Algunos, incluso, hablan de responsabilidad al respecto. Los niños tienen una visión positiva que les hace conscientes en muchos casos de aspectos que parecían desconocer. Por ejemplo, la existencia de Bancos donde la gente puede guardar plata, o la idea de que a través del trabajo pueden ganar dinero.

En las entrevistas con las madres, no surge en ningún momento este tipo de hábitos como aprendizaje. Pero, en las oportunidades que se les pregunta al respecto, infieren que estos elementos le otorgan realidad a la propuesta. No lo ven como algo negativo, sino como algo natural, normal. «Les gusta el tema ese de que les den los billetes cuando entran, sentirse con plata, es una fantasía de todos los niños ¿No?... tener plata... y de los adultos también, jajaja, fantasía de todos, andar con muchos billetes, jajajaj» (Magaly, madre de Bruno).

Esta naturalización desaparece en forma inquietante en el discurso de las dos animadoras de La Ciudad entrevistadas. Ambas en principio, guardan para sí una visión negativa en relación al hecho de que el juego esté permeado por la lógica capitalista: billetes, Bancos, tarjetas de crédito y trabajo.

No es bueno lo que estamos haciendo ahí adentro, no es ético de nuestra parte hacerlo (...) Yo siempre digo que es como un Banco Hipotecario caminando ¿Ubicas el Monopoli...? (...) Es lo mismo pero gigante... mucho más materializado y real (...), después a la interna se dan muchas cosas que los niños no tienen por qué vivir (...) Todavía, por algo son niños y por algo no existen los Chiquis en el mundo real. (...) Para qué apurarles el crecimiento o pautas de comportamiento que las van a tener por el resto de sus vidas. No hay necesidad de que desde tan chiquitos ya los tengan (...) es como para mí, innecesario y poco sano (...). Tal vez que vayan una vez, dos veces... no está mal, pero aquellos niños que son habitués, (...) que van todos los fines de semana, (...) eso me parece una locura (...). Yo considero que no hay necesidad de que exista una cosa así, que entiendo que se divierten... pero también se divierten en el Parque Rodó y no juegan a ser grandes. Depende como definamos educación... ¿Educarlos para el sistema que predomina? ¿El sistema hegemónico en el que vivimos? Sin duda los estamos educando... como al sistema le conviene, consumismo extremo, el ahorro (...) No, ¿al intercambio a través del dinero mentiroso ese, a través de los Chiquis... de la tarjeta de crédito?... enseñanza más allá de eso no. (...) Capaz que estoy errada en lo que pienso (...), o sea sí, les enseñan los roles que cuando uno es chiquito dice que quiere ser: peluquera, maestra, bomberos, el estereotipo de rol social, pero no creo que ninguno de esos niños vaya a hacer uno de esos roles, ni trabajar en una estación de servicio, ni reparar computadoras por doscientos pesos, ni ser peluqueros, ni mucho menos ser bomberos, no creo (...) (Paula, ex animadora de La Ciudad).

El uso de una moneda fomenta, por un lado, la preferencia de los niños por aquellos locales en donde se utilice este elemento como parte de la dinámica de juego, poniendo en un segundo plano los locales que no lo utilizan. Y, por otro lado, la competencia (en el sentido de “rivalidad”): cuantos más Chiquis uno tenga mejor posicionado se encuentra frente al otro. Existe, según plantean las ex animadoras de La Ciudad y se trasluce en el diálogo con los niños, un afán por tener dinero, una ambición por el dinero que los hace competir y hasta aliarse para tener más. «Muchos niños se iban con Chiquis y volvían después con más plata y eran después los dueños» (Paula, ex animadora de La Ciudad). A su vez, cabe destacar,

que luego esa plata es usada para entrar a los juegos o comprar cosas. En este sentido, no es casual que este espacio se encuentre en un *Shopping Center*: centro de consumo por definición y por excelencia.

De todas maneras, si bien las ex animadoras de La Ciudad tienen una visión bastante pesimista, en tanto el factor “capitalista” tiñe su percepción respecto al establecimiento, una de ellas logra captar otro tipo de aprendizajes relativos a diversos hábitos.

(...) el chico va a bomberos, vos le das la charla instructiva, desde cuál es el número de bomberos, qué hacer si se te prende fuego la ropa, qué hacer si se te prende fuego la casa y podés salir o no podés salir, (...) a quién avisar, cómo avisar, qué es lo que tenés que decir, cuál es la diferencia por ejemplo entre un incendio y fuego (...). Le estás dando una capacitación express en bomberos. En *nursery* (...) los cuidados del bebé recién nacido (...) Vos venías con nenes que te decían, “No porque yo tengo un hermano chiquito y (...) no sé cambiarle los pañales”, entonces, (...), les decías cómo cambiarles los pañales, cómo tenías que dar la mema, cómo hacerle provechito, cómo no hacerle provechito (...) La *nursery* es el lugar en el cual te llevas más anécdotas... partiendo de la base, que tenemos varones con pene y nenas con vagina, entonces la primera pregunta es -“¿Qué tenés nena o varón?” -Nena. -¿Cómo sabes? (...) Pero sí, me parece que, más allá de todo tiene un trasfondo educativo (...), en esos dos locales me parece que es en los locales que más se ve (...). Me parece que sí, (...) por lo menos uno de los fines... es educativo (...) No en todos los locales, obvio. (...) En ANCAP (...) tiene un espacio de laboratorio, que ahí es para los nenes más grandes donde les dicen (...) cómo es el biocombustible, (...) y después para los más chiquitos, (...) les muestran un video y después tienen (...) que poner señales, por ejemplo, falta el cartel de Pare acá (...) y después hacen el recorrido (Lia, ex animadora de La Ciudad).

Dentro de La Ciudad, los niños también dicen aprender, en general, diferentes valores: del trabajo, del compañerismo, de la cooperación, del respeto por el prójimo. Aprenden también a ser responsables, a cuidar las cosas propias y las ajenas, a esperar el turno, y a tener paciencia. También aprenden a jugar en grupo, a compartir, a convivir con los demás y en esos términos a comprender que todos son iguales. Aprenden a valorar el trabajo de los adultos, a divertirse mientras trabajan y a visualizar que todo lo que uno quiere es posible si se lucha y se dedica empeño a lograrlo. Aquí está presente las ideas de superación y aspiración, las que también se puede detectar cuando los niños proyectan lo que quieren ser cuando sean grandes de acuerdo a lo que les gusta más o menos de La Ciudad.

Por su parte, como ya se dijo, las madres hacen referencia primordialmente al tema de la independencia. Pero en sus discursos también aparecen, dentro de los valores transmitidos por La Ciudad, el de la dignidad del trabajo y el valor moral del mismo.

(...) Se les inculca que puede ser muy interesante la vida del adulto trabajando, (...) se

les muestra lo valioso que es trabajar, dándoles un punto de vista del valor moral del trabajo y de la dignidad que él trae consigo... el hecho de mostrarles que es bueno y que es importante trabajar y tener un rol. Creo que eso le da un valor moral importante... porque viste q hoy en día para la mayoría trabajar es como un fastidio... y hay muchas personas que no trabajan ni estudian ni nada (...) Que haya estos lugares donde se muestre que el trabajo es algo positivo ya les inculca una cultura del trabajo. (Bibiana, madre de Matías)

Cabe mencionar, que una de las niñas entrevistadas hizo referencia al valor moral del trabajo transmitido por La Ciudad a través de una anécdota vivida en referencia a los animadores del establecimiento: «A mi hermano lo rezongaron cinco veces. Bueno, que robó plata de mentira... sacó, porque a uno se le cayó y él lo agarró y lo rezongaron» (Juliana, 7 años). Desde este punto de vista, los animadores de La Ciudad parecen tomar una actitud correctiva ante este tipo de hechos. En una línea similar de pensamiento, una de las ex animadoras de La Ciudad, cuenta una anécdota que sucedió en la joyería, cuando un niño de 8 años intenta sobornarla. Primero, el niño le pregunta a la animadora si ella puede terminarle la pulsera, a lo que ésta le contesta que esa era una tarea que tenía que realizar él.

(...) Saca del bolsillo y me dice “Te doy todos mis Chiquis si me terminas la pulsera”. (...) -“No Matías, tú a mí no me comprás”. -“Pero tengo muchos”. -“No Matías”. Y ahí la gente que estaba en la mesa empezó, “¡yo tengo más que vos!” “¡Yo soy rico!” “¡Yo soy millonario!” (...) en ese momento me re chocó (...) Ahí pensaba, en cuando yo era niña, la magia que tenía la plata (...) Ahora a los nenes de La Ciudad de los Chicos les dan cincuenta Chiquis de los cuales veinte se les van en un juego solo, y empiezan a querer trabajar trabajar trabajar pero para tener la plata, lo que quieren es plata, (...) me chocaba que se manejara la plata. Después cuando arranqué a hacer escuelas, y hablando con una maestra de contexto crítico, me dijo que ella lo veía por otro lado, respecto a sus chicos de contexto crítico (...) La maestra veía, que (...), a los niños les mostraba que para conseguir lo que quieren, tienen que trabajar. (...) Si ellos quieren el vaso de coca que les daba el local de Coca-Cola (...), tenían que trabajar, tenían que hacer todo el sistema (...) al final del recorrido te daban cinco Chiquis y un vaso de coca (...) Me cambió un poco la percepción, más allá de que en la mayoría de los niños tiene un afán lucrativo del trabajo, pero para esos niños de contexto crítico, les estaba mostrando realmente, que si ellos quieren algo tienen que trabajar. Esa es la sociedad en la que vivimos, esa es La Ciudad de los Chicos (...) (Lia, Ex animadora de La Ciudad).

Retomando los aprendizajes rescatados por las madres, ellas plantean que los juegos de La Ciudad de los Chicos constituyen una instancia en donde los niños comparten, juegan en grupo, se integran y se relacionan. Aspecto que se reafirma cuando se analiza cómo es la interacción entre los niños.

Al preguntarles a los niños y niñas sobre este asunto, en general se obtuvo respuestas que indican apertura a interactuar con otros niños. Aunque en muchos casos esta interacción se da entre niños con parentesco o amigos, también abarca a desconocidos. Si bien argumentan

no tener ningún problema para interactuar con otros que no conocen, en general se trata de interacciones entre pares —de edades similares o del mismo sexo—, y en general, según ellos, comienza luego de encontrarse repetidas veces en varias instancias de juego, iniciándose así un vínculo, basado por ejemplo en el deseo de conocer la opinión ajena sobre juegos que no se han visitado aún.

También se encontraron niños, aunque casos aislados, que muestran desinterés por interactuar con otros niños, porque la dinámica de los juegos, según argumentan, no lo hace necesario salvo en contadas ocasiones. Así lo expresa Juliana de 7 años: «Pero para qué, si jugaste solo (...) hay turnos, entonces uno pasa, juega y después juega el otro. Excepto en algunos juegos, que alguien te peina y eso, pero si no jugás solo y lo haces solo, y después entra otro». Este aspecto también es reafirmado mediante las observaciones realizadas en campo: los niños suelen jugar individualmente, salvo en los juegos grupales, como la peluquería, la academia de bomberos, la policía y el estudio de televisión, que son minoría, dentro de La Ciudad. Otros casos en los que niños y niñas interactúan como consecuencia de las dinámicas de juego son aquellos competitivos, que esporádicamente se efectúan como tales: es el caso del Supermercado de los Niños, la DGI o las competencias dentro de los locales de moda.

VI. CONCLUSIONES

El propósito de la investigación estuvo guiado por dos ejes centrales. En primer lugar, describir las características del escenario social presentado por La Ciudad de los Chicos, identificando a su vez aquellos elementos que diferencian esta propuesta de entretenimiento infantil, respecto a otras en el espacio público montevideano. En segundo lugar, estudiar la construcción de identidad de los niños participantes, a partir del ejercicio de roles en La Ciudad de los Chicos, que se asemejan al que desarrollan los adultos en la vida cotidiana, desde una perspectiva de género, a fin de poder evaluar el efecto de participar de este tipo de simulación como medio de aprendizaje sobre la vida real.

El problema de investigación se inscribe en cómo los sujetos se construyen y se forman en tanto personas, miembros de la sociedad. Con esta perspectiva, se abordó el espacio de La Ciudad de los Chicos como ámbito de socialización y educación, entendiendo que el juego constituye un buen vehículo para el aprendizaje de niñas y niños. En particular, esta propuesta de entretenimiento, de juego dramático, aproxima a niños y niñas a la realidad cotidiana adulta, social y ciudadana, al familiarizarlos con el mundo laboral, las normas y los valores socialmente aceptados, las responsabilidades e incluso los estereotipos de género.

Las preguntas a las cuales se intentó aproximar una respuesta en el marco de esta investigación fueron: ¿Cuáles son las características del escenario social presentado por La Ciudad de los Chicos? ¿De qué modo se construyen y aprenden los roles en La Ciudad de acuerdo a una perspectiva de género? ¿Incide de algún modo en la formación/educación de los chicos este espacio recreativo? ¿De qué forma? y ¿Cómo se conjugan dentro de La Ciudad de los Chicos, el ocio, el juego, el consumo, la seguridad y el espacio semi-público?

Se debe recordar que, dadas las características de este trabajo, las conclusiones a las cuales se aproxima, sólo son válidas en el contexto de esta investigación, y de los datos a los cuales se tuvo acceso, ya que el escenario de La Ciudad de los Chicos está en constante mutación, con la intención de mantener un renovado atractivo para su público.

Se puede concluir que, en relación al resto de los espacios de entretenimiento infantiles ofrecidos en la Ciudad de Montevideo, La Ciudad de Los Chicos es el único en el que niñas y niños pueden jugar a desempeñar y practicar roles. En este sentido, se confirma uno de los

supuestos con los que se iniciaba esta investigación. Efectivamente, La Ciudad se diferencia de otros espacios de la Capital que podrían calificarse como recreativo-educativos a través del contacto con aspectos de la naturaleza y la ciencia como son el Jardín Botánico, el Zoológico de Villa Dolores, el Parque Lecoq, el LATU y el Planetario. La propuesta de la mini ciudad, se enfoca especialmente en el aspecto social.

El establecimiento presenta unas características escenográficas –medio en términos de Goffman–, que le confieren una entidad urbana, donde predomina el intercambio de bienes y servicios, así como de actividades comerciales, por lo tanto, corresponde a un modelo de ciudad de tipo comercial. A su vez, casi todos los mini espacios replicados en este gran escenario refieren al ofrecimiento de algún servicio: financiero, impositivo, informativo, de seguridad ciudadana, de salud, de belleza y estética, automovilístico o cultural.

La Ciudad de los Chicos, no reproduce todos los aspectos que hacen a una ciudad real. En este sentido, se detectan falencias significativas en su escenificación. No hay representación de casas, edificios o transporte público. Tampoco se muestran aspectos de los asentamientos informales. En definitiva, se muestra una ciudad pulcra y pura, en la que todos los vestigios de una ciudad normal desaparecen o mejor dicho se omiten en el juego. Se muestra el lado de la realidad que brilla y no su lado opaco o poco alegre. Todas estas características, crean una atmósfera idealizada y aislada del mundo real, a la manera en que lo hacen los centros comerciales, lo que se corresponde con las ideas de Medina Cano. Desde esta perspectiva y reformulando la metáfora del centro comercial como burbuja de cristal que este autor plantea, La Ciudad de los Chicos, se convierte en una burbuja dentro de otra.

Otro supuesto con que se inició esta investigación está relacionado a la suerte de reproducción que se desarrolla dentro de La Ciudad respecto al sistema hegemónico capitalista. Al comienzo se veía de una manera crítica que se tomaran elementos propios de sistema como parte del juego, sobre todo atendiendo al público al cual está dirigido.

Al respecto, se concluye que La Ciudad de los Chicos efectivamente toma elementos propios del sistema hegemónico capitalista (intercambio de dinero, Bancos, tarjetas de crédito, comercio, servicios, consumo), que permean a la sociedad actual en general y a los centros comerciales en particular. La Ciudad de los Chicos, sin ser ajeno a esa realidad y a ese tipo de ciudad en la que viven los montevideanos, sumerge naturalmente estos elementos, como

parte del juego, sin necesariamente potenciarlos, lo que iría en la línea de lo planteado por Bourdieu respecto al habitus y las estructuras que conforman las condiciones objetivas en las cuales el individuo desarrolla su existencia y sus estrategias prácticas, acordes en este caso al mundo capitalista. Pero es interesante reflexionar que, si bien esta dinámica de juego existe y no puede negarse, no dejan de ser un elemento más, y el impacto que tienen para quien juega depende en parte de sí mismo. Es decir, en este caso, el impacto de que se tengan estos elementos en juego depende de la reacción de los niños al respecto, del significado que estos le confieran en la interacción con ellos, del modo en que lo plantea Blumer. Este aspecto es retomado más adelante.

Otra de las premisas desde las cuales se partía al iniciar esta investigación está vinculada a la idea de que la forma en la que los niños y niñas desarrollaban su juego dentro La Ciudad y la forma en la cual le otorgan significado a esos juegos y roles, estaba permeada por una visión estereotipada de la realidad en términos de género,

Al respecto, en el contexto de esta investigación, se concluye que los significados que los chicos les otorgan a cada local y a cada rol interpretado dentro de La Ciudad, están permeados en términos de género por lo que acontece en la actualidad. Las preferencias positivas de los chicos tanto como las negativas en relación a los roles ofertados en La Ciudad, van en general, en el mismo sentido que en la realidad actual de género.

A lo largo del tiempo se han sucedido ciertos avances en relación al modo estereotipado de género, que clasifica tajantemente ciertas profesiones y oficios como masculinos o femeninos, como dos polaridades. Dichos avances permitieron en términos de género una cierta apertura y equidad en nuestra sociedad. Muchos de estos comportamientos “igualitarios”, a consecuencia de las batallas ganadas por las mujeres en la cotidianidad, pueden verse reflejados en el contexto de la experiencia de La Ciudad de los Chicos.

Algunos ejemplos al respecto, lo constituyen: el canal de televisión Teledoce (periodista), la estación de ANCAP (conductores), la Academia de Bomberos o la Comisaría. En términos estereotipados de género, estos roles están marcados por una predominancia masculina. Sin embargo, actualmente en general son roles desempeñados tanto por hombres como por mujeres. De acuerdo a los datos obtenidos en el contexto de esta investigación, se demostró que estos locales son preferidos tanto por niñas como por niños de forma similar.

A la inversa, las tareas del hogar, entre ellas el hacer las compras, serían desde el modelo estereotipado de género, una tarea asignada a las mujeres. Sin embargo, en la realidad actual, dados los cambios sociales que se han producido en torno a las mujeres, encontramos la presencia equilibrada de ambos sexos en la asignación de estas tareas. Y el comportamiento de los niños y niñas en este local, dentro de La Ciudad de los Chicos, se corresponde con esa actualidad.

Por su parte, la *nursery* y la peluquería, suelen identificarse con el género femenino y presentan esta tendencia tanto en la vida real como en el comportamiento de las niñas y niños dentro de La Ciudad.

También puede concluirse que, de todos modos, los estereotipos de género se manifiestan en la fachada de algunos locales de La Ciudad. Esto, muestra de alguna manera, lo difícil que es llevar a cabo una propuesta infantil, sin caer en reduccionismos de este tipo. Aun cuando el establecimiento permite, por un lado, el acceso a los locales en forma mixta y por otro, que los niños elijan libremente a qué locales entrar y a cuáles no, no logra evitar caer en los estereotipos, incluso sin intencionalidad de polarizar el juego entre lo que es masculino y lo que es femenino. Como ejemplos, se pueden agregar a los citados anteriormente (la *nursery* y la peluquería), la joyería o las tiendas de modas María-María. Todos estos locales, presentan colores, diseños, elementos decorativos e imágenes, que sugieren en conjunto, que estos locales están dirigidos a las niñas. Lo mismo sucede con la tienda de modas masculina, cuyos elementos decorativos y colores sugerirían que se trata de un espacio dirigido a niños.

En este sentido, podría afirmarse que los planteado por Fernández Marinovic y Galet respecto a la necesidad de una educación no sexista parecería estar dando sus frutos, sin embargo, aún queda mucho camino por recorrer.

Dentro del tipo de roles que los niños pueden desempeñar activamente dentro del establecimiento, predomina la oferta de oficios, por sobre las profesiones. Si bien los primeros, requieren el desarrollo de algunas capacidades, no exigen estudios formales y pueden ser adquiridos a través de la práctica. Además, el tiempo dedicado en la formación de oficios es más breve que en el caso de las profesiones, que sí requieren de una educación más especializada, generalmente impartida en la universidad.

En La Ciudad de los Chicos, los protagonistas son los niños y las niñas. Por lo tanto, juegan

en el establecimiento en forma independiente de los adultos, los que en general tienen acceso restringido a los locales y no participan de las actividades allí realizadas. Tanto las niñas como los niños son libres de elegir a qué jugar dentro de La Ciudad, pero existen al menos dos factores que invitan a reflexionar respecto al o a los impactos sobre sus capacidades creativas a la hora de jugar.

El primer factor, es que, si bien existen locales donde los niños pueden experimentar con libertad (como es el caso del taller de arte), en general, dentro de cada local, son guiados por los animadores en cuanto a cómo desempeñar cada rol. Ese cómo, se reduce a una secuencia repetida y simplificada de tareas o actividades, y en consecuencia restringe la posibilidad de que se ensayen otras maneras de ejercer esos roles.

El segundo factor, es que en La Ciudad de los Chicos, niñas y niños tienen a disposición, para elaborar el juego acorde a la temática, una serie de elementos que tienen las mismas características que en la vida real: así, por ejemplo, una mamadera en el juego toma el mismo significado que tiene en la vida real y nunca representa otra cosa. En este sentido, aquella práctica común durante las dramatizaciones concerniente a la transformación de los objetos con los cuales se desarrolla el juego, atribuyéndoles un significado simbólico diferente al que tienen en la realidad, es eliminado. Este aspecto debería ser analizado más profundamente (aunque excede del alcance de este trabajo) por su eventual impacto en el desarrollo de la creatividad y capacidad de innovación de los niños y niñas, aspectos que resultarían valiosos con vistas a su inserción en un mundo adulto que se encuentra en permanente transformación.

Por otra parte, al inicio de la investigación se partía del supuesto de que uno de los fines de este establecimiento es educativo y socializador, ya que el juego socio-dramático presenta estas características. Al respecto, las evidencias encontradas a lo largo del proceso de investigación mostraron elementos que permiten afirmar este supuesto. Además de ser un medio o espacio físico para la dramatización y aproximación de oficios y profesiones en las que los adultos se desempeñan, constituye un vehículo hacia otro tipo de incorporaciones. Es entonces un medio de educación de características informales, que también influye en el proceso de socialización de los niños, lo que coincide con lo planteado por autores como Mercado y Garaigordobil. Los niños aprenden de lo que ven, huelen, tocan, experimentan... lo que permite alegar que el aprendizaje también "entra" por los sentidos. En la fábrica de

pastas, conocen el proceso de elaboración de éstas y lo ejecutan con sus propias manos; mientras que en el taller de arte pueden hacer uso de la libertad de expresión y crear utilizando diferentes texturas y materiales.

Pero sin lugar a dudas, el sentido más bombardeado es el visual: desde los afiches de publicidad, los carteles y las imágenes ilustrativas. Así, por ejemplo, en la *nursery* hay carteles referentes al cuerpo y esqueleto humano; en la fábrica de pastas, hay carteles explicativos sobre la elaboración de las mismas; y en ANCAP, de las distintas señalizaciones de tránsito (el semáforo, el cartel de pare, la cebra, el cartel de prohibido adelantar, etc.).

Un aspecto importante a destacar es que, además, los niños se acercan a las marcas e imagen de las empresas nacionales e internacionales que están presentes en la vida cotidiana del adulto: la fábrica de pastas auspiciada por La Especialista, Teledoce, el Diario el País, ANCAP, el Banco Santander, y en el supermercado o la peluquería, la variedad de artículos de marcas como son L'Oréal, Gamma, Pico dulce, Canarias, Crufi, Papiros, BIC, entre otras.

Esta aproximación a las marcas, no presente en parques infantiles que también ofrecen islas de juegos como son los Parques Rodó, Prado y Batlle (por ejemplo), sí forma parte de la propuesta de La Ciudad de los Chicos. Si bien la presencia de las mismas complementa la semejanza con el mundo adulto, a su vez invitaría a los niños a recordar estas marcas o empresas para ser incorporadas en los consumos futuros. De todas maneras, los impactos que esto tenga a posterior en los niños, exceden los alcances de este trabajo, por lo que queda la puerta abierta en este sentido para nuevas investigaciones que profundicen al respecto.

En La Ciudad de los Chicos, los más pequeños aprenden hábitos, pautas de conducta que podrían resultarles útiles para el resto de la vida, por ejemplo, el respeto a las normas, a los otros y el cuidado de la ciudad como bien común a todos, o hábitos relativos al cuidado del prójimo (*nursery* y médicos), hábitos de higiene (la fábrica de pastas), o hábitos de prevención (ANCAP y Academia de Bomberos), etc.

De los datos obtenidos, emerge que la reacción que manifiestan los niños por el uso del dinero (símil-dinero) y otros medios para transacciones, es de una fuerte atracción. Este elemento, que La Ciudad de los Chicos pone en juego desde un lugar secundario, cobra para los chicos una importancia fundamental, siendo destacado por ellos en la mayoría de las entrevistas realizadas (aun cuando no formaba parte la guía preparada para la investigación

en campo). Además, cabe destacar, que el manejo de dinero es el factor común a la mayoría de los roles ofrecidos dentro del establecimiento.

Se puede concluir que, a partir de la experiencia de juego en La Ciudad de los Chicos, es posible la aproximación a ciertos valores, tales como: el trabajo, el compañerismo, la cooperación, el respeto por el prójimo, la responsabilidad, el cuidado de las cosas propias y las ajenas, el saber esperar y el tener paciencia. También aprenden a jugar en grupo, a compartir, a convivir con los demás y en esos términos, a comprender que todos son iguales. Aprenden a valorar el trabajo de los adultos, a divertirse mientras trabajan y a visualizar que todo lo que uno quiere es posible si se lucha y se dedica empeño a lograrlo. Aquí están presentes las ideas de superación y aspiración, las que también se puede detectar cuando los niños proyectan lo que quieren ser cuando sean grandes de acuerdo a lo que les gusta más o menos de La Ciudad. Otros valores mencionados por las madres fueron la dignidad del trabajo y el valor moral del mismo.

Dados los hallazgos obtenidos a lo largo de la investigación, es pertinente decir que en La Ciudad de los Chicos se conjuga el ocio, el juego, el consumo y la seguridad. A modo de reflexión y debate ¿Cuáles son los factores que hacen posible esta conjugación?

El ocio es un derecho y una necesidad de cualquier ser humano. Está determinado por aquel conjunto de actividades dedicadas al esparcimiento en los momentos libres, es decir, aquellos que no son dedicados a las ocupaciones habituales. En consecuencia, puede tomar infinitas formas, pero en el caso particular de los niños y niñas, suele tomar la forma de paseo o de juego.

En la capital del país, existen múltiples actividades dedicadas a este propósito tanto para adultos como para niños, pero esta investigación se ha centrado en los espacios infantiles, los ha recorrido y ha decidido enfocarse particularmente en La Ciudad de los Chicos.

Este espacio, se ubica en la nueva ampliación del Montevideo Shopping Center y por este motivo adquiere ciertas características particulares que le pertenecen a todo centro comercial. Por una parte, salvo eventualidades, es una oferta de entretenimiento disponible durante todo el año, a diferencia de otros espacios cuya oferta está restringida a las vacaciones. Por otra parte, es una propuesta de carácter cerrado, posibilitando su acceso en días muy fríos, muy calurosos, días de lluvia o excesivo sol. Esta característica la pone en

ventaja respecto a espacios de entretenimiento al aire libre, cuyas actividades se ven afectadas por las inclemencias del tiempo. Además, al estar incluido dentro de un lugar controlado y seguro como es un centro comercial, también le es atribuida esta cualidad como lugares de entretenimiento seguro. Al respecto cabe destacar que el trabajo de campo en lo que tiene que ver con las observaciones se realizó siempre en compañía de un menor, pues por política de seguridad de la empresa, no es posible el acceso de un adulto a La Ciudad si no es de esta forma. Y, por último, La Ciudad de los Chicos, es un lugar cuidado y pulcro, cualidad que comparte con los centros comerciales.

Otro aspecto a considerar es que La Ciudad de los Chicos está en constante mutación. Su fachada sufre modificaciones de diferente índole en forma constante. Algunos locales desaparecen dejando paso a otros que se suman al escenario. A su vez, de aquellos que permanecen, algunos son modificados ligeramente, mientras que otros lo son integralmente. Estas variaciones de fachada, no sólo se dan en los locales sino en general en la estética del establecimiento. La razón de estas variaciones responde a la necesidad de actualizar el atractivo para el público potencial, aunque también se entiende que hay en juego un aspecto económico en tanto la renovación de las empresas auspiciantes determina que otras desaparezcan de este escenario. Lo cierto es que, al estar en constante mutación escapa a un deterioro de su espacio, al que están sujetos varios de los sitios de entretenimiento de la Ciudad de Montevideo, que pierden su atractivo como consecuencia del deterioro físico.

La propuesta de La Ciudad de los Chicos no está limitada en cuanto al público al que se dirige, por cuestiones de género, capacidades físicas, razas, religiones o pensamientos políticos. Pero al ser una actividad con un costo de entrada comparativamente elevado respecto de otras alternativas, establece una limitación de tipo económico. Si bien las escuelas y clubes para niños son usuarios de este espacio, lo cual hace que niños de diversos contextos tomen contacto con esta experiencia, fundamentalmente su público abarca a niños y niñas de familias que utilizan el Shopping como centro de compras o distracción.

Como reflexiones finales a resaltar dentro de estas conclusiones, entiendo que esta investigación ha logrado cubrir el objetivo general y objetivos específicos propuestos.

Ha surgido que, si bien las mecánicas reproducidas en La Ciudad de los Chicos intentan no marcar sesgos de género, de todas formas, estos estereotipos se terminan permeando de

diversas formas. Lo dificultoso de diseñar y desarrollar espacios para niños que no transmitan estereotipos de género muestra la necesidad, a nivel de la sociedad, de seguir llevando adelante acciones para reforzar la equidad.

Otro hallazgo de la investigación radica en que de manera espontánea las niñas y niños que fueron entrevistados en el trabajo de campo, luego de vivir la experiencia de participar de este espacio lúdico y recreativo, han manifestado su fascinación e interés por el uso de dinero y otros medios de transacción. Esto, y otros hallazgos que fueron detallados, mostraría que el modelo capitalista también se permea en el espacio La Ciudad de los Chicos, no solamente por la propuesta sino también por aquello de lo que los niños son portadores al venir desde el mundo real, en el que se asigna al dinero un valor relevante. Este aspecto ameritaría una profundización, que excede del alcance de este trabajo.

La Ciudad de los Chicos es pues una burbuja, dentro de la burbuja del Centro Comercial. Y como tal, aun siendo una abstracción respecto de la ciudad real, igual transparenta las reglas del mundo real.

BIBLIOGRAFÍA

- ARISPE, M.** (2011). *Usos y apropiaciones del espacio público por parte de los niños*. Tesis de grado no publicada de la licenciatura en sociología, Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de la República, Montevideo, Uruguay.
- AUGÉ, M.** (1992). De los lugares y los no lugares. En *Los no lugares, Espacios del anonimato, Una antropología de la sobremodernidad*. (81- 118) (Mizraji, M. Trad.). Barcelona, España: Gedisa.
- BAUMAN, Z.** (2004) Espacio/ Tiempo. En *Modernidad líquida* (99-138). Bs. As., Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- BERGER, P y LUKMANN, T.** (1972). *La construcción social de la realidad*. (Duodécima reimpresión, Argentina 1994). Bs. As., Argentina: Amorrortou editores.
- BLUMER, H.** (1982). *El Interaccionismo simbólico: perspectiva y método*. Barcelona, España: Hora S. A.
- BORJA, J. y MUXI, X.** (2000) *El espacio público, ciudad y ciudadanía*. Barcelona, España. Recuperado el 28 de julio de 2014, de http://sistemamid.com/panel/uploads/biblioteca/7097/7128/7129/El_espacio_p%C3%BAblico,_ciudad_y_ciudadan%C3%ADa.pdf
- BOURDIEU, P.** (2007) *El sentido práctico*. (Dilton, A. Trad.) Siglo XXI Editores Argentina. (Trabajo original publicado en 1980)
- BRU, J. y VICENTE, J.** (2005) Ponencia y relatoria. ¿Qué produce miedo en la ciudad? En Gutiérrez, O. (coord.) *La ciudad y el miedo*. VII Coloquio de Geografía Urbana. (15-28) Girona: Universitat de Girona. Recuperado el 28 de julio de 2014, de http://www.uib.cat/ggu/pdf_VII%20COLOQUIO/actes%20copia.pdf
- CARRIÓN M, F.** (2007). Espacio Público: punto de partida para la alteridad. En O. Segovia (Eds.). *Espacios públicos y construcción social. Hacia un ejercicio de ciudadanía*. (pp. 79-97). Santiago de Chile: Ediciones SUR. Recuperado el 26 de julio de 2014 de http://www.elagora.org.ar/site/documentos/Espacios_publicos_y_construccion_social.pdf
- CASTROGIOVANNI, A. C.** (marzo, 2007) Lugar, no-lugar y entre-lugar: Los ángulos del espacio turístico. *Estud. perspect. tur.*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, v. 16, n. 1. Recuperado el 9 de agosto de 2014, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322007000100001&lng=es&nrm=iso.

- CHARLOT, B.** (2006). *La relación con el saber: elementos para una teoría*. (Nuñez, S. Trad.). Montevideo, Uruguay: Ediciones Trilce para lengua española. (Trabajo original publicado en 1997)
- CIFUENTES GIL, R. M.** (2011) *Diseños de Proyectos de Investigación Cualitativa*. -1era Ed.- Buenos Aires, Argentina: Noveduc libros (del Centro de Publicaciones Educativas y Material Didáctico S.R.L.)
- CLAUSTRE CARDONA, M.** (2008) Los juegos de representación, una herramienta para favorecer el desarrollo del lenguaje. En Bañares, D., Bishop, A. J. Claustre Cardona, M., Comas I Comas, O., Garaigordobil, M., et. al. *El juego como estrategia didáctica. Claves para la innovación educativa*. Venezuela: Laberinto Educativo/ España: Graó. Recuperado el 19 de febrero de 2016 de <http://terras.edu.ar/jornadas/55/biblio/55Los-juegos-de-representacion.pdf>
- DÍAS ALANDI, E. M** (2005) El mega proyecto urbano del sur metropolitano de Madrid: Madrid- Xanadú y su entorno. En Gutiérrez, O. (coord.) *La ciudad y el miedo*. VII Coloquio de Geografía Urbana. (195- 207) Girona: Universitat de Girona. Recuperado el 28 de julio de 2014, de http://www.uib.cat/ggu/pdf_VII%20COLOQUIO/actes%20copia.pdf
- ECO, U.** (1982). *Cómo se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura*. (Versión castellana de Lucía Baranda y Alberto Clavería Ibañez). Barcelona, España: Gedisa. (Trabajo original publicado en 1977). Recuperado el 1 de mayo del 2012, de <http://forodelderecho.blogcindario.com/2009/07/01028-como-se-hace-una-tesis-umberto-eco.html>
- ESPINOSA BAYAL, M^a. Á.** s/f. La construcción del género desde el ámbito educativo: una estrategia preventiva. En EMAKUNDE, GOBIERNO VASCO (sitio web) (Consulta 15 diciembre 2015). Disponible en http://www.emakunde.euskadi.eus/contenidos/informacion/proyecto_nahiko_formacion/eu_def/adjuntos/ANGELES%20ESPINOSA%20La%20construcci%C3%B3n%20del%20g%C3%A9nero%20desde%20el%20%C3%A1mbito%20educativo.pdf
- FERNÁNDEZ MARINOVIC, M. E.** (2014) *Bilu: Aportes a una educación no sexista en el Uruguay a través de la creación de dispositivos de juego coeducativos para niños y niñas de segunda infancia*. Tesis de grado publicada en Diseño Industrial, Escuela Universitaria Centro de Diseño, Universidad de la República, Montevideo, Uruguay. Recuperado el 26 de noviembre del 2015, de <https://juguetesnosexistas.files.wordpress.com/2014/08/informe-bilu-fernandezme.pdf>
- FICHMAN, I. y MARTIN GOUSSET, L.** (Productores) y KLODAWSKY, H. (Directora). (2008). Documental en la web: *malls r us* (Los templos del consumo). Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=aidg_tmWLDQ&list=PLA5I3996C8208B907&index=4

- FULLEADA BANDERA, P.** (2009) Por la Tradición de Jugar. En Mercado, L. (coord.) *Juego, recreación y educación* (s.p.) Programa de Capacitación Socio – Educativo. MODULO I. Neuquén. Recuperado el 28 de junio de 2010, del sitio Web de Equipo Sur:
<http://www.equiposur.net/contenido/Juego%20Recreacion%20y%20Educacion%202009%20-%20Modulo%20I.pdf>
- GARAIGORDOBIL, M.** (2008) Importancia del juego infantil en el desarrollo humano. En Bañares, D., Bishop, A. J. Claustre Cardona, M., Comas I Comas, O., Garaigordobil, M., et. al. *El juego como estrategia didáctica. Claves para la innovación educativa*. Venezuela: Laberinto Educativo/ España: Graó. Recuperado el 19 de febrero de 2016 de <http://terras.edu.ar/jornadas/55/biblio/55El-dialogo-entre-el-juego-y-la-ensenanza.pdf>
- GARCÍA GARCÍA, A.** (2005) Ponencia y relatoria. Miedo y privatización de los espacios públicos: ¿Hacer o deshacer la ciudad? En Gutiérrez, O. (coord.) *La ciudad y el miedo*. VII Coloquio de Geografía Urbana. (209- 221) Girona: Universitat de Girona. Recuperado el 28 de julio de 2014, de http://www.uib.cat/ggu/pdf_VII%20COLOQUIO/actes%20copia.pdf
- GALET MACEDO, C.** (2014) El juego como aprendizaje social de género en la infancia. *Textura (ULBRA)*, 16 (32), 64-87 Recuperado el 15 de diciembre de 2015 de <http://www.periodicos.ulbra.br/index.php/txra/article/view/1246/935>
- GEYMONAT, V.** (2006). *La televisión como fuente de construcción de identidad. Los valores sugeridos a través del programa de televisión uruguayo "Cacho Bochinche"*. Tesis de grado de la licenciatura en sociología, Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de la República, Montevideo, Uruguay.
- GOFFMAN, E.** (1933). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Bs. As., Argentina: Amorrortu editores, segunda reimpresión.
- GRIMSON, A y SEMAN P.** (2007). Los No Lugares: Una Criatura Etnocéntrica. *Konvergencias. Filosofía y Culturas en Diálogo*. Año IV, No. 15. Segundo Cuatrimestre. Recuperado el 25 de julio de 2014, de <http://www.konvergencias.net/grimsonseman134.pdf>
- HERNANDO NAVARRO, E.** (2012, diciembre 22) Sobre la dimensión, cultural y política del espacio público. [Comentario de blog] Ciudad y sistema urbano. METiP, UAB 2012. Recuperado el 15 de agosto de 2014, de <http://www.urban-compass.com/wp-content/uploads/ehernando.-publicspace.-SOBRE-LA-DIMENSI%C3%93N-SOCIAL-CULTURAL-Y-POL%C3%8DTICA-DEL-ESPACIO-P%C3%9ABLICO.pdf>
- LOBATO, E.** (2005) Juego sociodramático y esquemas de género. Una investigación en educación infantil, *Cultura y Educación*, 17 (2), 115-129 Recuperado el 03 de noviembre de 2015 de <http://dx.doi.org/10.1174/1135640054192847>

- MAGENDZO, S. y BAHAMONDES, M.** (2005). Los niños(as) en el espacio del centro comercial. Estudio comparativo de la conducta de niños(as) pobres y niños(as) acomodados. *Investigación & Desarrollo*, 13(1) 2-31. Recuperado el 27 de julio de 2014, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26813101>
- MALDONADO GARAY, J.** (2011) Lugar y no lugar: una oposición cercana a la falacia. Aportes a las características conceptuales de ambas categorías de análisis del espacio geográfico. *Revista Boletín de Geografía N°32*. Universidad Metropolitana Ciencias de la Educación. Recuperado el 27 de julio de 2014, de <http://www.boletindegografia.cl/PDF/031-004.pdf>
- MARTINEZ, M.** (2006, diciembre) Validez y confiabilidad en la metodología cualitativa. *Paradigma*. [Online]. Vol.27, no.2 pp.07-33. Recuperado el 11 de diciembre de 2010, de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1011-22512006000200002&script=sci_arttext Formato Documento Electrónico (ISO)
- MAZA GUTIÉRREZ, G.** (S.f) El espacio público como lugar de encuentro y convivencia: el papel de la práctica deportiva. Departamento de Antropología, Filosofía y trabajo social. Universidad Rovira i Virgili. Tarragona. Recuperado el 28 de julio de 2014, de http://www.coniberodeporte.org/en/documentation/doc_download/137-lugar-publico-como-espacio-de-convivencia
- MEAD, G. H.** (1982). El juego, el deporte y el otro generalizado. En *Espíritu, persona y sociedad: desde el punto de vista del conductismo social*. (182-193). (Floral Mazia, Trad.) Barcelona- Bs.As. 1era reimpresión, Bs. As., Argentina: Paidós. (Título original: Mind, Self and society. publicado en 1428)
- MEDINA CANO, F.** (1998). El centro comercial: una "burbuja de cristal". *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, IV (8) 61-91. Recuperado el 27 de julio de 2014, de <http://redalyc.org/articulo.oa?id=31600804>
- MERCADO, L.** (2009). Introducción. Nociones básicas del juego. *Juego, recreación y educación*. Programa de Capacitación Socio – Educativo. MODULO 1. Neuquén. Recuperado el 28 de junio de 2010, del sitio Web de Equipo Sur: <http://www.equiposur.net/contenido/Juego%20Recreacion%20y%20Educacion%202009%20-%20Modulo%201.pdf>
- MONJE ÁLVAREZ, C. A.** (2011) *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía Didáctica*. Universidad Surcolombiana. Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Programa de comunicación social y periodismo. Neiva, Colombia. Recuperado el 9 de febrero de 2016, del sitio Web <https://carmonje.wikispaces.com/file/view/Monje+Carlos+Arturo+-+Gu%C3%ADa+did%C3%A1ctica+Metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n.pdf>

- ÖFELE, M.R.** (2009) Los Juegos y el juego. En Mercado, L. (coord.) *Juego, recreación y educación* (s.p.) Programa de Capacitación Socio – Educativo. MODULO I. Neuquén. Recuperado el 28 de junio de 2010, del sitio Web de Equipo Sur: <http://www.equiposur.net/contenido/Juego%20Recreacion%20y%20Educacion%202009%20-%20Modulo%20I.pdf>
- PAREDES, J.** (2002). *El deporte como juego: un análisis cultural*. Tesis de doctorado, Universidad de Alicante, Facultad de Filosofía y Letras. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. Cap. I Del Juego. Recuperado el 28 de junio de 2010, de <http://www.cervantesvirtual.com/obra/el-deporte-como-juego-un-analisis-cultural--0/>
- PÉREZ H., E.** (2004). Percepción del espacio público. *Revista Bitácora Urbano Territorial*, 1(8) 27-31. Recuperado el 9 de agosto de 2014, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74800804>
- PÉREZ, M.; SALCEDO, R.; CÁCERES, R.** (enero 2012) Apropiación y control social en un centro comercial de Santiago: prácticas socio espaciales y significaciones adolescentes. Santiago de Chile. ©EURE 38 (113) 53-75. Recuperado el 22 de agosto de 2014 de <http://repositorio.uc.cl/xmlui/bitstream/handle/123456789/4185/000590837.pdf?sequence=1>
- PÉREZ ROA, L.** (2007) El consumo y las transformaciones en el espacio social: nuevas metáforas para viejos dilemas. En cuaderno de trabajo número 4. *Cambio social y nuevos fenómenos del espacio público en Santiago de Chile*. Programa de magister en psicología comunitaria. Facultad de ciencias sociales Universidad de Chile. Jenny Radovic, A. (editora) Recuperado el 30 de julio de 2014 de http://www2.facso.uchile.cl/psicologia/postgrado/magister/comunitaria/publicacion/es/cuadernos/ct_04_2007.pdf
- RODRIGUEZ CHUMILLAS, I.** (2005) Ponencia y relatoría. ¿“Privatopía” versus ciudad pública? La materialización del miedo en el espacio urbano. En Gutiérrez, O. (coord.) *La ciudad y el miedo*. VII Coloquio de Geografía Urbana. (127- 152) Girona: Universitat de Girona. Recuperado el 28 de julio de 2014, de http://www.uib.cat/ggu/pdf_VII%20COLOQUIO/actes%20copia.pdf
- SALCEDO HANSEN, R.** (2002). El espacio público en el debate actual: Una reflexión crítica sobre el urbanismo post-moderno. *EURE* (Santiago), 28(84), 5-19. Recuperado el 30 de agosto de 2014, de http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612002008400001&lng=es&tlng=es. 10.4067/S0250-71612002008400001.
- SAMAR, R.** (2014, enero 21) Consumo, luego existo. [Comentario de blog] ssociólogos. Recuperado el 15 de mayo de 2014, de <http://ssociologos.com/2014/01/21/consumo-luego-existo/#comments>

SCHUTZ, A (1962) Sobre las realidades múltiples. En *El problema de la realidad social*. Bs. As, Argentina: Amorrortu (Original inglés de 1945 y 1949).

SUAU SÁNCHEZ, P. y FONT CASASECA, N. (2005) ¿Tienen calidad pública los centros comerciales? Un análisis del caso de Barcelona. En Gutiérrez, O. (coord.) *La ciudad y el miedo*. VII Coloquio de Geografía Urbana. (245- 255) Girona: Universitat de Girona. Recuperado el 28 de julio de 2014, de http://www.uib.cat/ggu/pdf_VII%20COLOQUIO/actes%20copia.pdf

TOMÉ FERNÁNDEZ, S. (2005) Los miedos en la ciudad. En Gutiérrez, O. (coord.) *La ciudad y el miedo*. VII Coloquio de Geografía Urbana. (109- 114) Girona: Universitat de Girona. Recuperado el 28 de julio de 2014, de http://www.uib.cat/ggu/pdf_VII%20COLOQUIO/actes%20copia.pdf

VISCARDI, N; TENENBAUM, G. (2010) Pauta para la construcción de un Problema de Investigación (Taller Central de Investigación “Juventud, Violencia y Ciudadanía”).

VÁSQUEZ ROCCA, A. (2007) [Publicación Electrónica]. El Vértigo de la Posmodernidad: “No lugares”, Espacios Públicos y Figuras del Anonimato. Nómadas. *Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso y Universidad Complutense de Madrid. España. Recuperado el 25 de julio de 2014, de http://pendientedemigracion.ucm.es/info/nomadas/16/avrocca_sobremodernidad.pdf

WILLIS, P. (1999). Notas sobre cultura común. Hacia una política cultura para la estética terrena. *ArXius- Revista del Departamento de Sociología y Antropología Social de la Universidad de Valencia*, (No 3), 15-31.

OTROS SITIOS CONSULTADOS EN LA WEB:

<http://www.kidzania.cl/cgi-sys/defaultwebpage.cgi>

<http://www.laciudaddeloschicos.com>

GLOSARIO DE SIGLAS Y ABREVIATURAS

- ANCAP- Administración Nacional de Combustibles Alcohol y Portland.
- ANTEL- Administración Nacional de Telecomunicaciones.
- DGI - Dirección Nacional Impositiva.
- INAU- Instituto del Niño y Adolescente del Uruguay.
- INDA – Instituto Nacional de Alimentación.
- LATU – Laboratorio Tecnológico del Uruguay.
- UCM – Unidad Coronaria Móvil.