

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

Autora: Br. María Elena Fernández Marinovic

Tutora: Profa. Lic. Rita Soria González

INFORME

Escuela Universitaria Centro de Diseño

Facultad de Arquitectura

Universidad de la República

con el apoyo de la Agencia Nacional de Investigación e Innovación

MONTEVIDEO, URUGUAY | 2013-2014



Escuela Universitaria
Centro de Diseño

farq | uruguay
facultad de arquitectura/universidad de la república



UNIVERSIDAD
DE LA REPUBLICA
URUGUAY



ANII
Agencia Nacional de
Investigación e Innovación

TESIS DE GRADO EN DISEÑO INDUSTRIAL

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

Autora: Br. María Elena Fernández Marinovic

Tutora: Profa. Lic. Rita Soria González

ESCUELA CENTRO DE DISEÑO INDUSTRIAL
FACULTAD DE ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA
MONTEVIDEO - URUGUAY
2013-2014

BILU

TESIS DE GRADO EN DISEÑO INDUSTRIAL

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.

AUTORA

Br. María Elena Fernández Marinovic

TUTORA

Profa. Lic. Rita Soria González


Esta investigación recibió el apoyo de la **AGENCIA NACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN (ANII)**, en la modalidad de Beca de Iniciación en la Investigación.

CORRECCIÓN DE ESTILO

Ana Gómez

CRÉDITOS FOTOGRÁFICOS

Manuel Carballa, PÁG. 140, 141, 143, 147, 161; María Elena Fernández, PÁG. 50, 57, 62-80, 82, 86-99, 101, 102, 115-117, 121, 127, 131; Pablo Gaione, PÁG. 58-61, 81, 83; Sofía Martínez Frenkel, PÁG. 145, 154.

	<p>Este material es el resultado de la tesis de grado en diseño industrial de María Elena Fernández Marinovic, en la Escuela Universitaria Centro de Diseño (EUCD) de la Facultad de Arquitectura (FARQ), Universidad de la República (UDELAR) de Uruguay; 2013-2014.</p> <p>Se ampara bajo la licencia Creative Commons de <i>Atribución-NoComercial 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0)*</i>; la cual permite la distribución de este material y su copia, en cualquier formato y por cualquier medio. A su vez, permite la creación de obras derivadas. Ambas atribuciones pueden tomarse siempre que esto se realice con fines no comerciales.</p>
---	---

* Más información sobre esta licencia en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode> [Consulta: 25 de julio de 2014].

TESIS DE GRADO EN DISEÑO INDUSTRIAL

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

Autora: Br. María Elena Fernández Marinovic

Tutora: Profa. Lic. Rita Soria González

Escuela Universitaria Centro de Diseño

Facultad de Arquitectura

Universidad de la República

con el apoyo de la Agencia Nacional de Investigación e Innovación

MONTEVIDEO, URUGUAY | 2013-2014



**Escuela Universitaria
Centro de Diseño**

farq | uruguay
facultad de arquitectura/universidad de la república



**UNIVERSIDAD
DE LA REPUBLICA**
URUGUAY



ÍNDICE

1. PRELIMINARES	11
1.1 INTRODUCCIÓN	13
1.2. OBJETIVOS	14
1.3. METODOLOGÍA EMPLEADA	15
1.3.1. APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN-ACCIÓN PARTICIPATIVA	16
1.3.2. POR QUÉ TRABAJAR DESDE EL CODISEÑO O DISEÑO PARTICIPATIVO	16
1.4. PLAN DE TRABAJO: ACTIVIDADES	17
1.5. ESTRUCTURA DEL INFORME	19
1.6. ACLARACIONES SOBRE EL USO DEL LENGUAJE EN ESTA INVESTIGACIÓN	20
2. INVESTIGACIÓN	23
2.1.1. INTRODUCCIÓN	25
2.1.2. SEXO Y GÉNERO	25
2.1. SOBRE LA DEFINICIÓN DE GÉNERO	25
2.1.3. LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO	26
2.1.4. ÁMBITOS DE SOCIALIZACIÓN DE GÉNERO	27
2.2.1. PRIMERA INFANCIA	29
2.2. ETAPAS DEL DESARROLLO INFANTIL	29

.....	
2.2.2. SEGUNDA INFANCIA	30
2.2.3. TERCERA INFANCIA	31
2.3.1. DESDE DÓNDE: MARCO CONCEPTUAL, TRABAJANDO DESDE TRES ENFOQUES	33
2.3.1.1. Enfoque de género	33
2.3.1.2. Enfoque de derechos	33
2.3. EDUCACIÓN NO SEXISTA	33
2.3.1.3. Enfoque de diversidad	34
2.3.2. HACIA QUIÉNES: LOS DESTINATARIOS	34
2.3.3. CÓMO: LA COEDUCACIÓN COMO HERRAMIENTA	35
2.4. ENFOQUE DE GÉNERO Y POLÍTICAS PÚBLICAS EN EL URUGUAY	36
2.4.1. INTRODUCCIÓN	36
2.4.2. INSTITUTO NACIONAL DE LAS MUJERES (INMUJERES)	36
2.4.2.1. Antecedentes de la institucionalidad de género en el Estado: Tres momentos, tres concepciones diferentes	37
2.4.3. PRIMER PLAN NACIONAL DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y DERECHOS (PIODNA)	37
2.4.3.1. Características del Piodna	38
2.4.3.2. ¿Por qué un Piodna?	38
2.4.3.3. Piodna y la educación con enfoque de género	38
2.4.4. CONCURSO NACIONAL DE JUGUETES NO SEXISTAS 2011	38
2.5. JUEGOS Y JUGUETES	40
2.5.1. EL JUEGO Y EL JUGUETE INFANTIL	40
2.5.2. HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE JUEGOS Y JUGUETES INFANTILES EN URUGUAY	42
2.5.2.1. Juegos populares	42
2.5.2.2. El juguete en Uruguay	42

2.5.2.3. Influencia de los estereotipos de género en juegos y juguetes	43
2.5.3. EL JUGUETE COMO OBJETO COMUNICACIONAL	45
2.5.3.1. El color como símbolo	45
2.5.4. VALORES DE GÉNERO EN JUEGOS Y JUGUETES INFANTILES	46

3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA METODOLÓGICA 49

3.1.1. RELEVAMIENTO DE JUEGOS Y JUGUETES PRESENTES EN EL MERCADO URUGUAYO	51
--	----

3.1. ANÁLISIS DE LAS CONDICIONES 51

3.1.1.1. Fichas descriptivas de juegos y juguetes	52
3.1.1.2. Análisis tipológico	53
3.1.1.3. Análisis de los datos obtenidos	54
3.1.2. GRUPO DE DISCUSIÓN Y DE TRABAJO EN DISEÑO (CODISEÑO) CON EXPERTOS Y PROFESIONALES EN GÉNERO Y EDUCACIÓN	58
3.1.2.2. Estructura de la actividad	58
3.1.2.3. Desarrollo de la actividad propuesta	62
3.1.2.4. Conclusiones sobre la actividad	63
3.1.2.5. Conclusiones sobre los juegos y los juguetes estudiados por los equipos	63
3.1.2.6. Conclusiones elaboradas en la puesta en común	82
3.1.2.7. Algunas consideraciones generales	84
3.1.3. CUESTIONARIO <i>ON-LINE</i> DIRIGIDO A PERSONAS USUARIAS OPERACIONALES	86
3.1.3.1. Análisis de los datos obtenidos	87
3.1.4. ENTREVISTA A PERSONAS USUARIAS META: NIÑOS Y NIÑAS	103
3.1.4.1. Estructura de la actividad	103
3.1.4.2. Sobre la experiencia	105
3.1.4.3. Análisis de los datos obtenidos	106

3.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	120
3.2.1. LISTADO DE REQUISITOS	120
Indispensables	120
Deseables	121
Optativos	121
3.3. CREACIÓN DE ALTERNATIVAS	122
3.3.1. PRESENTACIÓN DE LAS ALTERNATIVAS PROYECTUALES	122
3.3.1.1. CAMINO PROYECTUAL	122
3.3.1.2. Alternativa 1 - Bocetos de presentación	124
3.3.1.3. Alternativa 1 - Resolución técnica y conceptual	128
3.3.1.4. Alternativa 1 - Fotografía de modelo de control	129
3.3.1.5. Alternativa 2 - Bocetos de presentación	130
3.3.1.6. Alternativa 2 - Resolución técnica y conceptual	132
3.3.1.7. Alternativa 2 - Fotografías de modelos de control	133
3.4. VALORACIÓN SELECTIVA	134
3.4.1. MATRIZ COMPARATIVA DE ALTERNATIVAS	134
3.4.1.1. Requisitos	134
3.4.1.2. Observaciones y conclusiones	136
3.5. CONCLUSIONES SOBRE LA PREENTREGA	137
4. DESARROLLO DEL PRODUCTO	139
4.1.1. PRESENTACIÓN	141

.....

4.1. MEMORIA DESCRIPTIVA DEL PRODUCTO	141
4.1.2. APORTES DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO Y SOCIAL	143
4.1.3. ÁREAS DEL DESARROLLO INFANTIL QUE FAVORECE	143
4.1.3.1. Juego Social	143
4.1.3.2. Imaginación y creatividad	144
4.1.3.3. Motricidad fina y coordinación	144
4.1.4. LOS CONCEPTOS EN LA PROPUESTA	144
4.1.4.1. LA APLICACIÓN DE COLOR EN EL DISEÑO PROPUESTO	144
4.1.5. MATERIALES	147
4.1.6. TECNOLOGÍAS Y PROCESOS PRODUCTIVOS	147
4.1.7. ACABADOS Y TERMINACIONES	147
4.2. ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN DEL PRODUCTO	148
4.2.1. MARCA	148
4.2.2. EMPAQUE	148
4.3. ESTUDIO DE COSTOS Y FACTIBILIDAD ECONÓMICA PARA SU FABRICACIÓN	150
4.3.1. COSTOS POR PROCESO	150
4.3.2. PLAZA	151
4.3.3. MAPA DE PROCESOS	151
4.3.4. CONCLUSIONES	151

5. VERIFICACIONES CON LAS DIFERENTES PERSONAS USUARIAS 153

5.1. VERIFICACIÓN INFANTIL Y ADULTA	155
-------------------------------------	-----



5.1.1. ESTRUCTURA DE LA ACTIVIDAD	155
5.1.2. DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD PROPUESTA	157
5.1.2.1. Respuesta y devolución de los niños y las niñas participantes	157
5.1.2.2. Respuesta y devolución de las personas adultas	157
5.2. VERIFICACIÓN INFANTIL	158
5.2.1. ESTRUCTURA DE LA ACTIVIDAD	158
5.2.2. REFLEXIONES Y OBSERVACIONES SOBRE LA EXPERIENCIA	158
5.3. VERIFICACIÓN PROFESIONAL Y EXPERTA	161
5.3.1. ESTRUCTURA DE LA ACTIVIDAD	161
5.3.2. DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD PROPUESTA	162
5.3.3. RESPUESTA Y DEVOLUCIÓN DE LAS PERSONAS PARTICIPANTES	162
6. CONCLUSIONES	165
6.1. REFLEXIONES FINALES	167
7. BIBLIOGRAFÍA	169
RECURSOS EN FORMATO ELECTRÓNICO	172
CATÁLOGOS DE JUGUETES	173
REFERENCIAS WEB	174
AGRADECIMIENTOS	176

1



PRELIMINARES

1.1 INTRODUCCIÓN

A diferencia de otras identidades sociales que las personas asumimos —como por ejemplo raza, religión o clase—, absolutamente todas somos hombres o mujeres, y esta condición de género, femenino o masculino, está íntimamente ligada con nuestra personalidad y subjetividad. Es así que todo lo que hacemos, cómo lo hacemos y hasta lo que no hacemos está marcado por las expectativas sociales, en tanto hombres y mujeres que somos, privándonos de la libertad y del derecho de elegir qué queremos para nosotros mismos.

Mediante el juego, niñas y niños aprenden a conocerse a sí mismos y a relacionarse con el mundo físico y social de su entorno. Es importante puntualizar el papel substancial que tiene el juego en el desarrollo de las personas, ya que es la fuente principal de conocimiento e interiorización del mundo externo, y por ello desempeña un rol fundamental en la construcción de la subjetividad y en el aprendizaje de las habilidades cognitivas y sociales.

El desarrollo de la personalidad de niñas y niños dependerá de la libertad con que los dejemos crear y recrear sus juegos según sus necesidades momentáneas, y las limitaciones que les imponemos en la elección de estos mediante la reproducción de estereotipos.

Juegos y juguetes estereotipados con relación al género producen subjetividades sesgadas, reafirmando y consolidando el sistema de género de nuestra sociedad. Es por ello que, desde la práctica del diseño de objetos destinados al público infantil, es importante aportar a que esa construcción se realice con libertad.

Tal como establece Bruno Munari en *¿Cómo nacen los objetos?*, es responsabilidad de quien proyecta los objetos juguetes el brindarle a niñas y niños la posibilidad de desarrollar una mente flexible, dinámica,

no «fossilizada»¹, mediante la herramienta creativa e imaginativa. Una persona con estas características tendrá más facilidades para desenvolverse en la vida; podrá sobreponerse a obstáculos, resolver problemas, encontrar alternativas, ser más abierta y flexible con lo desconocido o distinto. Personas con estas mentalidades son las que forjarán el sendero hacia una sociedad más creativa y justa para todos y todas. Quienes diseñamos tenemos la posibilidad, y la responsabilidad, de contribuir a que esto suceda, y es en ese sentido que surge este proyecto de investigación.

Contribuir a un aprendizaje de género más libre e igualitario por los diferentes usuarios de juegos y juguetes, y en especial de niños y niñas, será nuestro objetivo principal.

Mediante diversos instrumentos de análisis, adaptados de la metodología de Investigación-acción participativa (IAP), abordaremos la temática con un enfoque centrado en las diferentes personas usuarias de los dispositivos lúdicos infantiles.

Seleccionaremos y clasificaremos la oferta de juegos y juguetes infantiles presente en el mercado uruguayo. Estudiaremos y analizaremos las conductas sexistas en las elecciones que realizan las diferentes personas usuarias, con el fin de identificar cuáles son las características que debe tener un dispositivo de juego no sexista. Para luego, con estos insumos, diseñar y producir dispositivos de juego no sexistas coeducativos para niños y niñas de segunda infancia; con el deseo de que esta investigación se constituya como un insumo y precedente para proyectos futuros, —propios o ajenos, nacionales o extranjeros— en materia de género, diseño y educación infantil.

¹ Bruno Munari (2008). *¿Cómo nacen los objetos?: Apuntes para una metodología proyectual*. p. 249.

1.2. OBJETIVOS

Objetivo general

Contribuir con una educación no sexista en el Uruguay, promoviendo un aprendizaje de género más libre e igualitario, a partir de la identificación de las características de juegos y juguetes que desencadenan conductas sexistas, y del diseño de dispositivos de juego no sexistas para niños y niñas de segunda infancia.

Objetivos específicos

- Identificar, seleccionar, clasificar, comparar y analizar juguetes existentes en el mercado para niños y niñas de segunda infancia. En particular aquellos vinculados con temas de género.
- Estudiar y analizar conductas sexistas en las elecciones que realizan las personas adultas (responsables) y los niños y las niñas, respecto de los juegos y los juguetes que promueven o censuran, con el fin de identificar cuáles son las características que debe tener un dispositivo de juego no sexista para niños y niñas de segunda infancia.
- Diseñar dispositivos de juego no sexistas y coeducativos para niños y niñas de segunda infancia.

1.3. METODOLOGÍA EMPLEADA

Triangulación - lectura, observación, entrevistas

Grupos de discusión

Teoría anclada

Codiseño

- Relevamiento de bibliografía especializada sobre la temática.
- Relevamiento de juguetes existentes en el mercado.
- Realización de fichas de producto.
- Realización de grupos de discusión y trabajo en diseño (codiseño) con personas usuarias fabricantes y expertas en género y educación.
- Realización de cuestionarios a personas adultas involucradas (universo de personas adultas en torno a niñas y niños).
- Realización de entrevistas a personas usuarias meta: niños y niñas.
- Listar requisitos básicos o elementales de un dispositivo de juego no sexista.
- Desarrollar, según dichos requisitos básicos, dos o más alternativas de proyecto que los traduzcan.
- Valorar las alternativas evaluando en qué grado cumplen con las características esenciales.
- Desarrollar la propuesta elegida.
- Testeo de productos con los usuarios y las usuarias (meta, operacionales y fabricantes) y con personas expertas.

Resultados esperados

- Archivo documental (bibliográfico y de productos).
- Guía de requerimientos básicos a tener en cuenta a la hora de diseñar juguetes no sexistas.
- Productos materiales y su valoración crítica respecto al uso y elección.

1.3.1. APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN-ACCIÓN PARTICIPATIVA

No se trata de realizar una investigación por la investigación, ni por satisfacer un mero «apetito intelectual», sino que ella debe estar vinculada a la transformación [...] El quehacer investigativo debe tener una clara vinculación con la práctica transformadora, lo que supone la superación de la división clásica entre el «sujeto» y el «objeto» de la investigación, toda vez que el objeto se transforma en el sujeto consciente que participa en el análisis de su propia realidad con el fin de promover su transformación.²

Elmer Galván

La Investigación-acción participativa (IAP) es una metodología de investigación e intervención social. Sus elementos constitutivos derivan de los tres términos con los que se designa: investigación, acción y participación. Es un procedimiento reflexivo, que tiene la finalidad de estudiar algún aspecto de la realidad, algún problema o situación que afronta una comunidad con el propósito de transformarlo. Es un modo de intervención orientado a la acción en cuyo proceso están involucrados los investigadores y las personas implicadas en la problemática a resolver. Los individuos no son considerados como objetos de investigación, sino como sujetos activos que contribuyen a conocer y transformar la realidad en la que están implicados.

La reproducción de los estereotipos sexistas a través de juegos y juguetes infantiles es una problemática que importa a variados actores: profesionales de la educación, de la psicología, de la sociología, del trabajo social, del diseño, organizaciones de la sociedad civil, personas adultas, niños y niñas.

Es fundamental identificar a los protagonistas potenciales para generar espacios de intercambio, en los que investigadores y técnicos aporten su capacidad teórica y metodológica, y que cada individuo,

desde su realidad personal, aporte las experiencias que surgen de la problemática a abordar. En esta investigación, se propone integrar al universo de usuarios y a los profesionales de las ciencias sociales y el diseño, cuyo desempeño esté relacionado con la cuestión de género.

El primer procedimiento a realizar será un grupo de discusión con informantes claves: personas expertas y profesionales en género y educación, así como fabricantes de juegos y juguetes infantiles. Se pretende aproximarse a la identificación de cuáles son las características que hacen al juguete sexista por medio de una escucha activa, la discusión y problematización por quienes poseen información válida y relevante acerca del tema.

El segundo procedimiento consistirá en la realización de cuestionarios con personas usuarias operacionales y entrevistas a personas usuarias meta, con el fin de recabar datos acerca de sus preferencias y consideraciones de género, respecto de juegos y juguetes.

1.3.2. POR QUÉ TRABAJAR DESDE EL CODISEÑO O DISEÑO PARTICIPATIVO

Partiendo de la IAP, se incorpora la perspectiva del Codiseño o Diseño Participativo. Surge del concepto de diseño centrado en el usuario, en el cual intervienen y participan activamente en el proceso proyectual los diversos actores interesados.

En esta investigación se pretende que el universo de personas usuarias sean protagonistas en el proceso de diseño, interviniendo no solo en las fases de verificación, sino también durante la exploración inicial, la definición del problema y las etapas de desarrollo.

Cuando las personas usuarias son sujetos activos en los procesos de diseño, comparten opiniones y experiencias de uso, se aproximan a la problemática desde su perspectiva y aportan sus saberes, haciendo que el producto diseñado se ajuste perfectamente a sus necesidades y responda a sus reales problemas.

² Cfr. Ezequiel Ander-Egg (2003). *Repensando la Investigación-Acción-Participativa: comentarios, críticas y sugerencias*. p. 71.

1.4. PLAN DE TRABAJO: ACTIVIDADES

Investigación

- Relevamiento de bibliografía especializada.

Resultados esperados: Contar con una aproximación teórica sobre las temáticas a abordar.

Análisis de las condiciones I

- Relevamiento de juguetes existentes en el mercado.
- Realización de fichas de producto.
- Análisis de tipologías de juguetes relevados.
- Estudios comparativos de resultados.
- Consulta a informantes claves. Grupo de discusión y de trabajo en diseño (codiseño) con personas usuarias fabricantes, expertas y profesionales en género y educación.
- Análisis e interpretación de los resultados obtenidos.

Resultados esperados: Contar con un relevamiento de juguetes existentes en el mercado local e internacional con los que competirán los productos a desarrollar. Contar con un estudio de sus tipologías y de los nichos de mercado a los que responden. Aproximación a cuáles son las características que hacen al juguete no sexista según la opinión experta.

Análisis de las condiciones II

- Consulta mediante cuestionario a personas usuarias operacionales.

- Realización de entrevistas con personas usuarias meta (niños y niñas).
- Análisis e interpretación de los resultados obtenidos.

Resultados esperados: Contar con datos que respondan a las preferencias de las personas usuarias meta, operacionales y fabricantes en lo que respecta a juegos y juguetes del mercado local e internacional. Aproximarse a cuáles son los factores que provocan conductas sexistas en relación con juegos y juguetes.

Definición del problema

- Elaboración, basado en los resultados obtenidos, de un listado con los requisitos básicos o elementales que un dispositivo de juego no sexista debe tener.
- Verificarlo con las personas fabricantes, profesionales y expertas.
- Análisis e interpretación de los resultados obtenidos.
- Reelaboración o modificación del listado de requisitos según corresponda.

Resultados esperados: Establecer aquellas características que hacen no sexista a un dispositivo de juego.

Creación de alternativas y valoración selectiva

- Desarrollo, según dichos requisitos básicos, de dos o más alternativas de proyecto que lo traduzcan.

- Realización de bocetos de producto para cada alternativa.
- Realización de memorias descriptivas de cada alternativa.
- Realización de dibujos de presentación para cada alternativa.
- Realización de modelos tridimensionales de control para cada alternativa.
- Valoración selectiva de las alternativas propuestas.
- Elección de la alternativa de producto a desarrollar.

Resultados esperados: Identificar la alternativa de producto más adecuada a los objetivos y que cumple de manera óptima con los requisitos identificados.

Planificación del desarrollo y ejecución

- Desarrollo de la alternativa elegida.
- Realización de bocetos.
- Realización de modelos de control.
- Redacción de la memoria descriptiva del producto.
- Realización de dibujos de presentación .
- Realización de documentos necesarios para la producción del producto: láminas técnicas, flujograma de producción, tabla de componentes.
- Desarrollo de elementos de comunicación: desarrollo de marca, desarrollo de empaque, otros elementos de comunicación, desarrollo del manual de uso del producto.
- Estudio de costos y factibilidad económica de fabricación del producto.

- Realización de prototipos.

Resultados esperados: Contar con todos los elementos necesarios para establecer la factibilidad productiva, tecnológica, económica y comunicacional del proyecto.

Verificación

- Realización de sesiones de juego con personas usuarias meta (niños y niñas).
- Análisis e interpretación de los resultados obtenidos.
- Consulta mediante cuestionario a personas usuarias operacionales.
- Análisis e interpretación de los resultados obtenidos.

Resultados esperados: Verificar que el o los juguetes desarrollados respondan a los objetivos planteados según los usuarios y usuarias meta, operacionales, fabricantes y la opinión experta. Identificar cuáles son sus fortalezas y debilidades.

Conclusiones

- Ajustes del producto a partir de los resultados obtenidos.
- Redacción de las conclusiones obtenidas con relación a los objetivos propuestos y los resultados esperados.

Resultados esperados: Contar con un producto que responda a los objetivos propuestos. Contar con un análisis y reflexión final acerca de los resultados logrados con relación a los objetivos propuestos.

1.5. ESTRUCTURA DEL INFORME

Esta memoria está organizada en tres grandes capítulos.

El capítulo primero es introductorio de los objetivos, metodología empleada y plan de trabajo para esta investigación.

En el segundo capítulo, se realiza una investigación bibliográfica teórica acerca de las temáticas contenidas en la investigación. En primer lugar, puntualizamos cuál es la definición de género que utilizaremos en esta tesis, la diferencia entre los conceptos de sexo y género, los estereotipos de género y sus ámbitos de socialización. Luego abordamos las etapas del desarrollo infantil y sus características con énfasis en el juego. Seguidamente, puntualizamos acerca de los tres enfoques de abordaje de una educación no sexista, ubicándonos también en la coyuntura uruguaya con su marco de políticas públicas con relación a género y sexismo. Para finalizar, estudiamos las funcionalidades y características del juego y el juguete infantil, recorriendo un poco de su historia en nuestro país, e identificando cómo estos objetos comunican y los valores de género presentes en ellos.

En el tercer capítulo, abordamos el desarrollo de la propuesta metodológica presentando informes acerca de las actividades realizadas en el análisis de condiciones con las diferentes personas usuarias; primeramente un relevamiento de juegos y juguetes presentes en el mercado uruguayo, luego grupos de discusión con personas expertas y profesionales, cuestionario con personas usuarias operacionales y entrevistas con personas usuarias meta. Basados en los resultados obtenidos en esta indagatoria, se realiza un listado de requisitos básicos que debe poseer un juego o juguete no sexista, para luego, diseñar alternativas de producto que los traduzcan. Seguidamente, se valoran dichas alternativas con el fin de seleccionar una de ellas a desarrollar. Se elabora su memoria descriptiva, los documentos necesarios para su producción (láminas técnicas, flujograma productivo y tabla de componentes), estudio de costos y factibilidad económica, marca y elementos gráficos de difusión. Con el producto cuidadosamente diseñado, se procede a su verificación, tanto con personas expertas, profesionales y fabricantes, como con usuarias meta y operacionales. Para finalizar, se elaboran las conclusiones finales de la investigación.

1.6. ACLARACIONES SOBRE EL USO DEL LENGUAJE EN ESTA INVESTIGACIÓN

Al ser esta una investigación sobre temáticas de género, se puso especial atención al uso del lenguaje. No consideramos que el lenguaje, en sí, sea discriminatorio. El problema se encuentra en la forma en la que lo utilizamos: ocultando, despreciando y olvidando esa *otra* parte de la sociedad conformada por mujeres.

Los criterios utilizados fueron extraídos de la publicación *Guía de lenguaje inclusivo*³ elaborada por el Congreso de Intendentes en el año 2010.

Se tuvo especial cuidado en la no utilización del masculino genérico y, en contraposición, el uso del femenino y el masculino; alternando el orden en que se menciona un sexo y otro, y sin que esto resulte especialmente tedioso para su lectura.

Utilizar un lenguaje inclusivo reivindica el lugar de las mujeres en la sociedad y contribuye a una educación no sexista, objetivos de esta investigación.

.....
³ Raquel De la Calle (2010). *Guía de lenguaje inclusivo*.

2

INVESTIGACIÓN

2.1. SOBRE LA DEFINICIÓN DE GÉNERO

2.1.1. INTRODUCCIÓN

En nuestra cultura se tiende a polarizar y etiquetar las identidades de los objetos, formas y conceptos para hacerlas coincidir bien con uno u otro sexo. La herencia y aprendizaje de este lenguaje simbólico de los estereotipos de género, impregna la sociedad, nos permite relacionar inconscientemente las formas, los colores, las funciones de los objetos, la conducta de los individuos o un simple nombre, y asociarlas a la caracterización de lo que se considera femenino o masculino.⁴

María Carmen Martínez Reina

Antes de comenzar, es importante puntualizar qué significa para nosotros el concepto de género. Cuando hablamos de género, nos referimos al conjunto de características, atributos, permisos y prohibiciones asignados de forma diferenciada a las personas en función de su sexo biológico. Es una construcción social que establece pautas de comportamiento y roles sociales de poder, distintos para varones y mujeres. Este conjunto de normas y características operan en todos los ámbitos de relacionamiento del individuo como la familia, el lugar de trabajo, de estudio y la comunidad toda. Además, es una forma de desigualdad social en

⁴ María Carmen Martínez Reina (2005). *Valores de género en el diseño de juguetes infantiles*. <<http://hdl.handle.net/10481/792>>, p. 21.

interacción con otros tipos de desigualdades como las étnicas, las religiosas o las de clase.

Partimos entonces desde el concepto de género como construcción social, la idea de que la sociedad realiza asignaciones sobre las personas por el hecho de haber nacido varón o mujer. El poseer uno u otro sexo, no debiera determinar cómo será nuestra forma de vestir, nuestro carácter, nuestras actividades preferidas o nuestros gustos, ni mucho menos qué lugar social ocuparemos o cómo estableceremos relaciones con los demás individuos. Estas características son determinadas culturalmente y no biológicamente, por eso varían según las diferentes sociedades y su momento histórico.⁵

2.1.2. SEXO Y GÉNERO

La regla generalmente aceptada es el rosado para los niños y el azul para las niñas. La razón es que el rosado es un color más decidido y fuerte, más ajustado al niño, y el azul, que es más delicado y exquisito, se considera mejor para las niñas.

Ladies' Home Journal, junio de 1918.

⁵ Pablo López y Fernanda Ferrari (2010). *Apuntes para el trabajo en sexualidad desde los enfoques de género, derechos y diversidad*, p. 21.

Es necesario distinguir entre los conceptos de *sexo* y *género* ya que no son sinónimos, aunque se los utilice muchas veces como tales. El *sexo* refiere a las diferencias biológicas y genéticas entre mujeres y varones, mientras que el *género* constituye el conjunto de características, atributos, permisos y prohibiciones asignados de forma desigual a las personas en función de su sexo. 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, por ello puede modificarse y reformularse constantemente. El problema yace sobre la naturalidad con que se asumen esos papeles como universales y necesarios. En palabras del Ed. Soc. Pablo López: «Tanto los roles de género como las relaciones de poder que el sistema de género prescribe, son naturalizados por las sociedades, al punto que las iniquidades que promueven son invisibilizadas. No son percibidas como un problema, ni aún por aquellas personas que los padecen. Sin embargo no por eso, dejan de tener consecuencias sobre las personas y sobre la sociedad toda».⁶ La femineidad o masculinidad son representaciones sociales que, de forma consciente o inconsciente, se transmiten de generación en generación a través del discurso o de la acción; en cómo nos comportemos está el continuar reproduciendo los estereotipos de género o ayudar a la construcción de identidades alternas.

Ahora, ¿por qué es importante trabajar en pos de modificar la construcción estereotipada de género? Existen, al menos, dos respuestas evidentes para esta pregunta: porque nos hace 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.⁷ Esta situación coloca a las mujeres en desventaja para ejercer sus derechos y acceder a oportunidades sociales: la brecha salarial en lo laboral o su escasa representatividad en el gobierno son un ejemplo. Desde el momento en que el modelo es impuesto y no elegido nos resta libertad, tanto a mujeres como

⁶ Pablo López (2005). *De princesas y superhéroes: un aporte a la reflexión crítica del impacto del juego en la construcción de los roles de género*. <<http://www.inau.gub.uy/biblioteca/sexu2.doc>>, p. 1.

⁷ *Ibidem*.

a varones. Esos modelos impuestos son aquello a lo que llamamos *estereotipos de género*.

2.1.3. LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO

Los estereotipos de género constituyen ciertas categorías simplificadas con que las personas evalúan a otras, adjudicándoles un conjunto de atributos aprendidos e interiorizados en la socialización temprana. Están muy anclados en el imaginario colectivo debido a la forma inconsciente, automática y natural con la que son reproducidos. Según el sociólogo François Graña, «los estereotipos de género constituyen modelos de evaluación, percepción y comportamiento que se han construido sobre relaciones sociales desiguales entre mujeres y hombres, y por tanto las confirman y justifican».⁸

Estereotipar es realizar una evaluación estigmatizante de las personas. Tiende a resaltar y simplificar rasgos característicos de un determinado grupo, minimiza las diferencias individuales y potencia los atributos comunes. El estereotipo es interiorizado y aprendido como verdadero por sobre la experiencia individual, y es por eso que no se desmiente con la existencia de casos contrarios o que no los cumplan de forma estricta. De este modo, puede atribuírsele cierta característica a un grupo y esta ser completamente falsa, por ejemplo, la afirmación de que todos los hombres homosexuales son afeminados.

Los modelos estereotipados de género son modelos hegemónicos que la sociedad promueve, que restringen la libertad de mujeres tanto como de 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". Invisibilizada por la naturalización de los modelos, la socialización de género constituye nuestros gustos, desarrolla nuestras habilidades, nos estimula en ciertas áreas e inhibe otras, nos convence de que existen "opciones que no nos corresponden",

⁸ François Graña (2006). *El sexismo en el aula: educación y aprendizaje de la desigualdad entre géneros*, p. 84.

restringiendo cada vez más nuestra capacidad para elegir y para ser “nosotros mismos”».⁹

¿Cuántas veces escuchamos las afirmaciones «esas son cosas de mujeres» o «pelea como hombre»? Estas distinciones estereotipadas y discriminatorias no perjudican solamente a las mujeres por ser quienes se encuentran en relación de poder desfavorable, sino que tienen efectos negativos también en la construcción de la masculinidad. En el «ser varón», se valoran la fuerza y destreza física, la valentía, la autosuficiencia. El varón se desarrolla según, como dirían López y Ferrari, el «modelo del superhéroe».¹⁰ De niño, el varón juega a ser superhéroe y de adulto también. Lleva la responsabilidad de ser el «proveedor» de la familia en lo que refiere a lo económico, ya que lo sentimental estará provisto por la mujer; el cuidado de hijos e hijas así como del hogar, son actividades relativas al sexo femenino. El varón no podrá ser débil ni fracasar, no pedirá ayuda ni podrá conectarse con su afectividad; características atribuidas a las mujeres. «[Los varones] aprenden primero —por lo general— lo que no deben hacer: los hombres no lloran, no son delicados, nos se dejan pegar, no están al lado de su madre, no expresan lo que sienten. Y son éstas precisamente las características que se asocian a lo femenino y que se valoran positivamente en la mujer. [...] Para hacer valer su identidad deberá convencerse y convencer a los demás de tres cosas: que no es un bebé, que no es mujer y que no es homosexual; cada una de estas cosas con intensidades diferentes en los distintos momentos de su vida».¹¹

Ahora cabe analizar qué sucede con el varón que asume este modelo. Parecería ser que vive con libertad, ocupa los espacios públicos y de poder que le son posibles, vive su sexualidad sin mayores restricciones, accede a puestos de trabajo de jerarquía con mayor facilidad; es decir, pareciera ser que este modelo lo beneficia, pero no es necesariamente así. Desde la base de que es una imposición y no una elección se restringen las libertades del individuo. El modelo de *superhéroe* del que hablan López y Ferrari es un

⁹ López y Ferrari, *op. cit.*, p. 24.

¹⁰ López y Ferrari, *op. cit.*, p. 25.

¹¹ Lucía Terra y Patricia Totorica (2001). «¿Hacia un futuro andrógino?», en Ana María Araujo, Luis E. Behares y Graciela Sapriza (comp.): *Género y sexualidad en el Uruguay*, p. 180.

modelo muy difícil de sostener. La omnipotencia y la frustración que experimenta el varón al no poder cumplir con las expectativas sociales, llevan al ejercicio de prácticas aberrantes como la violencia. Esto explica, cómo la gran mayoría de las situaciones de violencia que ocurren en nuestra sociedad (por ejemplo, casos de violencia doméstica, violencia en el deporte, violaciones u homicidios aberrantes) son protagonizadas por varones.

2.1.4. ÁMBITOS DE SOCIALIZACIÓN DE GÉNERO

A través de la socialización temprana, incorporamos ciertas pautas de configuración psíquica y social que hacen posible la feminidad o la masculinidad. Quienes transmiten y sostienen estas condiciones diferenciadas para mujeres y varones son las familias, las instituciones educativas, las instituciones de la salud, los grupos de pares, los medios de comunicación y la comunidad entera. Son los referentes y actores que participan en la socialización de género, proceso por el cual, a lo largo de nuestra vida, asumimos como propios ciertos roles, permisos y prohibiciones; características que van constituyendo lo que significa para nuestro colectivo el *ser mujer* o el *ser varón*.¹²

«La socialización de género es el 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. El intercambio supone un rol activo de quien se está socializando. Por más fuertes que sean los mensajes y las prescripciones, el sujeto construirá su propia masculinidad o feminidad, que podrá estar más cerca o más lejos del modelo hegemónico en función de su historia de vida. Asimismo, el modelo hegemónico varía según la cultura y el tiempo histórico que estemos analizando. Estas dos realidades habilitan una brecha que nos permite promover sociedades más igualitarias y personalidades más libres de los estereotipos de género».¹³

¹² López y Ferrari, *op. cit.*, p. 48.

¹³ López, *op. cit.*, p. 2.

El sistema de género, por ser una construcción social, se sostiene solamente si las personas lo sostienen. Como toda construcción, se reformula constantemente, lo que hace posible que podamos modificarla. Por otro lado, ocurre que los ámbitos de socialización de género producen mensajes tan fuertes, que los estereotipos de género se terminan asumiendo y naturalizando.

La familia es el primer ámbito de socialización de género para niños y niñas. Es allí donde aprenden qué se espera de cada cual según su sexo biológico. En segundo lugar se encuentran los centros educativos. Las acciones y el discurso de maestras y maestros están influenciados por los estereotipos tradicionales y tienden a encontrar aquello que esperan de sus alumnos y alumnas. Tienden a creer, por ejemplo, que las niñas se esfuerzan más, estudian más, son menos intuitivas, menos inteligentes en ciencias, más ordenadas, más prolijas y más responsables que los niños. De un modo inconsciente, en la mayoría de los casos, los educadores y educadoras contribuyen —con sus actitudes, decisiones y sus omisiones— 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 más “naturalmente” a la ejercitación de la fuerza y a actividades competitivas a través de juegos y 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 (o al menos las más apropiadas)».¹⁴

Según el sociólogo Graña, a los 4 o 5 años ya se ha consolidado la identidad de género, traducida en la elección de juguetes, ropa y juegos, así como el

¹⁴ Graña, *op. cit.*, p. 135.

rechazo a realizar actividades socialmente asignadas al otro sexo. «Sintomáticamente, este rechazo es más marcado en los varones: a esa edad, las niñas se muestran mejor dispuestas a intercambiar juguetes con ellos, en tanto los varones demuestran más desprecio, molestia o ansiedad cuando son invitados a jugar con “juguetes de niñas”».¹⁵

Aquellas cuestiones que niños y niñas aprenden en la familia y en la escuela, como ámbitos de socialización de género, les marcarán un camino. Cuestiones inherentes al «deber ser» de un sexo u otro, influirán sobre su personalidad, autoestima y proyecto de vida. Es así como observamos que, en la enorme mayoría de las familias heterosexuales, quien se encarga de las cuestiones del hogar y del cuidado de los hijos es la mujer, mientras que el hombre es quien trabaja fuera de casa. En las *Estadísticas de Género 2012*¹⁶, presentadas por el Instituto Nacional de las Mujeres (MIDES) y el Fondo de Población para las Naciones Unidas (UNFPA), se realizó un estudio acerca de la situación laboral de parejas en hogares biparentales heterosexuales. En este estudio, se determinó que en el 50,1 % de los hogares pobres del país, es únicamente el varón de la pareja quien trabaja de manera remunerada. En cambio en las parejas no pobres, este porcentaje se reduce a la mitad (24,3 %). Por otro lado, y en relación con la opción educativa, se ve una clara influencia de conceptos aprendidos en la socialización de género, que influyen en la elección de carreras universitarias en nuestro país. Las mujeres son más populares en carreras del área social, carreras más «maternales» como ciencias sociales, magisterio, medicina o letras; mientras que los hombres lo son en las carreras científicas, más «racionales» como la ingeniería, agronomía y ciencias exactas. En estos ejemplos, se ve claramente cómo una socialización de género estereotipada restringe las libertades del individuo y, en la amplia mayoría de los casos, de forma inconsciente y no planificada.

¹⁵ Graña, *op. cit.*, p. 136.

¹⁶ Instituto Nacional de las Mujeres (Uruguay). *Estadísticas de Género 2012. La importancia de los ingresos personales para la equidad*. <http://www.inmujeres.gub.uy/innovaportal/file/23479/1/estadisticas_de_genero_2012-1.pdf>

2.2. ETAPAS DEL DESARROLLO INFANTIL

2.2.1. PRIMERA INFANCIA

Se le llama primera infancia al período en el cual se producen las primeras fases del desarrollo psicoevolutivo. Este período comprende desde el nacimiento hasta los 3 años de edad aproximadamente. Es un período evolutivo dominado por los instintos vitales en el que los bebés no perciben diferencia entre su entorno, el mundo objetual y su propio cuerpo.¹⁷

La actividad lúdica durante los primeros meses de vida es de carácter perceptivo-sensorial. A los pocos días de nacer, niños y niñas son capaces de reconocer a su madre por el olfato o por su voz, seguir objetos con la vista e imitar sonidos y gestos como sonreír. Utilizan su boca como forma de conocer y conocerse, llevándose allí todos los objetos que puedan tomar para morderlos y succionarlos.

A los 4 meses comienzan a tener más dominio de su cuerpo. Pueden tomar un objeto que previamente han focalizado con la vista, siempre y cuando esté cerca. Entre los 4 y 6 meses pueden sentarse, esto les otorga mayor libertad en el juego. A esta edad logran tomar los objetos con sus manos, sacudirlos, llevarlos a la boca y abandonarlos libremente. El estudio de sus cuerpos, del cuerpo de otras personas

y de los objetos de su alrededor, le permitirá a niñas y niños ir asimilando sus características sensoriales: formas, colores, texturas, sonidos, gustos y aromas. La reiteración y combinación de sus acciones lúdicas proporcionarán nuevos conocimientos. En esta línea, los juguetes más usuales para esta edad son aquellos que estimulan sus sentidos: los sonajeros, los móviles coloridos, los juguetes para morder, los muñecos de trapo acordes a su mano.

A partir de los 6 meses, niñas y niños comienzan a moverse solos: se sientan, gatean y se arrastran. A esta edad, la acción lúdica recae sobre su cuerpo mediante las sensaciones que experimenta en el proceso de conquista del equilibrio para sentarse y su autonomía de movimiento gateando sin lastimarse.¹⁸

Al final del año, comienzan a ponerse de pie y caminar, cuestión que les otorga una autonomía mayor en sus juegos en relación con la exploración de los objetos y da comienzo a todo un abanico de juegos futuros como son el saltar y correr. Tomar y tirar objetos es un juego recurrente, que favorece la coordinación y les permite experimentar que pueden perder y recuperar lo que aman.

Alrededor de los 18 meses y hasta los 2 años comienzan a controlar sus esfínteres por lo que les

¹⁷ Martínez Reina, *op. cit.*, p. 190.

¹⁸ Martínez Reina, *op. cit.*, p. 194.

atraen sus propios excrementos y orina. Juegos y juguetes con agua, arena y plastilina contribuirán a sus aprendizajes.

A los 2 años, comienzan a identificar su propio sexo y género haciendo distinciones elementales entre varones y mujeres por su ropa, peinado o tono de voz. Comienzan a interesarse por las características físicas del otro sexo y en cuestiones como, por ejemplo, cómo orinan niños y niñas. A esa edad, todavía no tienen conciencia de las presiones sociales estereotipadas que establecen formas de actuar y de ser para varones y mujeres, por lo tanto, tienden a experimentar libremente con juegos y juguetes si les es posible. Es común en los centros educativos de primera infancia ver cómo los niños juegan con cocinitas, muñecas, barren o hacen las compras para el almuerzo; actividades consideradas femeninas. También cómo, cuando se juega a deportes como el fútbol, las niñas corren detrás de la pelota al igual que los niños. Estos comportamientos son respetados por la mayoría de las personas adultas mientras son pequeños, pero en muy pocas ocasiones es fomentado. Es muy extraño ver que a un niño de 3 años se le regale una muñeca porque cuando va a casa de su prima le fascina jugar con ella. A medida que niñas y niños crecen, crece también la presión social relativa a sus juegos, por las personas adultas y de sí mismos, ya que aumenta su necesidad de aprobación.

Entre los 2 y 3 años comienza a explorarse el juego simbólico, en donde los objetos son utilizados para representar e imitar las actividades de las personas adultas. Muñecos, ollas, platos, herramientas, teléfonos, autos; son juguetes con los que niños y niñas comienzan a enriquecer sus juegos. Les gusta observar y participar de las actividades familiares y cotidianas que se realizan en el hogar, las cuales reproducen luego en sus juegos.

El juego simbólico es el juego por excelencia de la primera y segunda infancia (desde el nacimiento hasta los 6 o 7 años). Es la capacidad de representación que niñas y niños tienen para reproducir situaciones de su vida cotidiana. Jugar a representar implica la creación de personajes y argumentos que, con el apoyo de objetos que a su vez pueden representar a otros, crean la trama.

Todos los objetos, en la medida que tienen una realidad propia y en la medida que pueden ser investidos de una representación simbólica, son mediadores para la adquisición de una nueva concepción, de un nuevo comprender. A través de la proyección simbólica se ejerce otra función del sujeto que imagina; redimensionando la realidad, el proyecto del sujeto se enfrenta a la materialidad específica del objeto.¹⁹

Vestir, alimentar y retar al bebé, ser doctor o doctora, maestro o maestra, cocinero o cocinera, son situaciones y personajes que niñas y niños interpretan, y que los ayudan a comprender mejor la complejidad de contextos que componen la vida social. El juego simbólico es principalmente imaginativo y cuanto más creativo, más divergente y abstracto será su pensamiento y con más facilidad encontrarán soluciones a problemas que se les presenten. A su vez, estos juegos poseen un papel importantísimo en el desarrollo del lenguaje, ya que la comunicación verbal y gestual entre quienes participan es continua y crucial para que se desarrolle.

A medida que niñas y niños crecen, el juego de representación se va tornando cada vez más realista, incorporando objetos y actitudes más complejas. Va adquiriendo una mayor cantidad de detalles que asemejan la representación lúdica con la vida real.

2.2.2. SEGUNDA INFANCIA

La segunda infancia abarca desde los 3 a los 6 o 7 años de edad aproximadamente.

A los 3 años, niños y niñas se encuentran en el final de una etapa y el comienzo de otra. Como antes, continúan disfrutando de los juegos motrices, aunque comienzan a entretenerse con juegos sedentarios por períodos mayores. Poseen mayor dominio y coordinación motriz, lo que se ve reflejado en sus dibujos, con trazos más ordenados y controlados.

¹⁹ Raimundo Dinello (2007). *Tratado de Educación: Propuesta pedagógica del nuevo siglo*, p. 39.

Con respecto al lenguaje, a los 2 años ya conocían algunas palabras, pero a los 3 comienzan a formar frases con ellas. Anteriormente utilizaban las palabras solo para denominar objetos o situaciones (pelota, dame, mío), ahora las utilizan para designar conceptos e ideas más complejas. En este sentido, el juego simbólico y de representación posee un papel muy importante. Según Arnold Gesell,²⁰ el soliloquio y el juego dramático tienen por fin ese proceso de maduración, incubando palabras, frases y sintaxis. Niñas y niños interpretan al almacenero, la doctora y el electricista, no tanto por un «impulso teatral», sino con el propósito de establecer un espacio donde ejercitar el lenguaje.

Comienzan a entender que son personas y que otros también lo somos. Niños y niñas de 3 años poseen un fuerte deseo por agradar al otro, aunque también pueden experimentar rabietas o períodos breves de angustia, principalmente debido a celos o inseguridad.

Con respecto a sus juegos, comienzan a realizarlos con otros niños y niñas aunque siguen prefiriendo hacerlo en solitario. Paulatinamente empiezan a disfrutar del juego con otros y otras, de compartir y esperar turnos. En principio juegan con varones y mujeres de igual manera, aunque gradualmente comenzarán a hacerlo preferentemente con personas del mismo sexo.

A los 4 años ya pueden dibujar una persona de manera sintética, les divierten los juegos de palabras y comienzan a preguntar el *porqué* y el *cómo* sobre todo a su alrededor. Disfrutan de desafíos motrices, como pequeños saltos y carreras, siempre que no sean muy difíciles, ya que les gusta salir triunfantes y ganar. Niñas y niños de 4 años poseen una capacidad de generalización y de abstracción más compleja que los de 3. Formulan constantemente muchas y variadas preguntas a sus mayores, no tanto porque les interese la información, como por un impulso hacia la conceptualización de las multiplicidades de la naturaleza y del mundo social.²¹

Respecto a sus juegos, juegan mucho más con otras personas que cuando tenían 3 años. Comparten,

esperan turnos y les divierte dar órdenes e indicaciones a las y los demás.

Niñas y niños de 5 años poseen una comprensión más aguda del mundo y de su propia identidad. Pueden no tener la maduración necesaria para la lectura, la escritura y las cuentas, pero actúan de manera mucho más independiente y reservada, y hasta pueden resultar tímidos en ocasiones. Disfrutan del juego colectivo, la construcción con bloques de madera, la lectura de cuentos y el juego simbólico.

El sexto año de vida es una edad de transición, con grandes cambios somáticos y psicológicos. Les atraen los extremos y les cuesta decidir entre dos opuestos. Niños y niñas han incrementado su madurez, ya no les resulta tan fácil tomar decisiones porque son conscientes que decidir implica renunciar a otras opciones, por ejemplo, un determinado sabor de helado respecto de otro. Poseen un mayor dominio de su cuerpo y disfrutan mucho más del juego físico. Las diferencias de juegos en relación con el sexo se ven más frecuentemente que en edades anteriores. Sin embargo, ambos sexos juegan a juegos físicos como la mancha y las escondidas, o a juegos simbólicos de manera mixta. «Los varones pueden tomar parte en los juegos de la casa y la escuela, pero muestran mayor inclinación a jugar a la guerra, a los vaqueros, a vigilantes y ladrones».²²

2.2.3. TERCERA INFANCIA

Comprende aproximadamente desde los 6 o 7 años hasta los 11 o 12. Niños y niñas a esta edad asisten a la escuela primaria. La escolarización es esencial para su desarrollo, tener contacto diario con sus pares y con personas adultas que no pertenecen al núcleo familiar genera nuevos aprendizajes de socialización. En la tercera infancia, su curiosidad y sus aprendizajes irán aumentando y enriqueciéndose.

Niños y niñas de 7 años están en camino de adquirir una mayor conciencia de sí mismos. Absorben

²⁰ Arnold Gesell (1966). *El niño de 1 a 5 años*, p. 62.

²¹ *Ibid.* p. 66.

²² Arnold Gesell (1977). *El niño de 5 a 10 años*, p. 135.

todo lo que ven, leen y oyen. Son muy susceptibles a lo que puedan pensar otros y sienten vergüenza si se ríen de ellas o ellos. Tienen conciencia de sus cuerpos y les afecta mucho mostrarlos. Con respecto a sus juegos, las diferencias sexuales en las actividades grupales no están claramente delimitadas todavía, puede que en un mismo grupo de juego participen tanto niñas como niños, pero comienza a estar presente alguna discriminación contra el sexo opuesto.

A los 8 años aparecen los *mejores* amigos o amigas, compañeros de juego inseparables. Por lo general, tienden a ser del mismo sexo y de la misma edad, y la escuela es su lugar de encuentro por excelencia. A esta edad, la diferencia de juegos por sexo

es notoria. La relación con los *mejores* amigos o amigas puede llegar a ser muy íntima y exigente; estos desempeñan un rol muy importante en sus vidas. Ya a los 9 años, la tendencia a tener *mejores* amigas o amigos se acentúa, y eligen a una única persona con la que desarrollarán la mayoría de sus juegos y que será su confidente.

Entrados los 10 años ya se vislumbra la cercanía con la adolescencia y sus desafíos. Niñas y niños sienten un fuerte deseo por ser mayores y admiran a quienes lo son. A los 11 años podríamos decir que ya ha comenzado la adolescencia, ya que se vislumbran una serie de cambios físicos y emocionales que, a lo largo de la segunda década de su vida, conducirán a niños y niñas a su madurez.

2.3. EDUCACIÓN NO SEXISTA

2.3.1. DESDE DÓNDE: MARCO CONCEPTUAL, TRABAJANDO DESDE TRES ENFOQUES

2.3.1.1. ENFOQUE DE GÉNERO

En capítulos anteriores, ya definimos lo que significa el concepto de género en cuanto a construcción social estereotipada, que asigna a las personas pautas de comportamiento y roles sociales de poder en función de su sexo biológico, y la importancia de revertir esta situación en pos de contribuir a la formación de individuos más libres y sociedades más justas para varones y mujeres.

El género es una construcción social propia de la cultura en que vivimos. Debemos comprender que depende de nosotros y nosotras que estos roles estereotipados se transmitan y naturalicen, o se reelaboren y trasformen en clave de igualdad, diversidad y tolerancia. Esa es la base para abordar una propuesta educativa con enfoque de género.

2.3.1.2. ENFOQUE DE DERECHOS

Integrando una perspectiva de derechos y en el marco de la *Convención Internacional de los Derechos del Niño* (CDN, 1989), se entiende que niños, niñas y adolescentes son sujetos plenos de derecho a los cuales el Estado debe proteger y garantizar. Se los ve como personas con opinión y cuya participación aporta a nuestra sociedad. Este cambio, construye una nueva forma de relacionamiento entre las personas adultas, y niñas y niños.

La convención se basa en cuatro principios fundamentales:²³

- **El interés superior de la niña y el niño.** Frente a cualquier situación en la que participen y deba tomarse alguna decisión que les afecta, debe considerarse lo que es mejor para el niño o la niña involucrada. Esto quiere decir que cuando se tome una medida, siempre será prioritario considerar cuán conveniente es para él o ella, más allá de la situación y de que haya otras personas involucradas.

²³ Instituto Nacional de las Mujeres (2008). *Primeros pasos. Inclusión del enfoque de género en educación inicial. Manual para docentes, educadoras y educadores.* <<http://www.adasu.org/prod/1/234/Manual.INMUJERES.pdf>>, p. 18.

- **La no discriminación.** Todos los niños y las niñas deben ejercer sus derechos *siempre*, en un trato de igualdad de condiciones. La no discriminación está referida a no ser tratado con minusvalías por el solo hecho de ser niña o niño.
- **El derecho a la supervivencia y a su desarrollo.** El artículo n.º 6 de la CDN hace referencia a este principio y a que todas las niñas y los niños deben contar con el apoyo del Estado para el desarrollo de sus potencialidades.
- **El derecho a opinar y a ser escuchado.** El principio de participación es mencionado y aplicable en varios de sus artículos. Si bien la convención hace referencia en su artículo n.º 12 a la importancia de escuchar la opinión de la niña y el niño, se contradice en la práctica en las formas en que las personas adultas interpretan a niños y niñas, y consideran que su opinión y su protagonismo no son significativos.

2.3.1.3. ENFOQUE DE DIVERSIDAD

En la humanidad, la diversidad se manifiesta en culturas, lenguas, religiones, formas de ver el mundo. Todos y todas somos productores de nuestra historia y vamos construyendo, a lo largo de nuestra vida, la personalidad, las actitudes, los gustos, los deseos que siempre nos harán distintos de los demás. Eso nos hace únicos, irrepetibles y diversos.

Incluir el enfoque de diversidad supone una transformación de las relaciones inequitativas de poder. La base de la diversidad, la diferencia, ha sido la excusa de grupos de poder para oprimir a otros y continuar ejerciendo el poder. Las diferencias han sido tomadas para generar exclusiones, injusticias y persecuciones; por el simple hecho de pensar distinto, tener otra religión, otra cultura, orientación sexual, características físicas diferentes o cualquier otro motivo que generase una diferencia con el otro y, en consecuencia, una amenaza.²⁴

En palabras del educador social Pablo López: «Trabajar desde una perspectiva de diversidad implica superar la consigna de la “tolerancia”, toleramos lo

²⁴ Pablo López y Fernanda Ferrari (2010). *Apuntes para el trabajo en sexualidad desde los enfoques de género, derechos y diversidad*. <www2.msp.gub.uy/andocasociado.aspx?5679,21547>, p. 31.

que nos molesta, lo que nos incomoda, lo que difiere de nuestra manera de pensar. Se trata de otorgar algunos permisos limitados a aquellos que consideramos “diferentes”. Muy por el contrario, valorar lo diverso implica celebrar la existencia, expresión y reconocimiento de la diversidad, sin un modelo desde el cual se define lo diferente. Todo tiene el mismo valor y por tanto merece el mismo respeto».²⁵

2.3.2. HACIA QUIÉNES: LOS DESTINATARIOS

Si se busca generar un cambio, un quiebre en la transmisión de contenidos sexistas, con los cuales las personas adultas y las instituciones educativas educamos a niños y niñas —consciente o inconscientemente—, debemos dirigir la mirada hacia tres actores fundamentales:

- **Niños y niñas.** Ya que son ellos quienes replicarán, o no, esos contenidos en clave de sujetos de derecho.
- **Las familias.** Ya que constituyen el ámbito de socialización primaria de niños y niñas, y son aquellas personas con las que poseen mayor contacto y afinidad. Niños y niñas tienden a adorar e imitar a sus mayores, de los cuales aprenden, en relación de aprobación y desaprobación, qué es y qué no es correcto pensar, hacer, decir, vestir —entre otras cosas—, en mujeres y varones.
- **Los centros educativos: los educadores y las educadoras.** Ya que también constituyen un ámbito de socialización temprana muy importante para el desarrollo del niño. Educadoras y educadores también operan como referentes sobre lo que implica el ser varón y el ser mujer.

Es importante generar en las personas adultas conciencia del contenido sexista que puede transmitirse en juegos y juguetes, con el fin de que realicen elecciones y guías responsables con respecto a los objetos de juego y, en especial, a la forma en que niñas y niños se relacionan con ellos.

²⁵ *Ibid.* p. 33.

2.3.3. CÓMO: LA COEDUCACIÓN COMO HERRAMIENTA

Coeducar es educar sin tener en cuenta el sexo, tratando a niños y niñas por igual para que, cuando sean hombres y mujeres, se reconozcan con los mismos derechos y oportunidades en todos los momentos de la vida. Que niñas y niños convivan en un aula, no es garantía de una educación justa e igualitaria para ambos géneros. La coeducación es un método en el cual confluyen los enfoques de género, los derechos y la diversidad:

- Es educar sin tener en cuenta el género.
- Es *educar*, no *instruir*. La educación hace referencia a un proceso de conocimiento, al cual se suma la adquisición de habilidades y actitudes que permiten a niñas y niños madurar como personas, contemplándolos como sujetos de derecho; mientras que la instrucción hace referencia a la sola adquisición de información.
- Es educar desde la diversidad. No uniformizar las mentes de niños y niñas, sino educar a respetar lo diferente y a disfrutar de la riqueza que ofrece la variedad.

Entonces, ¿cuáles son las herramientas para coeducar a niñas y niños?

- Ofrecerles todo tipo de juegos y juguetes.
- Invitarles a que investiguen nuevos roles en el juego simbólico: que jueguen tanto a las casitas como al taller mecánico, a disfrazarse, a pintarse, a bailar, etcétera.
- Poner a su disposición libros de cuentos en los cuales sus protagonistas sean tanto hombres como mujeres en situaciones similares.
- Ayudarles a que expresen sus sentimientos libremente: tanto reír como llorar, brindar afecto o enfurecerse.
- Evitar frases con contenidos estereotipados, del tipo «los niños no lloran» o «las nenas se portan bien». Evitar dirigirse a las niñas como «princesas» y a los niños como «campeones», por ejemplo.
- Animar a las niñas a que realicen un uso más amplio del espacio, corran, salten y jueguen al aire libre con otras niñas y niños; así como proponer a los niños juegos tranquilos en ambientes interiores.
- Invitarles a ambos a participar en pequeñas tareas domésticas: poner y levantar la mesa, ayudar a hacer las camas, ordenar sus juguetes, etc.²⁶

²⁶ CABILDO INSULAR DE TENERIFE (2005): *Apuntes para la igualdad. Guía 7: Coeducación a través de la lectura*. <https://www.tenerife.es/wps/PA_1_CD5HDFH200K0F016GE6E1LJN53/contentfiles/c38e-0c0043fc2b21bcf1be7d45d2f97a/Archivo1/Coeducaci%C3%B3n%20a%20trav%C3%A9s%20de%20la%20lectura.pdf>, pp. 27-28.

2.4. ENFOQUE DE GÉNERO Y POLÍTICAS PÚBLICAS EN EL URUGUAY

2.4.1. INTRODUCCIÓN

El 31 de marzo del 2005, a partir de la ley n.º 17.866 del Poder Legislativo uruguayo, se crea el Ministerio de Desarrollo Social, cuyo cometido es —según la misma ley en su artículo 9.º—: «formular, ejecutar, supervisar, coordinar, programar, dar seguimiento y evaluar las políticas, estrategias y planes en las áreas de juventud, mujer y familia, adultos mayores, discapacitados y desarrollo social en general».²⁷ En la redacción de esta ley se crean los institutos que componen al ministerio, y entre ellos el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES), organismo rector de las políticas de género, responsable de la promoción, diseño, coordinación, articulación y ejecución de las políticas públicas desde la perspectiva de género, así como también de su seguimiento y evaluación.

INMUJERES no es el primer organismo estatal vinculado a políticas de género, pero sí es el primero en otorgarle institucionalidad a la temática, con la generación de planes programáticos.

La redacción del proyecto de ley de *Igualdad de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres en la República*²⁸ (ley n.º 18.104), iniciativa del Poder Ejecutivo —el

cual declara de interés general las actividades orientadas a la igualdad de oportunidades y derechos entre hombres y mujeres—, obliga al Estado a adoptar las medidas necesarias para asegurar el diseño, elaboración, ejecución y seguimiento de políticas públicas que integren la perspectiva de género.

Su aprobación le otorga a INMUJERES el cometido de diseñar el *Plan Nacional de Igualdad de Oportunidades y Derechos* (PIODNA), creando el Consejo Coordinador de Políticas de Género, responsable de velar por el cumplimiento de la ley, promover el compromiso de los efectores de políticas públicas con enfoque de género y observar atentamente la efectivización de las acciones del plan.

2.4.2. INSTITUTO NACIONAL DE LAS MUJERES (INMUJERES)

El Instituto Nacional de las Mujeres —creado en 2005 en la órbita del Ministerio de Desarrollo Social, Ley n.º 17.866, art. 6.º— es el organismo rector de las políticas de género, responsable de la promoción, diseño, coordinación, articulación y ejecución de las

²⁷ Ley n.º 17.866 CREACIÓN DEL MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL, art. 9, inc. B). <<http://www.parlamento.gub.uy/leyes/ AccesoTextoLey.asp?Ley=17866&Anchor=>> (3 de junio de 2013).

²⁸ Ley n.º 18.104 IGUALDAD DE DERECHOS Y OPORTUNIDADES ENTRE HOMBRES Y MUJERES EN LA REPÚBLICA.

<<http://www.parlamento.gub.uy/leyes/ AccesoTextoLey.asp?Ley=18104&Anchor=>> (3 de junio de 2013).

políticas públicas desde la perspectiva de género así como también de su seguimiento y evaluación.

Se constituye como el garante de los derechos humanos de las mujeres y promotor de la igualdad de oportunidades para el acceso a los servicios y recursos que contribuyan a erradicar la pobreza y la exclusión de las mujeres. Asimismo, tiene como objetivo garantizarles el acceso y la plena participación en las estructuras de poder y en la toma de decisiones.

2.4.2.1. ANTECEDENTES DE LA INSTITUCIONALIDAD DE GÉNERO EN EL ESTADO: TRES MOMENTOS, TRES CONCEPCIONES DIFERENTES²⁹

La institucionalidad de género en el Estado reconoce tres hitos de importancia: la creación y funcionamiento del Instituto Nacional de la Mujer —entre los años 1987 y 1992—, del Instituto Nacional de la Familia y la Mujer —entre 1992 y 2005— y finalmente, el Instituto Nacional de las Mujeres desde el 2005 a la actualidad. Los cambios en la denominación del instituto reflejan las profundas transformaciones en cuanto a la concepción y funciones del organismo, dentro de la sociedad y del Estado.

El Instituto Nacional de la Mujer no fue pensado como ejecutor de políticas públicas, sino como el órgano rector y coordinador de políticas sobre la mujer, a implementar por otros organismos del Estado. Además, no contaba con presupuesto propio y sus funcionarios y funcionarias trabajaban de forma honoraria.³⁰ Esta falta de presupuesto y de recursos humanos generaron, entre otras consecuencias, el no cumplimiento de los objetivos propuestos para el instituto.

En el año 1992, se modificó la denominación del organismo a Instituto Nacional de la Familia y la

Mujer, manteniendo sus cometidos ampliados. Esta ampliación de los cometidos del instituto no fue acompañada por una ampliación en términos de asignación de recursos, lo que planteó interrogantes respecto de las posibilidades reales de cumplir con los mandatos asignados.

Luego en el 2005, con la nueva ley de creación del Ministerio de Desarrollo Social, se incorpora el antiguo Instituto Nacional de la Familia y la Mujer (INFM) a la estructura de dicho ministerio, manteniendo sus objetivos, para luego modificar su denominación a Instituto Nacional de la Mujer.

2.4.3. PRIMER PLAN NACIONAL DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y DERECHOS (PIODNA)

El 8 de marzo del 2005, a pocos días de la instalación del gobierno del Dr. Tabaré Vázquez, todos los ministerios asumieron compromisos con la igualdad de oportunidades y derechos. Allí, la ministra de Desarrollo Social de aquel entonces, Marina Arismendi, dio a conocer la iniciativa del Poder Ejecutivo de proponer un *Proyecto de ley de igualdad de derechos y oportunidades*.

La Ley 18.104 para la promoción de la Igualdad de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres —que, a iniciativa del Poder Ejecutivo, aprueba el Parlamento Nacional el 6 de marzo del 2007—, constituye un marco general que compromete al Estado a adoptar todas las medidas necesarias para asegurar el diseño, elaboración, ejecución y seguimiento de las políticas públicas de manera que integren la perspectiva de género.

El primer Piodna 2007-2011, fue aprobado por el Poder Ejecutivo el 15 de mayo del 2007 —Dec. 184/007—, y tuvo como eje referencial la agenda política de las mujeres. Es resultado de una construcción colectiva que contó con las voces de mujeres de rincones de todo el país, de perspectivas

²⁹ Portal de INMUJERES, [en línea]. <<http://www.inmujeres.gub.uy/innovaportal/v/18222/6/innova.front/historia>> (30 de mayo de 2013).

³⁰ Niki Jonhson (2001). *Actuación del Instituto Nacional de la Mujer y la Familia* [en línea]. <<http://www.chasque.net/frontpage/comision/O3docu026.htm#INFM-II>>. (30 de mayo de 2013).

diversas y supo enriquecerse y profundizarse a través de consultas realizadas a diferentes actores políticos, sociales y gubernamentales.³¹

2.4.3.1. CARACTERÍSTICAS DEL PIODNA

El Piodna es un instrumento integral para enfrentar las desigualdades y discriminaciones que afectan a las mujeres. Esta herramienta implicó el desarrollo de políticas, mecanismos y actuaciones para combatir toda forma de discriminación y promover la igualdad real y efectiva.

2.4.3.2. ¿POR QUÉ UN PIODNA?

Según la redacción del mismo plan: «En Uruguay, las desigualdades entre hombres y mujeres y otras formas de discriminación múltiple persisten en diversos ámbitos y se reflejan en la vida cotidiana de muchas mujeres tanto en el ámbito público como en el privado. Esto es confirmado por las diferentes investigaciones realizadas y los datos estadísticos existentes. En el ámbito público, el acceso extremadamente reducido de mujeres a cargos de poder es una de las principales debilidades que presenta el país en lo que respecta a la equidad de género. [...] Por su parte, en el ámbito privado una de las expresiones más flagrantes de la subordinación de las mujeres es la violencia doméstica. [...] En líneas generales, las mujeres alcanzan mayores niveles de calificación que los hombres y en los últimos años los egresos universitarios de mujeres han duplicado a los de los hombres. Aún así, las mujeres enfrentan tasas de desempleo mayores que los varones, persistiendo la segregación laboral y la discriminación salarial. La segregación horizontal y vertical del mercado de trabajo perjudica a las trabajadoras uruguayas que continúan segregadas en ocupaciones de baja calidad; permanecen al margen de los cuadros gerenciales y perciben —fundamentalmente en el sector

.....
³¹ Carmen Beramendi; en Instituto Nacional de las Mujeres (2007). *Primer Plan Nacional de Igualdad de Oportunidades y Derechos*, <<http://www.inmujeres.gub.uy/innovaportal/file/18930/1/piodna.pdf>>, p. 13.

privado— salarios significativamente más bajos que los hombres, por igual tarea».³²

Estos son solo algunos de los argumentos que se establecen en dicho plan y, a su vez, solo algunas de las expresiones de desigualdad que sufren las mujeres en la sociedad uruguaya que el Piodna pretendió y pretende revertir. En la actualidad se está realizando un proceso de evaluación de dicho plan, cuyos resultados todavía son desconocidos para la población.

2.4.3.3. PIODNA Y LA EDUCACIÓN CON ENFOQUE DE GÉNERO

Con el objetivo de integrar la perspectiva de género a las políticas sociales, de modo que aseguren la igualdad de oportunidades y derechos, se desarrollaron varias líneas estratégicas de acción. Una de ellas reside en la incorporación del enfoque de género en la educación y el desarrollo de medidas para revertir las desigualdades de género en el sistema educativo. En este contexto, surge la promoción para la elaboración de textos y materiales didácticos no sexistas; marco en el cual se desarrolló en el año 2011 el *Concurso nacional de juguetes no sexistas* (Ministerio de Educación y Cultura). Su ganador fue Alejandro Salvo, estudiante de la Escuela Universitaria Centro de Diseño, con el proyecto *Mymba*: una serie de cuatro animales autóctonos hechos en madera.

2.4.4. CONCURSO NACIONAL DE JUGUETES NO SEXISTAS 2011

Este concurso se constituye como un antecedente para el desarrollo de esta investigación. El Estado, a través del Ministerio de Educación y Cultura, y en el marco de la implementación de políticas públicas para la educación infantil con enfoque no sexista, lanza un concurso de juguetes, dirigiéndose principalmente

.....
³² Instituto Nacional de las Mujeres (2007). *Primer Plan Nacional de Igualdad de Oportunidades y Derechos*. <<http://www.inmujeres.gub.uy/innovaportal/file/18930/1/piodna.pdf>>, pp. 27-30.

a quienes los crean (profesionales y estudiantes de diseño, artesanas y artesanos); otorgándoles un rol fundamental en el cambio de paradigma, buscando la reflexión sobre el papel que ejerce la industria de juguetes en la construcción de «sentido»³³ mediante el marketing y la publicidad.

Más allá de los resultados y de los juguetes propuestos, se realizó una invitación a la reflexión en el colectivo de diseñadores, en lo que respecta a la construcción de sentidos mediante la elección

.....
³³ Diego Traverso en Ministerio de Educación y Cultura (2011). *La igualdad no es juego. Concurso nacional de juguetes no sexistas*, pp. 11-12.

de determinados atributos para los objetos, y en especial los destinados a la población más joven. Con este tipo de iniciativas, se invita a problematizar sobre el papel del profesional del diseño en la vehiculización de mensajes, por medio de la creación de objetos.

Es desde este potencial comunicador del diseño que esta investigación pretende desarrollarse, contribuyendo, en lo que le sea posible, con la educación no sexista de niños y niñas uruguayos.

2.5. JUEGOS Y JUGUETES

2.5.1. EL JUEGO Y EL JUGUETE INFANTIL

Existen infinidad de definiciones de juego y de descripciones acerca de su función en el desarrollo de niños y niñas. Siempre que se habla de la niñez se habla de juego, ya que es una actividad que ocupa gran parte de su tiempo e intereses.

El juego no solo está ligado a la infancia, ya que se encuentra presente en todas las etapas de la vida de las personas con funcionalidades y formas diversas. En la niñez se utiliza el juego para comprender el mundo y la realidad que nos rodea; en la adolescencia, para descargar la tensión y confusión que generan los cambios orgánicos, y en la adultez surge como válvula de escape de los problemas cotidianos.

Si bien en la infancia no es en el único momento en que las personas jugamos, en esta etapa temprana jugar es un factor primordial para el aprendizaje sensorial, cognitivo y motriz. Mediante el juego niñas y niños aprenden a conocerse a sí mismos y a relacionarse con el mundo físico y social de su entorno, porque jugar es aprender.³⁴

Utilizando la definición del filósofo Johan Huizinga, el juego es «una acción u ocupación libre, que se desarrolla dentro de unos límites temporales y espaciales determinados, según reglas absolutamente obligatorias, aunque libremente aceptadas, acción que tiene su fin en sí misma y va acompañada de un sentimiento de tensión y alegría y de la conciencia de "ser de otro modo" que en la vida corriente».³⁵ Según Dinello, el juego es una actividad que se realiza solo si se quiere y siempre con alegría, ya que es valorada por quienes participan en ella. Es una acción dinámica que genera un compromiso en quien juega, diferenciándose completamente con el ocio, que es la falta de compromiso o ausencia de actividad. La utilidad del juego es jugar. El juego no se corresponde con la relación de rendimiento que tienen el trabajo u otro tipo de actividades impuestas, es un valor en sí mismo; ya que cada situación de juego tiene una gama de ensayos que desarrollan a la persona, siendo ésta la finalidad central de la experiencia lúdica.³⁶

La psicóloga Catherine Garvey propone cinco características descriptivas del juego infantil: es placentero y divertido; no tiene metas ni finalidades extrínsecas; es espontáneo y voluntario; implica cierta participación activa de quien juega y guarda ciertas

.....
³⁴ Martínez Reina, *op. cit.*, p. 183.

.....
³⁵ Johan Huizinga (2004). *Homo Ludens*, pp. 43-44.

³⁶ Dinello, *op. cit.*, p. 323.

conexiones sistémicas con lo que no es juego.³⁷ Esta última característica, define la función del juego y su efecto en el desarrollo de niños y niñas, ya que el juego está vinculado al desarrollo de «la creatividad, [...] la solución de problemas, al aprendizaje del lenguaje, al desarrollo de papeles sociales y a otros numerosos fenómenos cognoscitivos y sociales».³⁸ Muchos años antes, en 1941, la profesora Ethel Kawin ya hacía referencia al papel del juego, específicamente el del juguete, afirmando que «uno de los fines principales que encierra el juguete en sí, es el de ofrecer al niño [...] la oportunidad de expresarse y de poner en práctica las nuevas habilidades adquiridas en las sucesivas fases de su desarrollo normal».³⁹

Cabe destacar la influencia que posee la actividad lúdica en el desarrollo del carácter, de la personalidad adulta y la madurez psíquica. La elección de un buen juguete aumenta la calidad del juego y por tanto, es esencial para orientar de manera adecuada el aprendizaje y desarrollo de niñas y niños. No es lo mismo jugar con todo tipo de objetos que fomenten la creatividad y la libertad de juego como: elementos naturales, plastilina, formas geométricas, etc., que jugar con objetos específicamente diseñados para realizar determinada función o representar determinada situación. El juguete es un recurso lúdico que sirve para jugar, y la gran mayoría de estos objetos son reproducciones en miniatura de la vida adulta. La representación de objetos cotidianos manifestada en juguetes, impulsa la imaginación de niños y niñas a adquirir un comportamiento creativo, transmite valores, modos de hacer y de pensar, fomenta el afecto, el compañerismo y la socialización. Pues, mediante el aprendizaje de la decodificación de los significantes en una imagen, niñas y niños reconocen formas,

color, texturas, etc., que interpretarán o expresarán creando nuevas composiciones.⁴⁰

La finalidad del juguete es fomentar el juego, el aprendizaje y, por tanto, el desarrollo de niños y niñas. Estimula sus fantasías, media entre su mundo imaginario y las actividades cotidianas de su vida y la de quienes los rodean. Estos objetos de juego, son esenciales en el proceso de desarrollo psicoevolutivo de niñas y niños, y contribuyen a su educación.⁴¹

El juguete es un recurso lúdico, un objeto será juguete solamente si se le atribuye valor lúdico, ya que cualquier objeto puede serlo en potencia. Cuanto más libres jueguen niños y niñas, sin limitaciones impuestas por la reproducción de estereotipos, más libre será también la conformación de su personalidad.

Juegos y juguetes estereotipados con relación al género producen subjetividades sesgadas, reafirmando y consolidando el sistema de género de nuestra sociedad. Es por ello que, desde la práctica del diseño industrial, es importante aportar a que esa construcción se realice con libertad.

El juguete como objeto sirve como nexo entre niños y niñas y su entorno. A través de él, pueden representar o expresar sentimientos tanto a sus mayores como a sus pares. La relación del individuo con el objeto produce aprendizajes y vehiculiza la expresión del sujeto en distintas etapas de su desarrollo. En la vida de las personas, el juego no es una actividad estática, sino todo lo contrario, responde a cada momento y necesidad puntual. Se va nutriendo de la experiencia y se transforma a medida que vamos creciendo. Según Garvey, los objetos son «el primer valor en curso en el intercambio social».⁴²

³⁷ Catherine Garvey (1985). *El juego infantil*, pp. 14-15.

³⁸ *Ibid.* pp. 14-15.

³⁹ Ethel Kawin (1941). *La selección de juguetes: influencia de los juegos en la formación de la personalidad*, p. 15.

⁴⁰ Martínez Reina, *op. cit.*, pp. 183-185.

⁴¹ Martínez Reina, *op. cit.*, p. 187.

⁴² Garvey, *op. cit.*, p. 84.

2.5.2. HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE JUEGOS Y JUGUETES INFANTILES EN URUGUAY

2.5.2.1. JUEGOS POPULARES

Más de cien juegos infantiles se juegan y se jugaron en Uruguay según los autores e investigadores Matías Castro y Roxana Fernández. En su libro *Cazacurioso*,⁴³ se nombran y definen aquellos juegos que dieron forma a las infancias uruguayas, desde los tiempos coloniales hasta nuestros días.

Las clasificaciones que sugieren, atienden a las características del juego según factores varios: juegos con o sin materiales, juegos con relación al espacio físico en donde se realizan, juegos según su intensidad física, según son dirigidos o espontáneos, según su formación en el espacio, según las edades de sus participantes.

Si bien en la investigación de dichos autores, los juegos no se clasifican con respecto a si eran jugados por niñas o niños, se menciona, en algunos casos, qué género jugaba más habitualmente con qué juegos.

Juegos como el *aro*, la *bolita*, el *trompo*, el *yo-yo*, la *taba* o las *cinchadas* eran actividades lúdicas de destreza y despliegue físico, unos con mayor intensidad que otros, pero siempre masculinos. El *elástico*, los *juegos de palmas*, las *canciones y tonadillas*, la *cuerda* y la *rayuela*, eran principalmente femeninos. Juegos como la *escondida*, la *mancha*, *Martín Pescador*, la *rueda-rueda* o la *payana* eran jugados por ambos sexos y en conjunto.

⁴³ Matías Castro y Roxana Fernández (2010). *Cazacurioso, más de 100 juegos tradicionales en Uruguay*.

2.5.2.2. EL JUGUETE EN URUGUAY

Eran pocos los juguetes que se encontraban en Montevideo en tiempos de la colonia. Elaborados con elementos naturales como maderas, piedras, huesos de animales y arcillas, eran fabricados por artesanos, padres y, muchas veces, por los propios niños y niñas.

No será hasta fines del siglo XIX en Uruguay, que diversos bazares montevideanos comienzan a importar juguetes desde Europa, principalmente de Alemania, Dinamarca y Francia. Juguetes tales como arcas de Noé con animales tallados en madera, soldados de estaño y muñecas chinas, de estilo europeo, con su cabeza y miembros de porcelana vitrificada China.

A principios del siglo XX, la industria juguetera alemana era quien poseía el monopolio mundial. El atractivo diseño de sus juguetes y la excelencia en su fabricación, los hacían muy llamativos para los niños y las niñas de la época. Sin embargo, con la llegada de la Primera Guerra Mundial, el panorama se modifica temporalmente. Con la inseguridad del tráfico marítimo que producía la guerra, las grandes tiendas fueron poco a poco quedando desprovistas de juguetes importados, por lo que abrieron una puerta a los escasos fabricantes de juguetes artesanales nacionales para no quedarse con las vidrieras vacías. Al terminar el conflicto, el gran salto tecnológico derivado de las necesidades bélicas instala la producción masiva de bienes de consumo, provocando cambios en la vida de las familias de la década de 1920. Niños y niñas juegan cada vez menos en las calles, que están, a su vez, cada vez más repletas de automóviles. Se quedan en sus casas jugando con sus juguetes, objetos que ahora pueden poseer porque su costo es más económico. El incremento de la demanda de juguetes en Sudamérica lleva a que diversas firmas europeas diseñen versiones específicas de sus productos para exportar. Tal es el caso de la empresa británica *Britains*, que realizó soldaditos de plomo con uniformes uruguayos y argentinos.⁴⁴

Debido a la competencia, los fabricantes uruguayos deben esforzarse más en presentar mayor variedad de diseños a un menor precio que los juguetes importados.

⁴⁴ Diego Lascano (2004). *Juguetes uruguayos, 1910-1960*, p. 10.

Principalmente eran fabricados en madera, ya que la importación de juguetes de este material era escasa al no ser económica. La producción local de juguetes de madera promovió, según Diego M. Lascano —coleccionista de juguetes y escritor rioplatense—, que muchos carpinteros, mueblistas y ebanistas se convirtieran en jugueteros.⁴⁵ Y a su vez, en esa época «algunas metalográficas se animan a crear sencillas matrices para elaborar juguetes que comienzan a compartir la línea de producción con sus tradicionales envases de hojalata y tapas corona. Lo mismo ocurre con pequeños talleres metalúrgicos o simples poseedores de un crisol que se valen de moldes alemanes Schneider e Ideal, de venta al público, para fundir soldaditos semiplanos de plomo que luego decoran con los colores uruguayos. De este modo, el “sabor nacional” no tarda en presentarse en diseños que mezclan patrones europeos con referencias a la cultura propia».⁴⁶

Luego, en la década del treinta, el comienzo de la Segunda Guerra Mundial produce un nuevo desabastecimiento de los juguetes importados y un nuevo auge para la industria nacional. Al finalizar los años cuarenta, funcionan en el Uruguay casi un centenar de fábricas y talleres de confección de juguetes de diversos materiales y técnicas, aunque principalmente de madera y metal. En 1950, con el surgimiento del plástico en la industria, la fabricación en madera y metal se vio desplazada. Ese mismo año se funda, como iniciativa de un grupo de fabricantes montevideanos, la Cámara Industrial del Juguete y Afines, pero a pesar de sus esfuerzos por incentivar el mercado nacional, la importación gana terreno considerablemente. Los márgenes de ganancia obtenidos por los comerciantes, mediante la venta de juguetes importados, era insuperable por los fabricantes locales. Esta situación y las dificultades con los sindicatos en los años sesenta, provocan el cierre de la mayoría de las fábricas jugueteras uruguayas.

Desde los años setenta a la actualidad, la amplia mayoría del mercado está colmada por juguetes importados de diversos países con una presencia mayoritaria de materiales plásticos.

Las nuevas tecnologías, la computación y la electrónica influirán tanto en la producción y fabricación de juguetes como en su constitución. La tecnología electrónica de los juegos de ordenador revoluciona el mercado y el diseño de objetos de juego. Entrados los años ochenta, algunos niños y niñas uruguayos comienzan a adquirir, muchas veces traídos desde el exterior, juguetes electrónicos como las consolas de videojuegos *Atari 2600*; un aparato que podía conectarse al televisor y con el cual podían jugarse varios juegos con un sistema de cartuchos.

Los videojuegos y la televisión, rápidamente se convierten en los juegos por excelencia con los que niñas y niños pasan su tiempo de ocio y entretenimiento; moda que perdura hasta nuestro días.

Actualmente en el mercado, pueden adquirirse variedad de juguetes en cuanto a formas, funciones, materiales y precios. No existen estadísticas en Uruguay respecto a cuáles son los juguetes más vendidos en los últimos años, solo sabemos qué es lo que las tiendas ofrecen y promocionan.

2.5.2.3. INFLUENCIA DE LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN JUEGOS Y JUGUETES

Niños y niñas, según su edad, poseen diferentes preferencias lúdicas, marcadas por su etapa de desarrollo psicoevolutivo. El desarrollo de sus capacidades senso-motoras: aprender a caminar, saltar, correr, la adquisición del lenguaje, etc., vienen acompañadas de diferentes formas de jugar.



Tranvía de ADMET de madera fabricado por De Guili, Montevideo 1950. Fuente: Lascano, Montevideo, 2004. p. 14.

⁴⁵ *Ibid.* p. 11.

⁴⁶ *Ibid.* pp. 11-12.



▲ Auto de carreras de madera fabricado por Lussich, Mvd. 1946.
Fuente: Lascano, 2004. p. 19.



▲ Locomotora de AFE de metal, fabricante desconocido, Mvd. 1960.
Fuente: Lascano, 2004. p. 36.



▲ Muñeca Duquesita fabricada por Duque Hnos., Mvd. 1957.
Fuente: Lascano, 2004. p. 62.



▲ Futbolito musical fabricado por Coloso, Mvd. 1957.
Fuente: Lascano, 2004. p. 22.



▲ Camión de Crush de metal fabricado por Vignoli, Mvd. 1949.
Fuente: Lascano, 2004. p. 40.



▲ Cocinita de madera fabricada por Onacea, Mvd. 1953.
Fuente: Lascano, 2004. p. 27.



▲ Blandengues de plomo fabricados por Castagnola, Mvd. 1950.
Fuente: Lascano, 2004. p. 59.



▲ Pato con carrito de madera fabricado por Grau Pérez, Mvd. 1950.
Fuente: Lascano, 2004. p. 29.



▲ Juguetes Aladin de madera fabricados por J. Torres García.
Fuente: Lascano, 2004. p. 30.

La socialización temprana trae consigo la socialización de género, y la influencia del entorno se hace cada vez más fuerte a medida que el individuo crece. Niñas y niños perciben la diferencia entre los géneros basados en la manera diferenciada en la que la mayoría de las personas nos comportamos, vestimos, actuamos y, por qué no también, jugamos en función de nuestro sexo biológico. Aprenden qué se espera de cada uno según su sexo. Las actitudes propias se premian y fomentan, y las impropias se castigan o reprimen. Es así como, progresivamente, niños y niñas interiorizan qué juegos y juguetes son «adecuados» para cada cual. Cómo se les eduque con relación a su propio género será un factor determinante en la conformación de sus preferencias lúdicas y, en consecuencia, del desarrollo de su personalidad. Si a ellos se los estimula a tener un rol activo, a ser fuertes y aventureros, y a ellas se las educa para ser pasivas, débiles y sumisas, es de esperar que mujeres y varones en sus vidas adultas reproduzcan estos comportamientos estereotipados aprendidos.

2.5.3. EL JUGUETE COMO OBJETO COMUNICACIONAL

El juguete como objeto tiene una presencia física material con capacidad de comunicar. La capacidad de comunicar que posee el objeto, depende de su capacidad de ser percibido. Cuando se percibe un determinado objeto, la persona elabora una idea de lo que nota a partir de la relación entre las cualidades que de él perciba y la realidad que haya conocido. Esta actividad se realiza constantemente, y es motivada por la necesidad de los seres humanos de comprender la realidad que los rodea para poder desenvolverse en ella.⁴⁷

Las cualidades de los objetos son percibidas por las personas mediante sus sentidos (vista, oído, tacto, gusto y olfato). Algunas de estas son: el color, el brillo, la transparencia u opacidad, la temperatura, la consistencia, el peso, la forma, la textura o la

⁴⁷ Susana Vázquez (2006). *Capacidad de comunicar de los objetos*, p. 5.

superficie, el volumen o el tamaño, la ubicación espacial, el sonido, el olor y el sabor.

Los juguetes, al igual que cualquier otro objeto material, poseen una serie de características que son advertidas, reconocidas y luego interpretadas por los individuos. Sobre la base de esta interpretación se establece una comunicación.

2.5.3.1. EL COLOR COMO SÍMBOLO

El color es una de las principales fuentes de comunicación del lenguaje visual. Una cualidad sumamente considerada en el diseño de juguetes. La percepción del color origina sensaciones y provoca reacciones emocionales que afectan al comportamiento del individuo. Es portador de simbología, y esta varía según cada cultura. Varias décadas atrás no resultaba extraño identificar a una mujer viuda por sus vestiduras de color negro.

En nuestra sociedad, se utiliza el color como forma de indicar el género de niños y niñas con relación a los objetos de su entorno más cercano, como ropa y juguetes. Oficia como símbolo de determinado género, haciendo que la identificación del objeto sea inmediata.

Así, por ejemplo, el celeste es el color que tradicionalmente se asigna al bebé varón, mientras que el rosa, al bebé niña. Los colores pasteles, en general también están asociados al bebé, pero de ambos sexos, y a la niña de cualquier edad. Sin embargo, los colores vinculados al niño que ya no es un bebé son colores fuertes y brillantes que invitan a la acción.

Percibimos al color rosa como representativo de tranquilidad y serenidad. Es delicado, simboliza la poética del amor, el romanticismo, la calidez afectiva. Es por ello que nuestra sociedad considera que este color personifica al género femenino y, en contraposición, nunca al masculino.⁴⁸

El rosa nos indica que el juguete es para niña y el mercado utiliza fuertemente esta simbología.

⁴⁸ Martínez Reina, *op. cit.*, p. 299.

Con relación a ello, la atracción de las niñas por juguetes tradicionalmente considerados masculinos, como por ejemplo las pelotas o los vehículos, ha llevado a la industria a transformar comercialmente estos productos en juguetes femeninos mediante el uso del color rosa en su diseño.

Muchas veces, en las jugueterías, vemos cómo el mismo juguete es segmentado por los fabricantes con relación al género, agregándole en su diseño colores, formas y personajes diferenciados, siendo su uso y funcionalidad exactamente la misma.

2.5.4. VALORES DE GÉNERO EN JUEGOS Y JUGUETES INFANTILES

Para conocer en qué medida las niñas y los niños adquieren los estereotipos de género presentes en su entorno social, y como estos se consolidan en roles de conducta adulta, debemos estudiar los estereotipos presentes en algunos juguetes y cómo estos valores se manifiestan en las preferencias lúdicas de niños y niñas.

En este sentido, María Carmen Martínez Reina realizó su tesis doctoral titulada *Valores de género en el diseño de juguetes infantiles*,⁴⁹ con el objetivo de demostrar la posición de los juegos infantiles como transmisores de estereotipos de género. Estudió cómo los individuos desde su infancia asocian, a través de los juguetes, los elementos de su entorno a un género u otro. Y cómo somos nosotros mismos, como parte de una sociedad, quienes etiquetamos nuestras acciones y transmitimos este legado de barreras sexuales a las nuevas generaciones.

Martínez se propuso estudiar de qué manera los juguetes infantiles y su publicidad promueven

estereotipos de género, mediante un análisis semiótico de ambas imágenes y del estudio de cómo asumen estas informaciones niñas y niños de entre 3 y 7 años, e incluso cómo la perciben los adultos (las personas usuarias meta y operacionales de los productos respectivamente).

Para este estudio se seleccionaron treinta y cinco juguetes basados en su publicidad y presencia en el mercado para las navidades de los años 2002, 2003 y 2004 en España. Con los juguetes elegidos, se realizó un estudio semiótico, tanto de los objetos como de su publicidad, para determinar los mensajes de género que transmiten. Dicho estudio se fundamenta en los modelos de análisis semióticos descritos por Roland Barthes sobre los mensajes publicitarios. Consisten en descifrar, por un lado, los mensajes emitidos por los objetos y, por otro, la forma en que estos se transmiten. Trata también sobre la semántica del objeto, es decir, el significado que este posee y la clasificación que nos es sugerida o impuesta por nuestra sociedad.

El instrumento elegido para recabar información sobre las percepciones de las diferentes personas usuarias fue el cuestionario tipo test de imágenes. Martínez diseñó dos modelos de cuestionario adecuándolos a cada edad: uno para niños y niñas de 3 a 7 años, y otro para personas adultas. La pregunta en ambos sondeos giró en torno a las percepciones de género que poseían las personas entrevistadas respecto de los juegos y los juguetes propuestos. Para el público infantil la pregunta fue: «¿Quién crees tú que juega con este juguete: el niño, la niña o ambos?», y para las personas adultas: «De la siguiente lista de juguetes, ¿cuáles regalarías a un niño, a una niña o a ambos?»; siendo *niño*, *niña* o *ambos* las tres posibles respuestas a realizar. Los cuestionarios mostraron doce imágenes de juguetes tradicionalmente considerados femeninos, doce masculinos y once neutros, tomando como referencia al género que estaba dirigida su publicidad. Estas encuestas fueron realizadas a cuatrocientos niñas y niños de Educación Primaria de la Comunidad Andaluza y a doscientos estudiantes universitarios de las facultades de Ingeniería Informática de la Universidad Autónoma de Madrid y de Bellas Artes en la ciudad de Granada.

⁴⁹ María Carmen Martínez Reina (2005). *Valores de género en el diseño de juguetes infantiles*.

Los juguetes integrantes de esta encuesta fueron elegidos teniendo en cuenta su publicidad y demanda en el mercado, y según sus características y funciones principales. Se eligieron algunos diseños de juguetes que estuviesen relacionados con las siguientes categorías: la estética; las actividades domésticas; la maternidad; muñecos creados a partir de personajes televisivos y de cine infantil; mascotas de juguete; muñecos bélicos que representasen vehículos de transporte y de acción; juegos de oficios; juegos y juguetes musicales; muñecos que mueven hablan o emiten sonidos; juegos de construcción; juguetes deportivos y videojuegos.

En su investigación, Martínez concluyó que existe relación entre la experiencia lúdica que niños y niñas viven durante su infancia y su realidad adulta. El juego y los juguetes son poderosos medios socializadores, capaces de condicionar y modelar educativamente su capacidad de selección y preferencia. La educación en el ámbito familiar y social potencia valores de género que reproducen estereotipos. Los medios de comunicación y la publicidad se encargan de reforzar estos conceptos sexistas ofreciendo imágenes «modelo» de cómo debe ser y comportarse uno y otro sexo.

El instrumento utilizado en la investigación de Martínez realiza un abordaje desde la perspectiva de las personas usuarias. Este es tomado y adaptado por nuestra investigación, por poseer cierto grado de confiabilidad, al ya haber sido utilizado en un trabajo de tesis doctoral. La propuesta metodológica de esta tesis pretende adaptar el instrumento utilizado por Martínez para recabar información acerca de

las preferencias de las personas usuarias y su entorno, tomando en cuenta la coyuntura actual del Uruguay. Se realizará un relevamiento de juegos y juguetes presentes en el mercado uruguayo y nos acercaremos a las diferentes personas usuarias de dichos objetos —mediante entrevistas, cuestionarios y grupos de discusión—, con el objetivo de identificar cuáles son las características y atributos que hacen al juguete sexista o no sexista según su opinión. Luego, con esos insumos, podremos diseñar objetos que contribuyan con una educación infantil no sexista y estereotipada.

Lograr identificar cuáles son las características o cualidades del objeto, formales o conceptuales, que hacen que el juguete sea asociado a uno u otro sexo, es uno de los desafíos. Podríamos decir que la designación estereotipada de roles según el sexo, es una característica conceptual que indica cuándo un juguete está dirigido a una niña o a un niño. Por ejemplo, una aspiradora de juguete es femenina y una caja de herramientas es masculina. Pero también, contamos con ejemplos en los que el género al que está dirigido un determinado juguete —con relación a la acción que propone— cambia con la incorporación del color «correspondiente» al otro género. Y así, una camioneta de color rosa de la marca Barbie es considerada un juguete femenino, mientras que otra camioneta de color rojo o azul y de morfología similar es considerada un juguete masculino.

Problematizar, profundizar e identificar cuáles son las características de juegos y juguetes que desencadenan conductas sexistas será el desafío de esta investigación.

3

DESARROLLO
DE LA
PROPUESTA
METODOLÓGICA

3.1. ANÁLISIS DE LAS CONDICIONES

3.1.1. RELEVAMIENTO DE JUEGOS Y JUGUETES PRESENTES EN EL MERCADO URUGUAYO

En el mes de agosto del 2013 se realizó un relevamiento de juegos y juguetes presentes en el mercado uruguayo, con el fin de analizar cuál era la oferta actual de productos lúdicos en nuestro país. Se escogió agosto, ya que en este mes se celebra la fecha comercial conocida como Día del Niño, en la cual se obsequian objetos, preferentemente juguetes, a las personas más pequeñas de la familia.

Para esa fecha, los negocios que comercializan productos lúdicos infantiles ponen a disposición del público una amplia variedad de juegos y juguetes para todas las edades.

El relevamiento se realizó en siete reconocidas jugueterías de plaza, que dieron su consentimiento y apoyo a este proyecto. Estas son: Giocattoli, Giro Didáctico, Imaginarium, Kalén, Mosca Hermanos, Palacio de los Niños y Toy Store. En total se relevaron 361 juguetes, intentando abarcar la mayor amplitud de funciones y características lúdicas de los juguetes ofrecidos. Estos juguetes fueron agrupados en categorías y clasificados según el género al cual va dirigida su publicidad y empaque. Así, podemos encontrar las categorías de juguetes dirigidas al público femenino, masculino o a ambos (al cual llamamos «neutro»⁵⁰).

.....
⁵⁰ Acuña un término para referirnos a la clasificación de juegos y juguetes, en la que el juego de niñas tanto como de niños está socialmente permitido, no ha sido una tarea sencilla. Se utiliza la palabra *neutro*, no como adjetivo, sino como categoría de género en su acepción gramatical (distinta del femenino y masculino), y con la cual se designa a ambos géneros.

3.1.1.1. FICHAS DESCRIPTIVAS DE JUEGOS Y JUGUETES

Muñecas flacas, figuras y accesorios



MUÑECO/A CONEJO/A ANTROPOMÓRFICO/A








Género al cual se dirige según su publicidad y empaque

FICHA N° 20

Muñecos de acción y accesorios



MUÑECO MAX STEEL VUELO TURBO








Género al cual se dirige según su publicidad y empaque

FICHA N° 155

Ejemplos de fichas de juegos y juguetes.

3.1.1.2. ANÁLISIS TIPOLOGICO

FEMENINOS



Muñecas flacas, figuras y accesorios



Muñecos o muñecas bebé y accesorios relacionados a su cuidado



Casitas de muñecas o muñecos y sets de figuras en ambientes



Juegos relacionados con las tareas de limpieza del hogar



Juegos de belleza, tocador y cuidado personal



Juegos relacionados con la cocina y los alimentos

MASCULINOS



Muñecos de acción y accesorios



Juegos de herramientas e instrumentos relacionados con oficios y ocupaciones



Vehículos de transporte terrestre de juguete



Pistas de rodados de juguete



Pelotas



Vehículos de transporte aéreo de juguete

NEUTROS



Muñecos de compañía de peluche



Juegos de bloques y construcción



Computadoras y artículos electrónicos de juguete



Instrumentos musicales de juguete



Puzzles



Juegos relacionados con el comercio y la venta

3.1.1.3. ANÁLISIS DE LOS DATOS OBTENIDOS

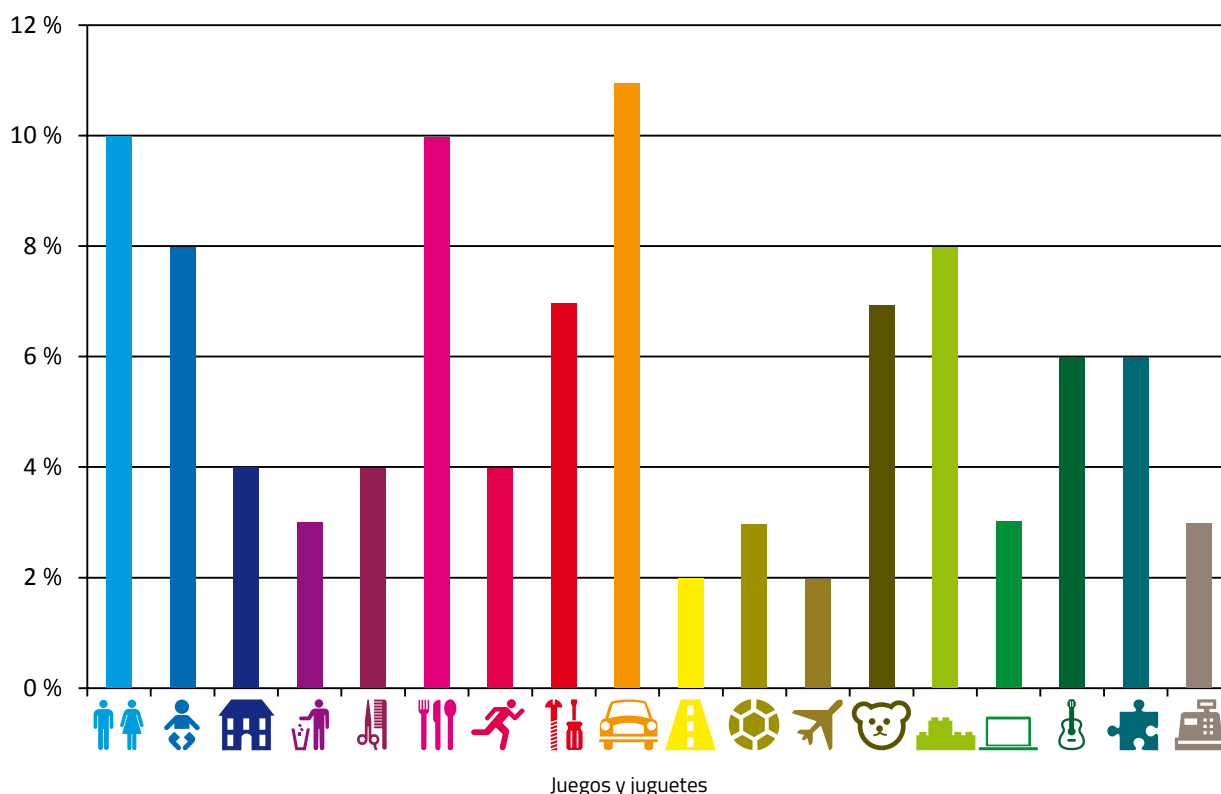
Para analizar los datos obtenidos a partir del relevamiento realizado, se confeccionó la siguiente tabla comparativa.

CATEGORÍA	FICHAS DE JUEGOS Y JUGUETES						DIRIGIDO A PÚBLICO						
	DESDE	HASTA	CANT FICHAS	TOTAL CLASIF	% CANT	% TOTAL	FEM	MASC	NEUT	% FEM	% MASC	% NEUT	
FEMENINOS		1	35	35	142	10	39	23	0	12	66	0	34
		36	65	30		8		26	0	4	87	0	13
		66	81	16		4		8	6	2	50	38	13
		82	92	11		3		9	0	2	82	0	18
		93	106	14		4		11	2	1	79	14	7
		107	142	36		10		11	0	25	31	0	69
MASCULINOS		143	156	14	102	4	28	0	13	1	0	93	7
		157	181	25		7		8	10	7	32	40	28
		182	219	38		11		2	30	6	5	79	16
		220	228	9		2		0	6	3	0	67	33
		229	238	10		3		2	5	3	20	50	30
		239	244	6		2		0	6	0	0	100	0
NEUTROS		245	269	25	117	7	32	7	1	17	28	4	68
		270	297	28		8		3	7	18	11	25	64
		298	309	12		3		5	3	4	42	25	33
		310	329	20		6		5	4	11	25	20	55
		330	351	22		6		10	6	6	45	27	27
		352	361	10		3		4	1	5	40	10	50
TOTAL			361				134	100	127	37	28	35	

Tabla 3.1 | Tabla comparativa sobre los resultados obtenidos en el relevamiento de juguetes presentes en el mercado uruguayo.

En la gráfica 3.1, observamos el porcentaje de juegos y juguetes de las distintas categorías, con relación al total de juegos y juguetes relevados. En ella podemos apreciar cómo los juguetes más populares (10 % o más) en jugueterías de plaza son: los vehículos de

transporte terrestre; las muñecas flacas, figuras y accesorios, y los juegos relacionados con la cocina y alimentos. Los juguetes menos populares (con un 2 % o más) son: pistas de rodados de juguete y vehículos de transporte aéreo.



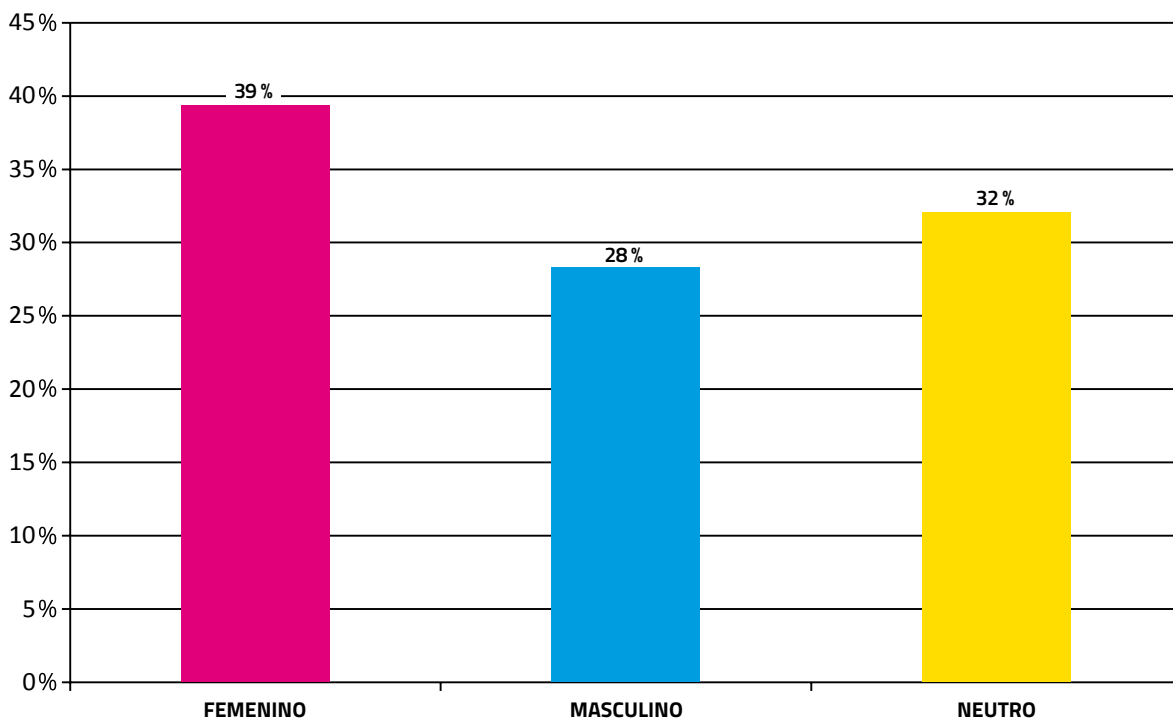
Gráfica 3.1 | Porcentaje de juegos y juguetes de las diferentes categorías, con relación al total relevado.

Con respecto a aquellos juegos y juguetes tradicionalmente dirigidos a un público femenino, masculino o neutro (gráfica 3.2), podemos apreciar cómo hay una amplia mayoría de juguetes dirigidos al público femenino en el mercado uruguayo, seguida de la oferta de juguetes para ambos géneros y por último, aquellos dirigidos a varones.

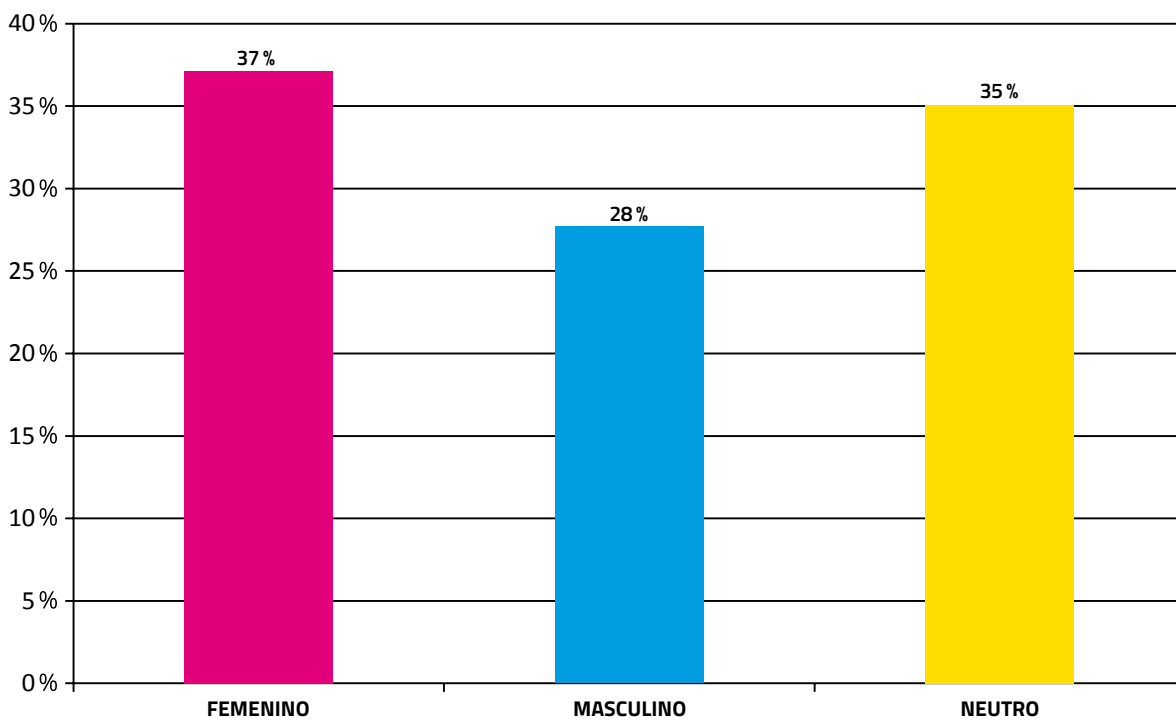
Se produce una muy leve diferencia con aquellos juegos y juguetes clasificados según al género al cual va dirigida su publicidad y su empaque (gráfica 3.3), aumentando mínimamente el porcentaje de

juguetes neutros y disminuyendo también mínimamente el de juguetes femeninos. De todas maneras, la mayoría femenina y la minoría masculina se mantienen.

Podríamos concluir que la publicidad y el empaque de juegos y juguetes legitima aquello que nuestros estereotipos sociales nos indican; existiendo muy pocos casos de productos tradicionalmente considerados adecuados para un determinado sexo cuya publicidad o empaque nos indique que debe ser utilizado por otro distinto.



Gráfica 3.2 | Porcentaje de juegos y juguetes tradicionalmente dirigidos al público femenino, masculino y neutro.

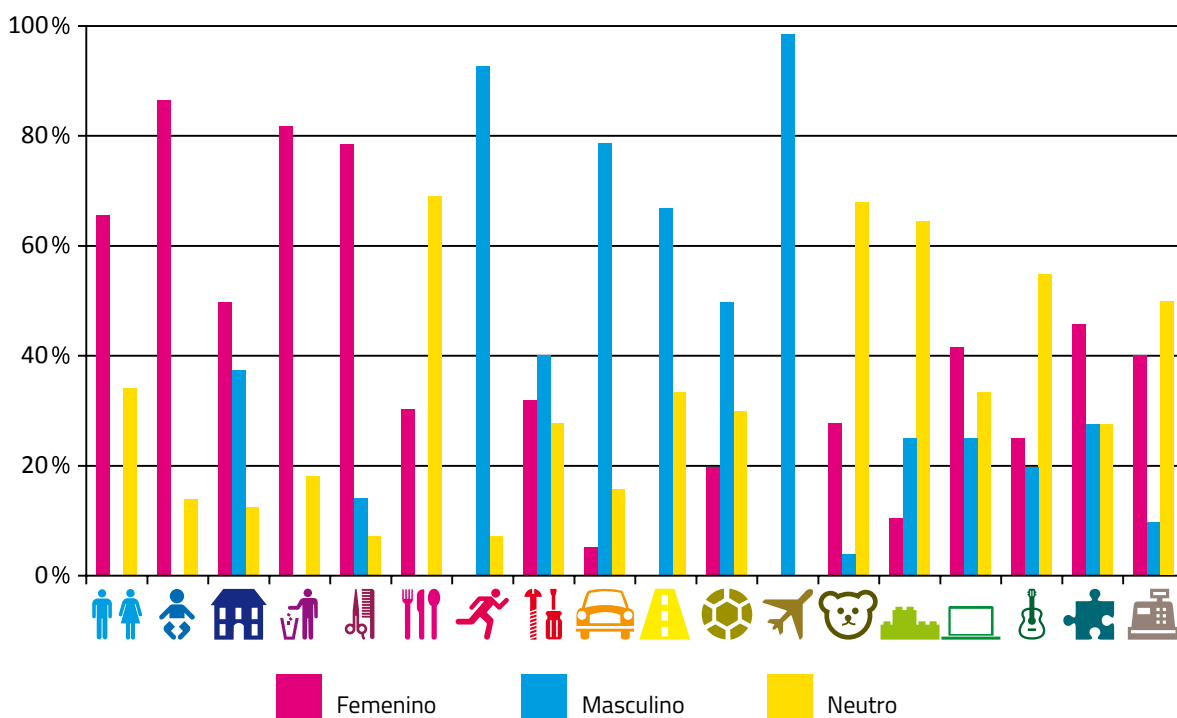


Gráfica 3.3 | Porcentaje de juegos y juguetes clasificados según el género al cual va dirigida su publicidad y empaque.

Dentro de los juegos y los juguetes infantiles relevados, en aquellas tipologías de juguetes que tradicionalmente se consideran apropiadas para un determinado género, raramente se encuentran juguetes cuya publicidad o empaque apunte al otro género, pero sí que contemple el juego por ambos (gráfica 3.4).

Existen algunos casos de juegos y juguetes en los cuales la tradición indica que son apropiados para determinado género, pero en la mayoría de los objetos relevados, su publicidad apunta a otro grupo.

Estos casos ocurren en su mayoría en los juguetes considerados neutros, como las computadoras y artículos electrónicos de juguete, los puzzles, y los juegos relacionados con el comercio y la venta. Solo existe un caso de juguete tradicionalmente considerado masculino o femenino, en el que ocurre una diferencia entre lo que nos indica la tradición estereotipada y la publicidad-empaque del objeto; y este es el caso de los juguetes relacionados con la cocina y los alimentos, tradicionalmente considerados femeninos, en los que hoy en día predomina una publicidad para ambos géneros.



Gráfica 3.4 | Género al cuál está dirigida la publicidad de juegos y juguetes según categorías, con relación al total de juegos y juguetes relevados en cada categoría.

3.1.2. GRUPO DE DISCUSIÓN Y DE TRABAJO EN DISEÑO (CODISEÑO) CON EXPERTOS Y PROFESIONALES EN GÉNERO Y EDUCACIÓN

3.1.2.2. ESTRUCTURA DE LA ACTIVIDAD

OBJETIVO

Aproximarse a cuáles son las características y atributos que hacen al juguete sexista o no sexista, según la opinión experta y profesional.

PERFIL DE LOS PARTICIPANTES

Se convocó a mujeres y varones:

- a. Profesionales de la educación de niños y niñas de segunda infancia. Docentes, educadores sociales.
- b. Miembros de organizaciones sociales vinculadas a cuestiones de género. Organizaciones feministas, de defensa de los derechos de las mujeres.
- c. Profesionales de las ciencias sociales que trabajen con temáticas de género o con niños y niñas. Sociólogos/as, trabajadores/as sociales, psicólogos/as, profesionales del derecho.
- d. Profesionales del diseño que desarrollen productos infantiles o productos con enfoque de género.

ANTECEDENTES

Relevamiento de juegos y juguetes presentes en el mercado uruguayo.

METODOLOGÍA

Grupo de discusión con entrevista semiestructurada.

De los 361 juguetes relevados previamente, se tomaron tres ejemplos distintos de cada categoría para realizar la actividad.

Esto constituye: 18 objetos de las categorías de juguetes tradicionalmente considerados femeninos, 18 de las categorías de juguetes tradicionalmente considerados masculinos y 18 de las categorías consideradas neutras. En total, se trabajó en torno a 54 juguetes.

Se dividió a las personas participantes en tres grupos, los cuales trabajaron sobre los juguetes de una de las clasificaciones propuestas: juguetes considerados masculinos, femeninos o neutros.

Cada equipo contó con una *ficha*, en la cual se apreciaba una imagen del juguete, y con un *formulario* por cada producto, donde debían contestar las siguientes preguntas relativas a cada juguete en cuestión:

¿Este juguete posee atributos sexistas?

a) Si cree que sí, ¿cuáles son? ¿Podría enumerarlos?

b) Si cree que no, ¿por qué? ¿Cuáles son los atributos que posee que lo hacen no sexista? ¿Podría enumerarlos?



Ejemplo de ficha

Ejemplo de formulario

DURACIÓN

Dos horas reloj.

FECHA Y LUGAR

Sábado 14 de setiembre del 2013, de 16:00 a 18:00 h, en la Facultad de Arquitectura de la Universidad de la República (Br. Artigas 1031).

CRONOGRAMA

16:00 a 16:10 | 10 min

Recepción/acreditaciones de las personas participantes.

16:10 a 16:20 | 10 min

Presentación de la tesis.

16:20 a 16:30 | 10 min

Presentación de las personas participantes.

16:30 a 17:15 | 45 min

Trabajo en equipos sobre dinámica propuesta.

17:15 a 17:45 | 30 min

Puesta en común de las conclusiones de los equipos.

17:45 a 18:00 | 15 min

Cierre.

RECURSOS LOCATIVOS

Salón confortable, con butacas y mesas de trabajo suficientes para veinte personas, y espacio para poder organizarlas de forma circular.

RECURSOS MATERIALES

- Cámara de video para registro visual y sonoro.
- Cámara fotográfica.
- Proyector.
- Fichas de productos.
- Formularios de productos.

RECURSOS HUMANOS

- Persona que realice la filmación del evento.
- Persona que realice el registro fotográfico del evento.





3.1.2.3. DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD PROPUESTA

En un principio se planteó la posibilidad de realizar cuatro grupos distintos en dos sábados de setiembre del 2013. Por una cuestión de convocatoria, y sin ningún desmedro en la calidad de los resultados obtenidos, se decidió concentrar todos los grupos en uno solo numeroso, realizado el sábado 14 de setiembre a la tarde; en él participaron diecinueve personas, entre profesionales y estudiantes, provenientes de variadas áreas de conocimiento.

Estas personas provenían de diferentes disciplinas sociales, lo cual le otorgó un amplio enfoque a la actividad. Concurrieron varios profesionales del diseño, de la educación, de la sociología, de la psicología, del trabajo social, de la antropología y de las artes. La edad de quienes participaron también fue un factor variado, no en cambio su género, ya que la amplia mayoría de las asistentes fueron mujeres.

Contamos con la participación de:

- **Felipe.** Estudiante de educación inicial y de cocina.
- **Mercedes.** Estudiante de Diseño Industrial en la Escuela Universitaria Centro de Diseño (EUCD), interesada en el diseño de juguetes infantiles. Educadora Inicial, actualmente trabajando con niños de dos años.
- **Ana.** Trabajadora Social. Su tesis de grado trata sobre juegos y juguetes infantiles desde una perspectiva de género.
- **Susana.** Socióloga. Actualmente está desarrollando su tesis de maestría sobre lenguaje no sexista.
- **Amparo.** Trabajadora Social y Licenciada en Pedagogía. Formada en igualdad de género.
- **Daniela.** Estudiante de Diseño Industrial en la EUCD.
- **Ana Inés.** Diseñadora Industrial egresada de la EUCD. Formada en juego y recreación. Actualmente trabajando en el programa Campamentos Educativos de la Administración Nacional de Educación Pública (ANEP).
- **Susana.** Payasa y Diseñadora Industrial egresada de la EUCD.
- **Claudia.** Educadora Inicial desde hace dieciséis años. Ha trabajado con niños y niñas de 3, 4 y 5 años.
- **María.** Docente de la materia Ergonomía en la EUCD.
- **Emilia.** Antropóloga. Tallerista infantil de cerámica.
- **Lucía.** Diseñadora Industrial egresada de la EUCD, con gran interés en el diseño de juegos y juguetes infantiles.
- **Nuria.** Psicóloga y empresaria. Lleva la representación de la multinacional de juguetes Imaginarium en Uruguay.
- **Roxana.** Docente de Educación Primaria. Integrante del Programa de Educación Sexual de ANEP.
- **Yanine.** Profesora. Perteneciente al Consejo de Educación Secundaria. Forma parte de la Comisión de Educación Sexual de Secundaria.
- **María.** Artesana. Trabaja en la juguetería artesanal Kalén.
- **Ana Clara.** Estudiante de artes en el Instituto Escuela Nacional de Bellas Artes (IENBA). Con inquietud sobre temáticas de género.
- **Florencia.** Estudiante de Gestión Cultural. Interesada por las temáticas de género y diversidad sexual.
- **Pablo.** Diseñador Industrial egresado de la EUCD.



3.1.2.4. CONCLUSIONES SOBRE LA ACTIVIDAD

RESPUESTA Y DEVOLUCIÓN DE LAS PERSONAS PARTICIPANTES DURANTE LA ACTIVIDAD

Desde el comienzo, el clima de trabajo resultó muy positivo. Las y los participantes se integraron con rapidez a los equipos de trabajo, intercambiando opiniones y perspectivas sobre los juegos y los juguetes propuestos, en un clima de respeto y fraternidad.

La devolución de las personas participantes respecto de la actividad, también resultó muy positiva. Se destaca su inquietud por generar otros espacios en los cuales discutir estos temas y tener experiencias enriquecedoras, tanto desde el punto de vista profesional como personal.

Surgió también de la reflexión, destacar la importancia de participar a los usuarios en todas las etapas de diseño, sobre todo, que quien diseña sea consciente de la gran responsabilidad que posee a la hora de proyectar objetos lúdicos para niños y niñas. Por otro lado, también se destacó que en este tipo de instancias, somos las personas adultas quienes reflexionamos y pensamos sobre las niñas y los niños. Y que la mayoría de los permisos y prohibiciones que estos sufren, con respecto a qué juguetes son adecuados o no para el juego de uno u otro género, son construcciones adultas y no infantiles. A medida que las personas crecen van interiorizando estos roles sociales y los reproducen a las nuevas generaciones, pero mientras niñas y niños son pequeños y no se los reprime, estos juegan con todos los objetos con los que tengan oportunidad.

3.1.2.5. CONCLUSIONES SOBRE LOS JUEGOS Y LOS JUGUETES ESTUDIADOS POR LOS EQUIPOS

A continuación, expondremos las conclusiones elaboradas en los formularios por los diferentes equipos, con respecto a los juegos y los juguetes analizados.

Comenzaremos con el grupo de juguetes tradicionalmente considerados femeninos y continuaremos por los masculinos para finalizar con los neutros; siguiendo a su vez el orden de las categorías planteadas.





MUÑECAS FLACAS, FIGURAS Y ACCESORIOS

FEMENINO



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a una niña.
- Su marca: Barbie, asociada a productos para el género femenino.
- La necesidad de tener pareja preocupa fundamentalmente a las mujeres.
- El muñeco varón posee aspecto levemente femenino.

NEUTRO



El equipo concluyó que este juguete no posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían tanto a una niña como a un niño.
- Sus colores no son condicionantes.
- La ausencia de elementos fácilmente identificables con uno u otro género. Por ejemplo, *bijou* u otros accesorios femeninos, o pistolas o armas considerados accesorios masculinos.
- Ambos muñecos son asexuados y sus ropas, intercambiables.

NEUTRO



El equipo concluyó que este juguete no posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían tanto a una niña como a un niño.
- Sus colores no son condicionantes.
- Su empaque no indica género.


MUÑECOS Y MUÑECAS BEBÉ Y ACCESORIOS RELACIONADOS A SU CUIDADO


El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a una niña.
- El uso del color rosado.
- La inclusión de una niña en su empaque.
- La reafirmación del rol social de género que establece que son las mujeres quienes deben encargarse del cuidado de bebés.



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a una niña.
- Aunque los colores no respondan a un género determinado, sí lo hace el rol social de género al cual responde la actividad propuesta.



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a una niña.
- Aunque los colores no respondan a un género determinado, sí lo hace el rol social de género al cual responde la actividad propuesta.



CASITAS DE MUÑECAS O MUÑECOS Y SETS DE FIGURAS EN AMBIENTES

NEUTRO



El equipo concluyó que este juguete no posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían tanto a una niña como a un niño.
- Habilita también a jugar pintando la casa.
- La madera sin color es neutra.

FEMENINO



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a una niña.
- El uso del color rosado.
- La decoración de su empaque.

NEUTRO



El equipo concluyó que este juguete no posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían tanto a una niña como a un niño.
- Los colores que se utilizan no aluden simbólicamente a ningún género en particular, si bien la figura femenina es de color rojo y la masculina, azul.



JUEGOS RELACIONADOS CON LAS TAREAS DE LIMPIEZA DEL HOGAR



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a una niña.
- El uso del color rosado.
- La decoración de su empaque y la presencia de solo una niña en él.
- Su nombre en inglés dirigido a las niñas *Beauty Washer Fashionable Girls Series* (Hermosa lavadora para chicas a la moda).
- La reafirmación de estereotipo que establece que son las mujeres quienes deben encargarse de la limpieza.



El equipo concluyó que este juguete no posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían tanto a una niña como a un niño.
- Los colores que se utilizan no aluden simbólicamente a ningún género en particular.

Con respecto a su aspecto lúdico, el equipo opina que no posee muchos elementos lúdicos, y algunas integrantes consideran que directamente no debería ser considerado un juguete.



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a una niña.
- El uso del color rosado.
- La decoración de su empaque y la presencia de una niña en él.
- La reafirmación de estereotipo que establece que son las mujeres quienes deben encargarse de la limpieza.



JUEGOS DE BELLEZA, TOCADOR Y CUIDADO PERSONAL

NEUTRO



El equipo concluyó que este juguete no posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían tanto a una niña como a un niño.
- Las películas y series de dibujos animados de Los Pitufos, son vistas por ambos géneros.
- Ambos géneros utilizan bolsos y mochilas.

FEMENINO



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a una niña.
- El uso del color rosado.
- Su marca: Monster High, asociada a productos para el género femenino.
- Su empaque.

FEMENINO



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a una niña.
- El uso del color rosado.
- Su marca: Barbie, asociada a productos para el género femenino.
- Su empaque.



JUEGOS RELACIONADOS CON LA COCINA Y LOS ALIMENTOS



El equipo concluyó que este juguete no posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían tanto a una niña como a un niño.
- Los colores que se utilizan no aluden simbólicamente a ningún género en particular.
- Su empaque también posee colores neutros.



El equipo concluyó que este juguete no posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían tanto a una niña como a un niño.
- Los colores que se utilizan no aluden simbólicamente a ningún género en particular.
- Su empaque también posee colores neutros.



El equipo concluyó que este juguete no posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían tanto a una niña como a un niño.
- Los colores que se utilizan no aluden simbólicamente a ningún género en particular.



MUÑECOS DE ACCIÓN Y ACCESORIOS

MASCULINO



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a un niño.
- Alude a características masculinas como la fuerza y la agresividad.
- Las dimensiones corporales del juguete están asociadas al estereotipo masculino de belleza.
- Todos los personajes presentes en su empaque son masculinos.

MASCULINO



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a un niño.
- Alude a características masculinas como al modelo de héroe, la guerra y la violencia.
- La temática es masculina.
- Los colores presentes en el juguete son oscuros.

MASCULINO



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a un niño.
- El puño cerrado y la espada aluden a la violencia y al concepto de superhéroe.
- Los colores presentes en el juguete son simbólicamente asociados a lo masculino.



**JUEGOS DE HERRAMIENTAS E INSTRUMENTOS
RELACIONADOS CON OFICIOS Y OCUPACIONES**

NEUTRO



El equipo concluyó que este juguete no posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían tanto a una niña como a un niño.
- Los colores que se utilizan no aluden simbólicamente a ningún género en particular, se asocian al jardín, siendo su cuidado la actividad propuesta.
- Sus formas también son consideradas no sexistas.

MASCULINO



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a un niño.
- Sus colores se asocian a lo masculino.
- Es un juguete relacionado a profesiones predominantemente masculinas como la carpintería y la albañilería.

FEMENINO



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a una niña.
- El uso del color rosado en el packing asociado a lo femenino.
- Las herramientas de peluquería también presentan color rosado.
- En su empaque se presentan dos niñas jugando.
- Es un juguete de peluquería, una profesión predominantemente femenina.



VEHÍCULOS DE TRANSPORTE TERRESTRE DE JUGUETE



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a un niño.
- Posee atributos morfológicos que lo hacen un juguete masculino por los caños metalizados.
- Utilización de colores fuertes y brillantes.



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a un niño.
- Está vinculado con profesiones predominantemente masculinas.



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a un niño.
- Está vinculado con profesiones predominantemente masculinas y físicas como la albañilería.
- En el empaque predomina el color azul.
- Figura de un hombre en el empaque.



PISTAS DE RODADOS DE JUGUETES

NEUTRO



El equipo concluyó que este juguete no posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían tanto a una niña como a un niño.
- Posee una propuesta lúdica abierta, se le pueden dar muchas funciones.
- Los colores que se utilizan no aluden simbólicamente a ningún género en particular.

MASCULINO



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a un niño.
- Incita a la violencia por las expresiones del gorila.
- Incita a los roles activos.
- Acción bélica.
- Se utilizan colores fuertes.

MASCULINO



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a un niño.
- Se asocia a las carreras de autos, actividad muy asociada a lo masculino.
- Todas las actividades a las que remite el objeto están asociadas a lo masculino.



PELOTAS

FEMENINO



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a una niña.
- El uso del color rosado asociado a lo femenino.
- La utilización de flores decorativas.
- El diseño liviano.

MASCULINO



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a un niño.
- Alusión a la agresividad dada por el gesto del niño (puño levantado).
- Los colores.
- Las aristas rectas.
- Dirigida al público masculino ya que en la imagen hay solo un niño.
- En lo simbólico, se relaciona a un dibujo animado dirigido solo a niños. A su vez, es un dibujo violento.

MASCULINO



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a un niño.
- Está asociado al fútbol, actividad predominantemente masculina.



VEHÍCULOS DE TRANSPORTE AÉREO DE JUGUETE



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a un niño.
- El juguete está asociado a atributos masculinos, básicamente por la intensidad de los colores y el decorado, que remite a la velocidad.



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a un niño.
- El empaque es lo que hace masculino al juguete. A través de sus colores (azul, negro, blanco), sus formas grotescas y sus texturas.
- Transmite la idea de ser un producto pensado para varones.



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a un niño.
- Los personajes del paquete son dos varones.
- Se hace referencia a la figura masculina de héroe.
- Las profesiones mostradas son bombero y paramédico, figuras asociadas al rescate, al riesgo y a lo masculino.



MUÑECOS DE COMPAÑÍA DE PELUCHE

FEMENINO



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a una niña.
- El color, la vestimenta y el corte de cabello de la figura sugiere a lo femenino.
- Las características del juguete lo hacen culturalmente más adecuado para una niña y no para un varón.

NEUTRO



El equipo concluyó que este juguete no posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían tanto a una niña como a un niño.
- No posee atributos típicos que se puedan relacionar a un solo género.
- Combina atributos femeninos, cuando la figura en general se relaciona con el género masculino.
- Atributos femeninos: cabello y rubor en la cara.
- Atributos masculinos: vestimenta.

NEUTRO



El equipo concluyó que este juguete no posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían tanto a una niña como a un niño.
- Ni su forma ni su color se vinculan a un género en concreto.
- Atributos no sexistas: su color, su forma no antropomórfica.
- Es un juguete compuesto por dos elementos. La figura más grande puede representar un rol de cuidado de la figura pequeña, no obstante, puede representar un padre o una madre.



JUEGOS DE BLOQUES Y CONSTRUCCIÓN



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a un niño.
- El rol representado lo hace un juguete más adecuado para niños.
- Atributos sexistas: empaque, rol que representa (auto, herramientas), figura masculina (niño).



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Representa los roles de género femeninos y masculinos de manera claramente diferenciada.
- Atributos sexistas: colores azul y rosa, objetos vinculados a cada rol (cama rosada para la niña y de marinero para el niño).
- Los colores dirigen los objetos para uno u otro género.
- Es un juguete para niñas o bien para una pareja de hermanos mixta (varón y mujer).



El equipo concluyó que este juguete no posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían tanto a una niña como a un niño.
- Atributos no sexistas: colores, en el empaque aparecen tanto un niño como una niña jugando.



COMPUTADORAS O ARTÍCULOS ELECTRÓNICOS DE JUGUETE

NEUTRO



El equipo concluyó que este juguete no posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían tanto a una niña como a un niño.
- La apariencia externa del juguete parece adecuada para los dos géneros.
- Independientemente del objeto, el nombre del objeto lo hace susceptible de ser usado por los dos géneros. Consideran que si se llamara «Paquita», esto variaría.
- Los juegos electrónicos que incluya, pueden o no tener contenido sexista.

FEMENINO



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a una niña.
- Atributos sexistas: forma, elementos decorativos, tipografía, color.
- Especialmente la forma remite a un objeto asociado a lo femenino, como es la petaca de maquillaje.

NEUTRO



El equipo concluyó que este juguete no posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían tanto a una niña como a un niño.
- La apariencia externa del juguete hace que pueda ser usado por los dos géneros.
- Se considera que hace un uso sexista del lenguaje al llamar al juguete «Genio Start» en masculino.
- Podría tratarse de un juguete sexista si sus juegos y contenidos lo son.


INSTRUMENTOS MUSICALES DE JUGUETE
NEUTRO


El equipo concluyó que este juguete no posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían tanto a una niña como a un niño.
- La actividad que propone el juguete puede ser realizada por ambos géneros.
- Atributos no sexistas: no tiene ningún elemento que lo identifique con uno u otro género.

FEMENINO


El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a una niña.
- Está dirigido claramente a un público femenino.
- Atributos sexistas: color rosado, posee figuras femeninas maquilladas, peinadas y posando con sus vestidos. Posee símbolos femeninos como una moña en la cabeza de la calavera del logo y corazones.

NEUTRO


El equipo concluyó que este juguete no posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían tanto a una niña como a un niño.
- La actividad que propone el juguete puede ser realizada por ambos géneros.
- Atributos no sexistas: no tiene ningún elemento que lo identifique con uno u otro género.



PUZZLES



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a una niña.
- Solo sería culturalmente válido para niñas.
- Atributos sexistas: figura femenina, colores, vestimenta.



El equipo concluyó que este juguete no posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían tanto a una niña como a un niño.
- No obstante, consideran que el público general lo regalaría o compraría para un varón, ya que las profesiones representadas en el puzzle están asociadas al género masculino.



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Son dos productos diferentes dirigidos a diferentes públicos.
- Atributos sexistas: posee detalles muy concretos como el peinado, la remera, las flores en el pantalón de la niña.
- Es un puzzle con diferentes niveles, con las características biológicas de cada sexo, huesos, órganos, que no consideramos que sea sexista.



JUEGOS RELACIONADOS CON EL COMERCIO Y LA VENTA



El equipo concluyó que este juguete no posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían tanto a una niña como a un niño.
- Atributos no sexistas: color y uso.



El equipo concluyó que este juguete no posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían tanto a una niña como a un niño.
- El juguete puede ser usado por ambos géneros.
- Atributos no sexistas: colores, los objetos representados no son sexistas.
- En el empaque sí se observa contenido sexista en cuanto a los roles que establece (niña-pasiva, niño-activo y proveedor).



El equipo concluyó que este juguete posee atributos sexistas por las siguientes razones:

- Lo regalarían solo a una niña.
- A través del empaque este juguete se dirige claramente a un público femenino.
- Atributos sexistas: colores, roles representados, la mujer cuida al bebé. Roles de género asociados a la maternidad y a la responsabilidad de alimentar al bebé, y a hacerse cargo de las compras.
- Género femenino del bebé por el color rosa de su ropa.

3.1.2.6. CONCLUSIONES ELABORADAS EN LA PUESTA EN COMÚN

Luego del trabajo individual de los equipos, se realizó una puesta en común en la que cada uno expuso las conclusiones o apreciaciones que les resultaron más significativas o relevantes, respecto de los juegos y los juguetes estudiados.

Las exposiciones transcritas a continuación están organizadas por orden de participación.

EQUIPO NEUTRO

Ejemplo de juguete n.º 1



Consiste en dos puzzles anatómicos, uno dirigido a niñas y otro, a niños. Si se piensan como un solo juego con dos componentes, el juguete sería considerado neutro por el equipo. Pero el hecho de que sean dos productos diferenciados, hace que uno sea enfocado al público femenino y el otro, al masculino. Si se comercializaran los dos puzzles juntos serían un muy buen juguete educativo. Exceptuando por el cabello de la niña y sus ropas, los personajes son casi iguales, tienen la misma complejión física.

El equipo se plantea por qué diseñar dos puzzles distintos cuando su jugabilidad y su funcionalidad es la misma. Plantean la alternativa de poder jugar

con ellos cambiándole los órganos sexuales a los personajes; jugar a que sean mujeres y varones con las mismas figuras.

Otro aspecto a destacar por el equipo es que los colores nos guían en nuestras atribuciones de género. Y también lo hacen los roles que se representan en juegos y juguetes, así como el uso de lenguaje que en ellos se expresa.

Ejemplo de juguete n.º 2



En el caso de la tablet «Paquito», al utilizar un nombre con el genérico masculino, su uso está habilitado tanto para niños como para niñas. Pero si se utilizara el femenino y el juguete se llamase «Paquita», el uso para los varones estaría vedado. La construcción de la masculinidad se realiza, generalmente, en oposición a la femineidad, y es así como se define. Por eso no se concibe que un juguete con un nombre femenino sea utilizado por un varón, pero el mismo juguete con nombre masculino sí puede ser utilizado por una niña.

EQUIPO FEMENINO

Este equipo considera que el atributo de color, en sí, no es sexista, sino que lo que es sexista es la construcción social de masculinidad y femineidad con las que están asociados algunos colores en particular, como es el caso del celeste y el rosado.

Ejemplo de juguete n.º 3



Las dos cocinas poseen características distintas. La de la izquierda posee los colores negro y rojo, con formas modernas; mientras que la de la derecha es una cocina de juguete clásica. La cocina de la izquierda no generó polémica en el equipo, ya que todas consideraron que se trataba de un juguete tanto para niñas como para varones. Mientras que a la cocinita de la derecha, una parte del grupo la consideró femenina y otra parte, neutra.

Ejemplo de juguete n.º 4



La ausencia de color en la casita de madera fue considerado como un atributo no sexista. Se argumentó que la presencia del color, muchas veces viene cargada de significados, y la ausencia de estos elimina esos posibles significados y atribuciones de género.



EQUIPO MASCULINO

Los atributos sexistas que destaca este equipo son:

- El uso del color.
- Los roles y actividades que juegos y juguetes promueven o proponen.
- La forma de estos juguetes.

Las dos primeras apreciaciones fueron compartidas por los equipos anteriores. Al ser la cuestión de la forma un atributo nuevo para el grupo, se les solicitó que profundizaran sobre este concepto.

Ejemplo de juguete n.º 5



Los dibujos, formas o figuras decorativas que se le agregan a este juguete se constituyen como atributos sexistas. Las llamas de fuego «tuning»⁵¹ simbolizan la velocidad, la fuerza y la agresividad; atributos masculinos. Aunque estas formas no existieran, el equipo cree que este juguete seguiría siendo masculino porque quienes realizan actividades relacionadas al uso del objeto helicóptero —quienes son pilotos y quienes los fabrican—, son mayoritariamente hombres.

En el caso de que este juguete tuviera, por ejemplo, figuras decorativas de flores y fuese de color rosa, este juguete pasaría a estar dirigido a niñas por más que se tratase de un helicóptero.

⁵¹ *Tuning* (automóviles), es, en el mundo del automóvil, sinónimo de la personalización de un vehículo a través de diferentes modificaciones de la mecánica para mayor rendimiento, cambios exteriores de la carrocería e incluso en el interior del vehículo. [en línea] Disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Tuning> [Consulta: 30 de setiembre de 2013]

3.1.2.7. ALGUNAS CONSIDERACIONES GENERALES

Las Marcas

En el intercambio de ideas, también surgió la cuestión de las *marcas* y como estas definen si un juguete es para niña o para niño.

Por ejemplo, la pareja de marca Barbie es considerada como un juguete femenino; en cambio, la pareja de marca Imaginarium es considerada un juguete neutro.

Definición de roles



Otra cuestión que resaltaron los equipos, es la definición de roles en lo que respecta a la *vivencia de lo público y lo privado*, y en relación con esto, el siguiente estudio de caso.

Ejemplo de juguete n.º 6



En el empaque de este juguete se muestra a un niño y una niña jugando. La niña se encuentra en la caja, cobrando la compra en un rol pasivo, mientras que



el niño es quien está comprando y quien posee el poder económico.

Heteronormatividad y racismo

Otra apreciación que realizó una de las participantes es que todos los modelos de familia que se transmiten en los juguetes relevados son heterosexuales. Existe una ausencia de la diversidad y una hegemonía de modelo de familia: blanca, rubia, heterosexual y de clase media. Mientras que la realidad nos muestra que existen muchas otras composiciones de familia con respecto a su género, sexo, opción sexual y etnia.

¿Los juguetes son sexistas?

Para el grupo, los objetos juegos y juguetes no son sexistas *per se*. Lo que es sexista es toda la simbología implícita que algunos objetos poseen, a raíz de ciertos atributos que en esta actividad de discusión intentamos identificar.

Los colores ¿sexistas?

Con relación a lo anterior, como el color rosado se asocia culturalmente a lo femenino y el celeste a lo masculino: ¿debemos diseñar prescindiendo de estos colores? El equipo considera que no se

deben excluir colores de los diseños. Deberíamos intentar quitarle esa simbología. Incluir estos colores para lograr, con el tiempo, que pierdan su significado sexista.

Reflexión

En el intercambio, una participante compartió una reflexión muy valiosa con respecto a las libertades de elección de los niños y las niñas. Debemos darle herramientas a las personas para que sean capaces de elegir qué desean para ellas mismas. Por ejemplo, sería correcto que una mujer optase tener un rol pasivo y privado en la sociedad, dedicarse a sus hijos y al cuidado del hogar; pero esto debiera ser realmente su decisión y no una imposición social. En el caso de los varones, ellos poseen la presión social del *modelo de superhéroe* y de una única forma de vivir la masculinidad cuando existen infinitud de formas. Los hombres, en mayor y menor medida dependiendo del individuo, también desean poder expresar sus sentimientos, llorar en público, dedicarse al cuidado de sus hijos e hijas. No podemos hablar de una sola construcción de lo femenino y lo masculino, sino que hay tantas conformaciones como individuos en el mundo. Debemos promover la diversidad, la búsqueda de una identidad propia y particular.

3.1.3. CUESTIONARIO ON-LINE DIRIGIDO A PERSONAS USUARIAS OPERACIONALES

En el mes de octubre del 2013 se realizó un cuestionario *on-line* dirigido a personas usuarias operacionales. Por usuarios operacionales, entendemos a todo el universo de personas adultas en relación con niñas y niños, por ejemplo: padres, tías, hermanos, abuelas, educadores, etcétera.

El objetivo de esta consulta fue contar con un relevamiento de las preferencias de estos usuarios en lo que respecta a juegos y juguetes infantiles.

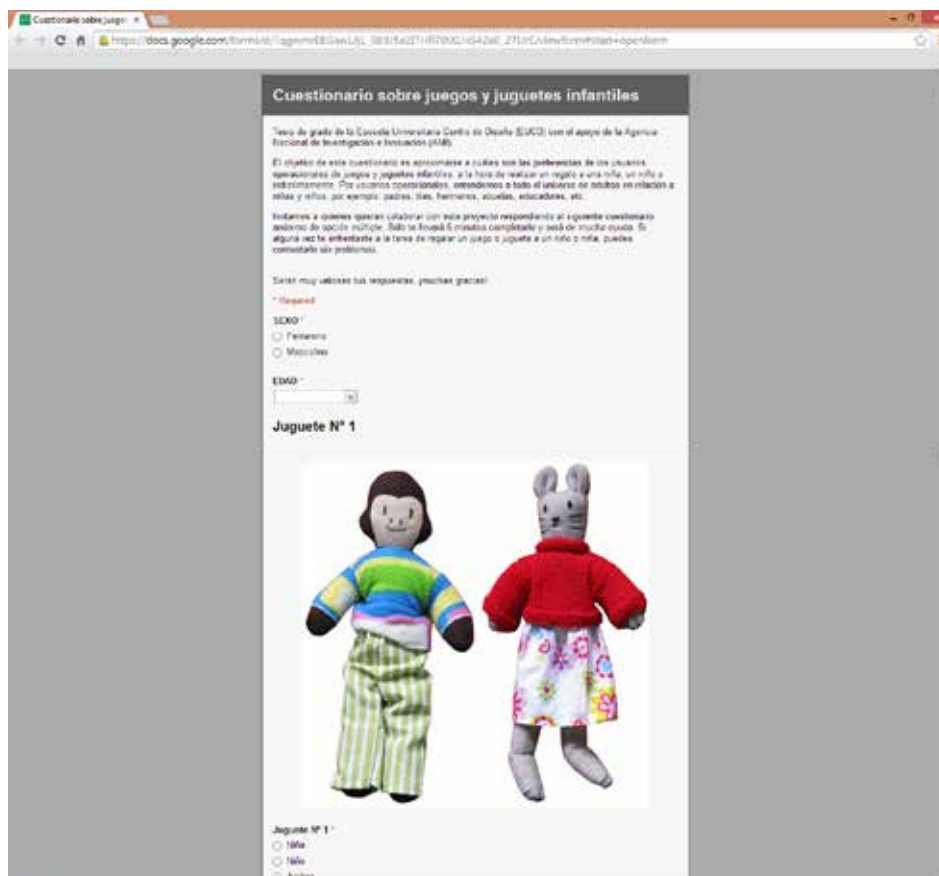
Para ello se diseñó un cuestionario tipo test de imágenes de opción múltiple. A las personas entrevistadas,

se les presentaron imágenes de juegos y juguetes infantiles, junto a la pregunta de si ese juguete lo regalarían a una niña, a un niño o a ambos.

Los juguetes utilizados fueron los mismos 54 juguetes seleccionados para el grupo de discusión y trabajo en diseño con personas profesionales y expertas.

Además de estos datos, se relevaron informaciones de sexo y franja etaria de las personas entrevistadas.

Se difundió vía mail y mediante el blog de esta investigación, recabándose un total de doscientas respuestas.

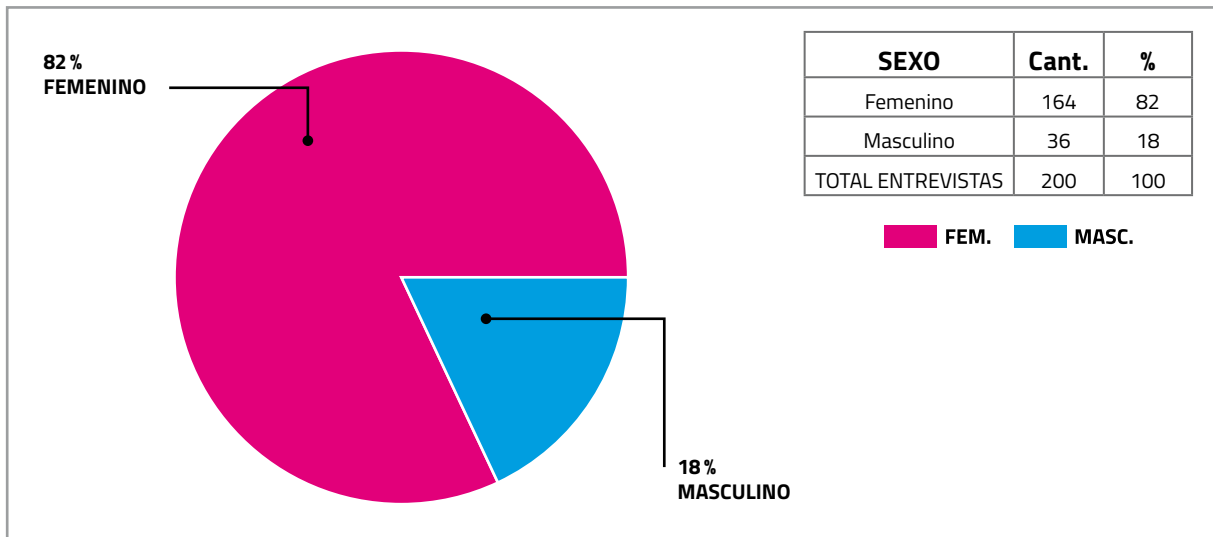


Captura de pantalla del cuestionario *on-line* dirigido a personas usuarias operacionales.

3.1.3.1. ANÁLISIS DE LOS DATOS OBTENIDOS

A continuación se presentan las tablas comparativas realizadas a partir de los datos obtenidos en el cuestionario y sus gráficos correspondientes.

RESPECTO A LAS PERSONAS ENTREVISTADAS

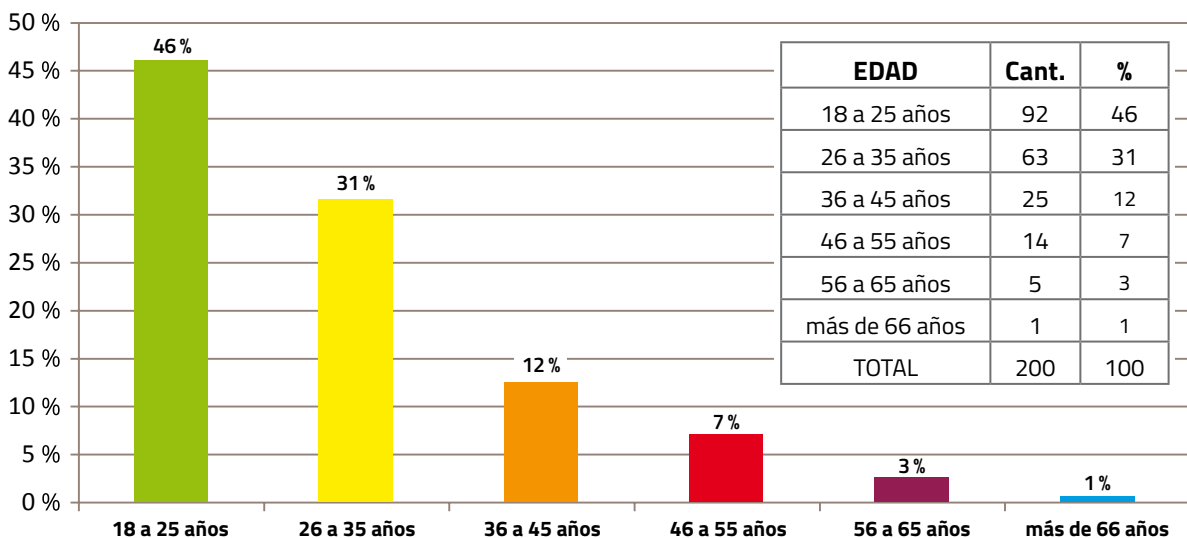


Gráfica 3.5 | Porcentaje de personas usuarias operacionales entrevistadas de sexo femenino y masculino.

El cuestionario fue respondido en un amplia mayoría por personas de sexo femenino (82 %), aunque fue difundido entre los dos sexos.

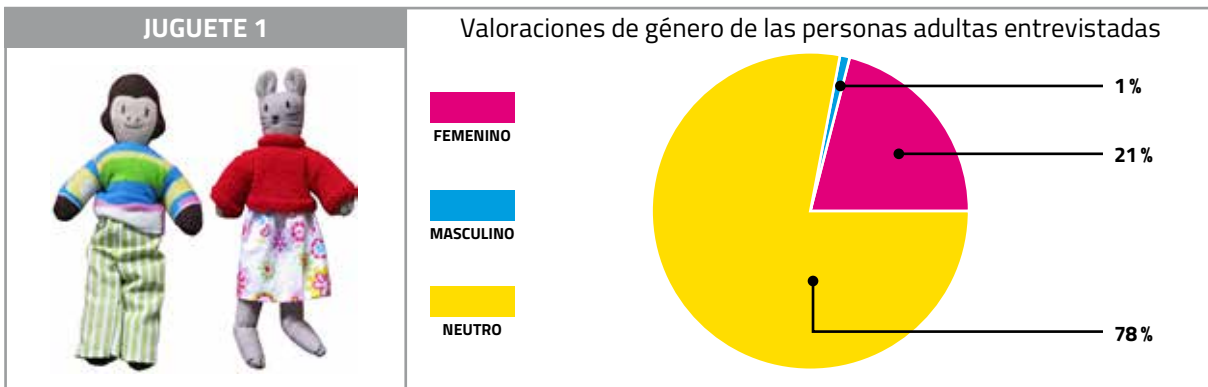
Una vez más, vemos como las mujeres son las más interesadas, involucradas y activas en cuestiones de género.

Por otro lado, también se ve una amplia mayoría de respuestas de personas de entre 18 y 35 años. Esto puede deberse a que se difundió masivamente en redes sociales y listas de correo de estudiantes y profesionales del diseño, que integran esa franja etaria mayoritariamente.

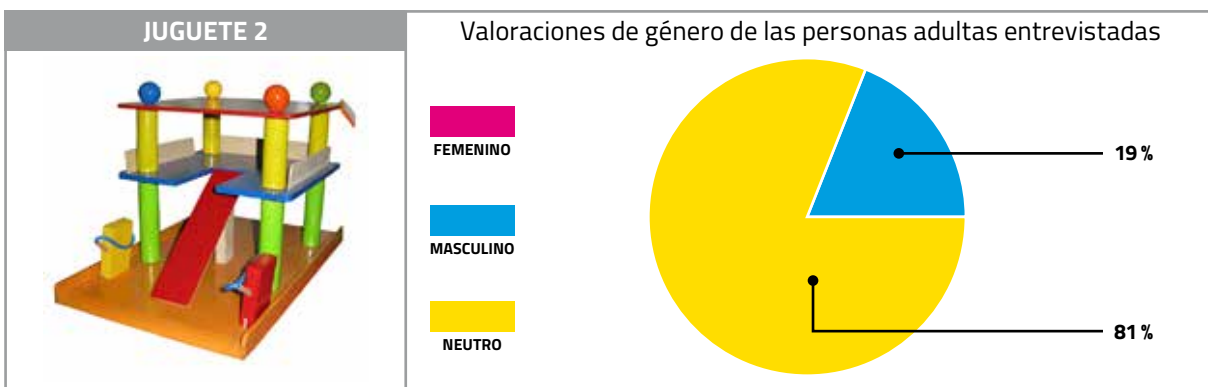


Gráfica 3.6 | Porcentaje de personas entrevistadas según franja etaria.

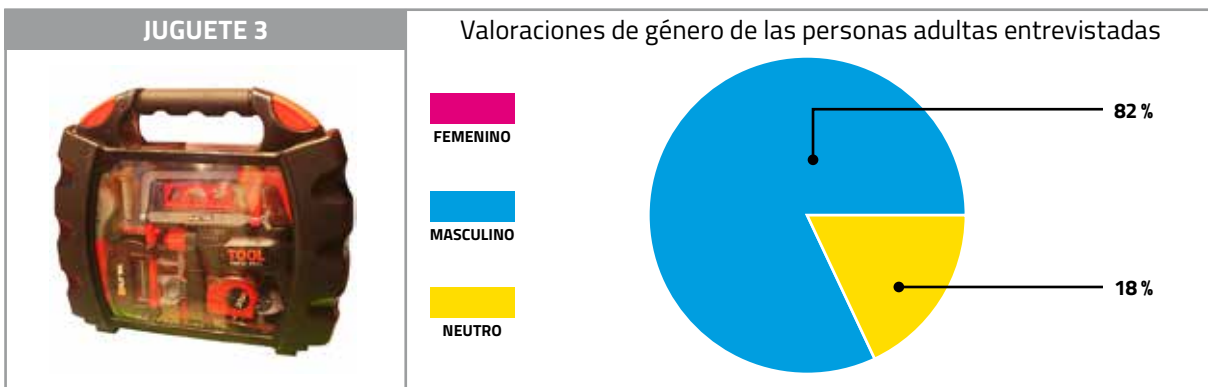
RESPECTO A CADA JUGUETE



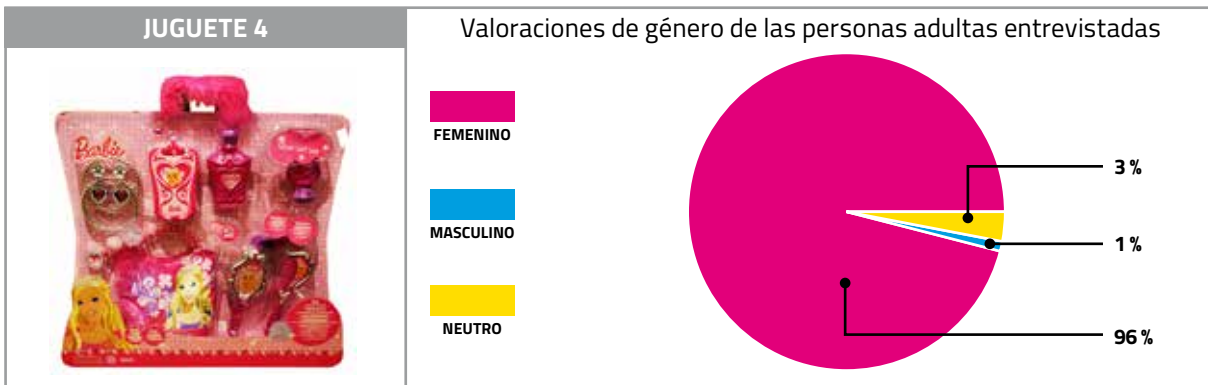
Gráfica 3.7 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 1*.



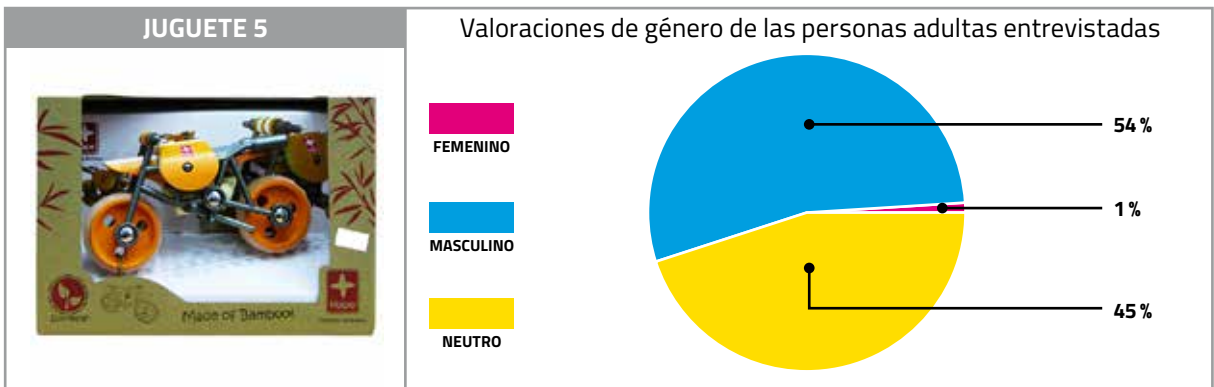
Gráfica 3.8 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 2*.



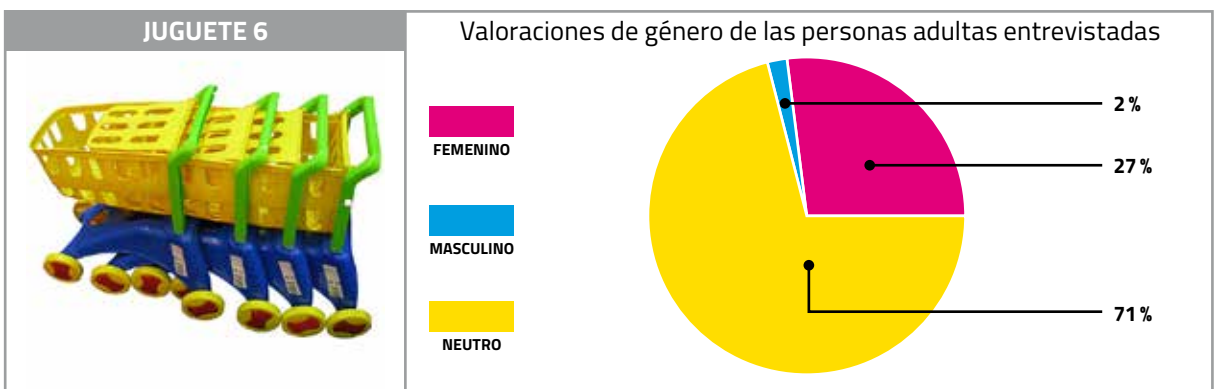
Gráfica 3.9 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 3*.



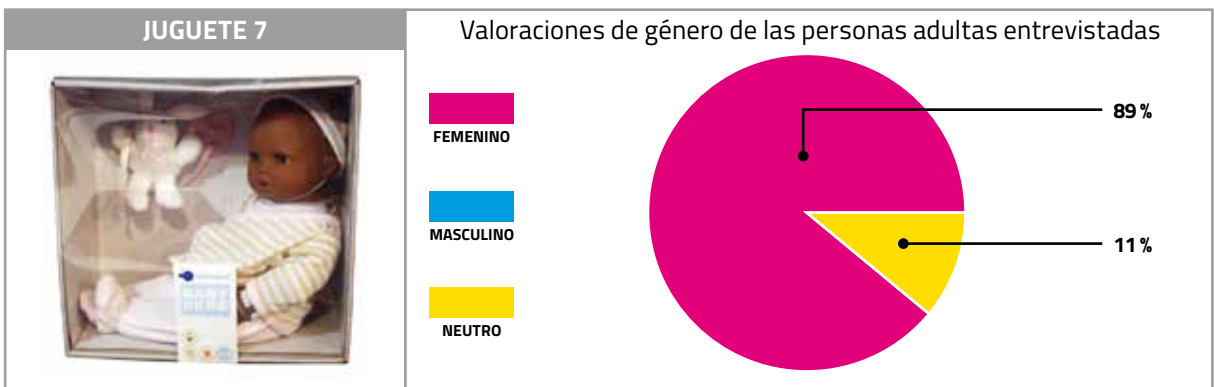
Gráfica 3.10 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 4*.



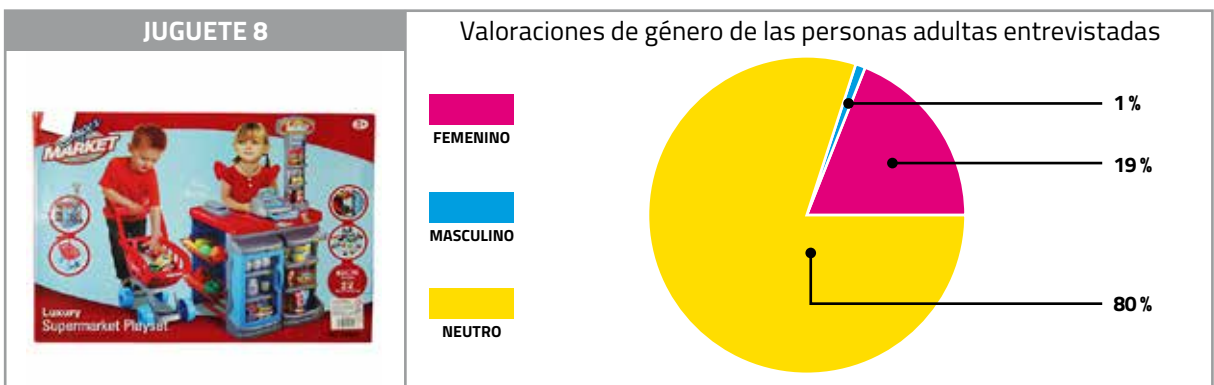
Gráfica 3.11 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 5*.



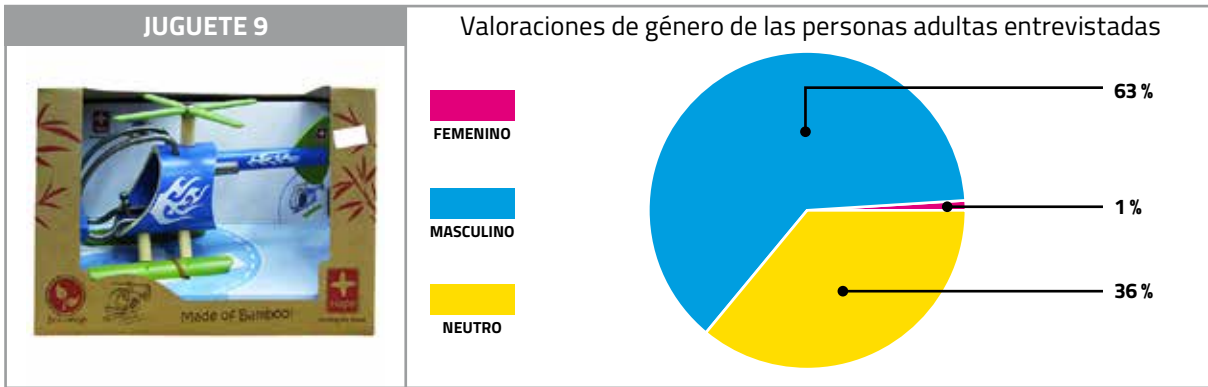
Gráfica 3.12 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 6*.



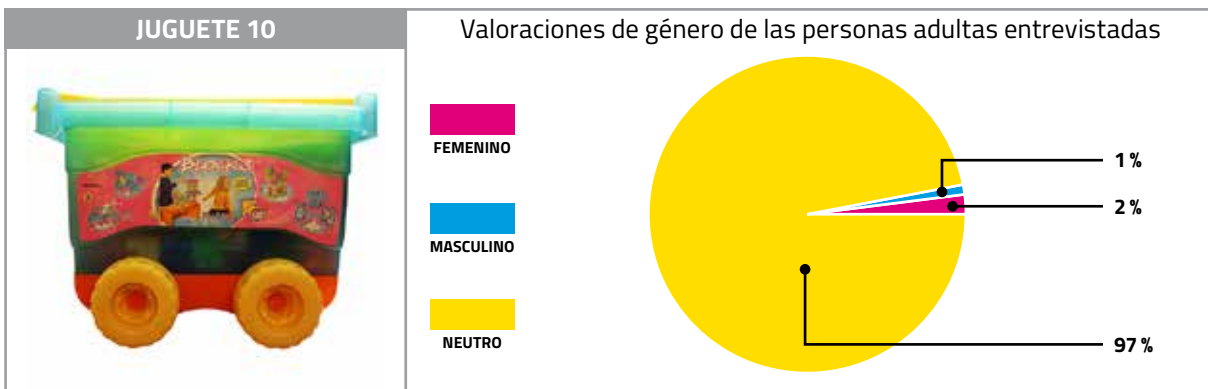
Gráfica 3.13 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 7*.



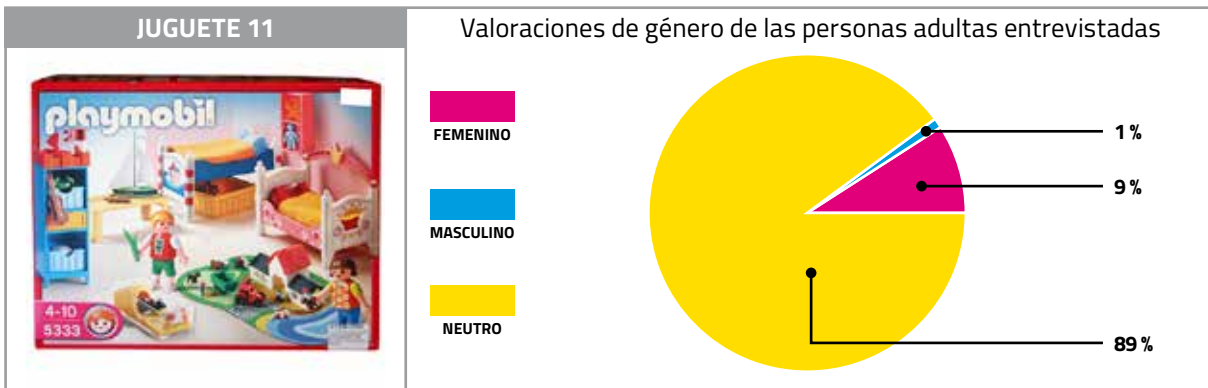
Gráfica 3.14 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 8*.



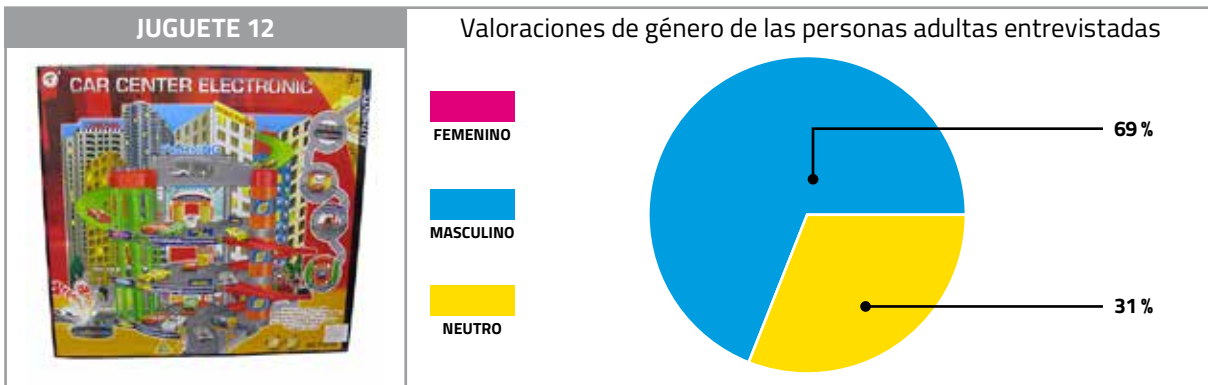
Gráfica 3.15 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 9*.



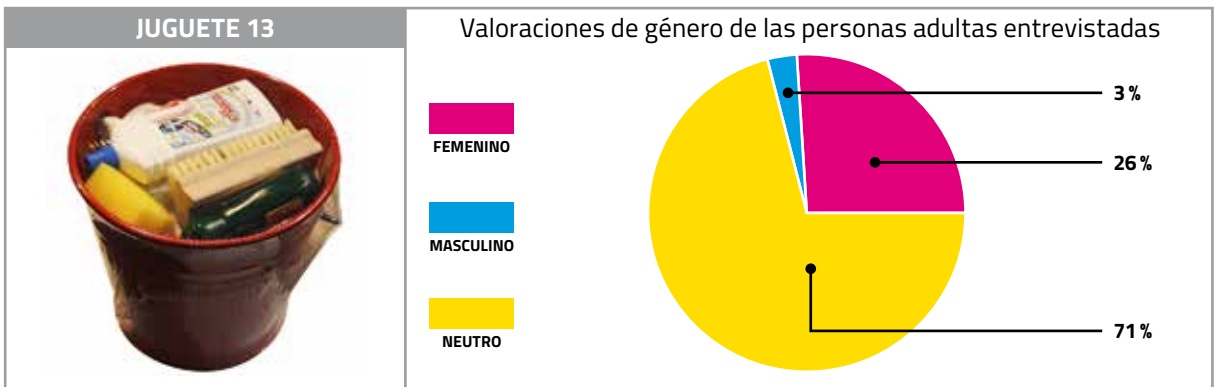
Gráfica 3.16 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 10*.



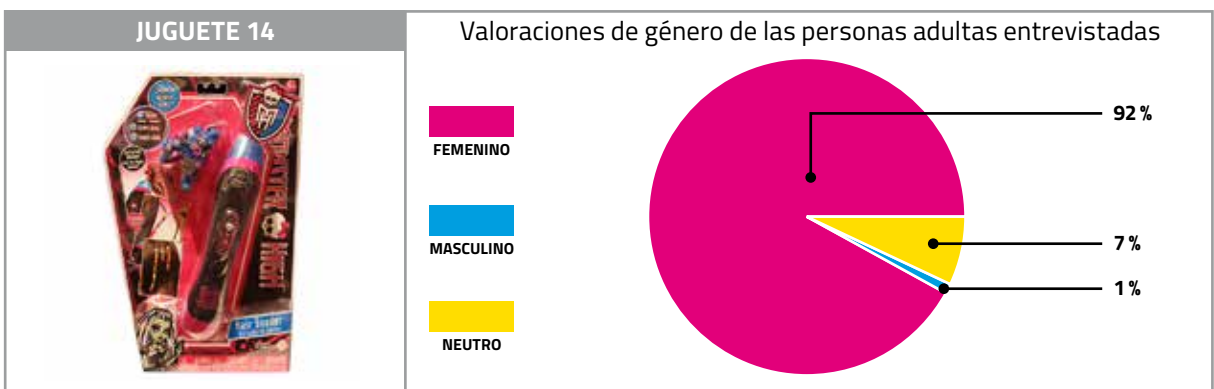
Gráfica 3.17 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 11*.



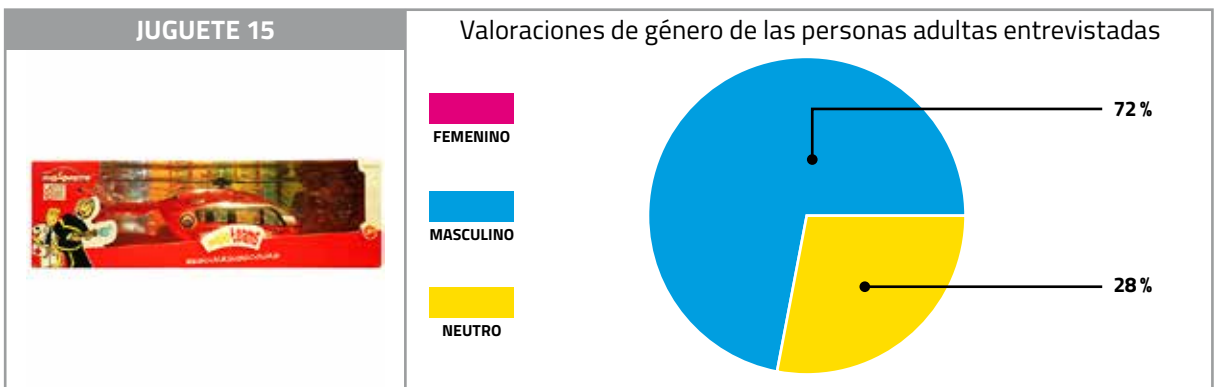
Gráfica 3.18 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 12*.



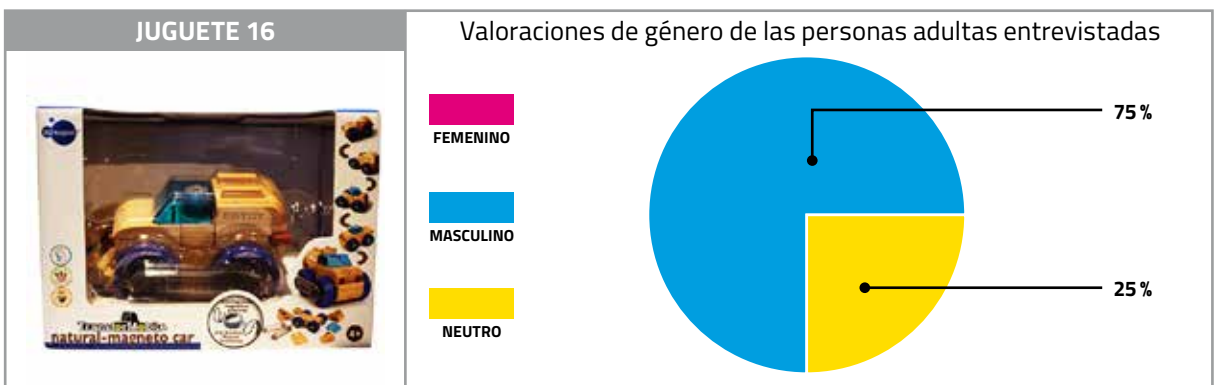
Gráfica 3.19 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 13*.



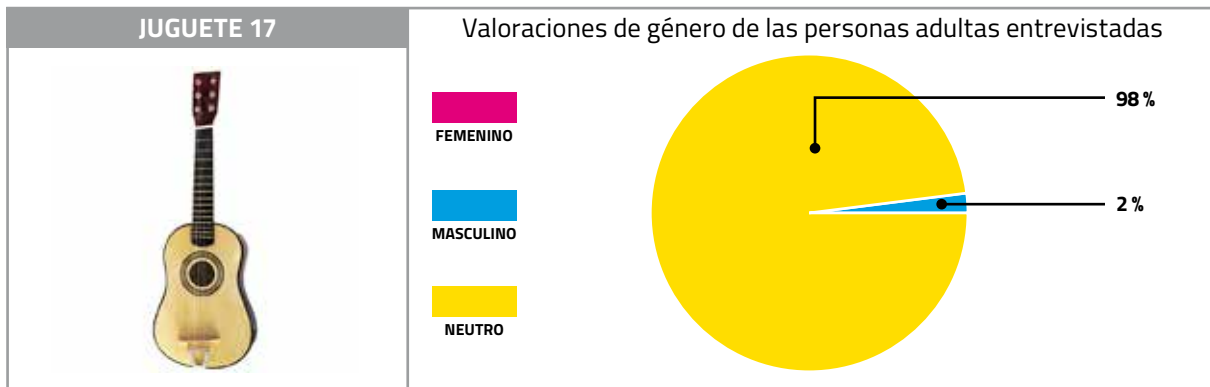
Gráfica 3.20 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 14*.



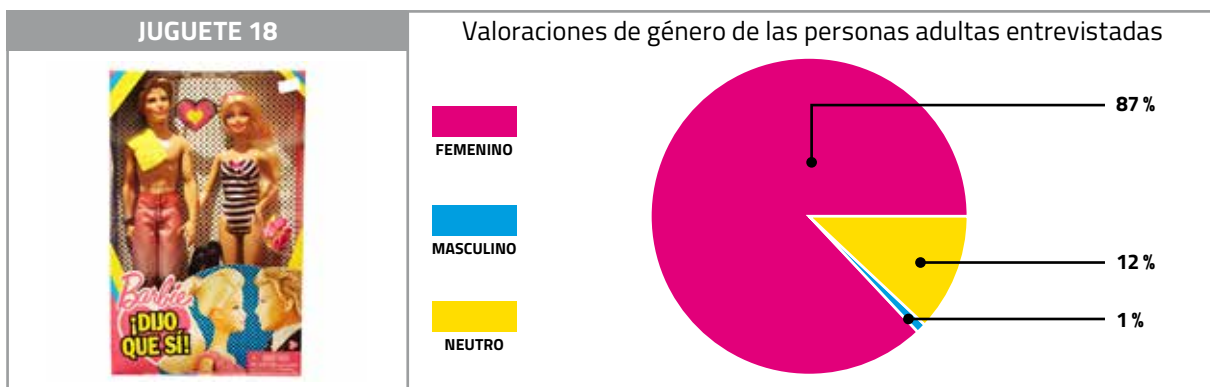
Gráfica 3.21 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 15*.



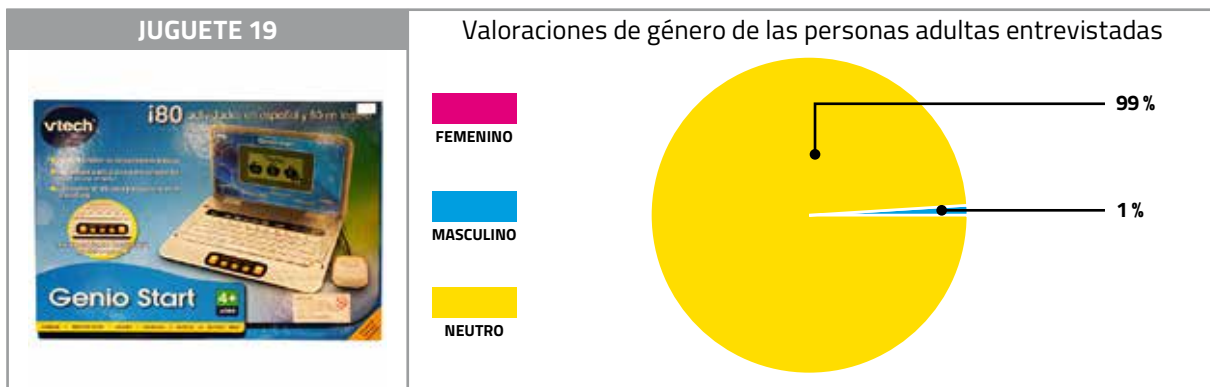
Gráfica 3.22 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 16*.



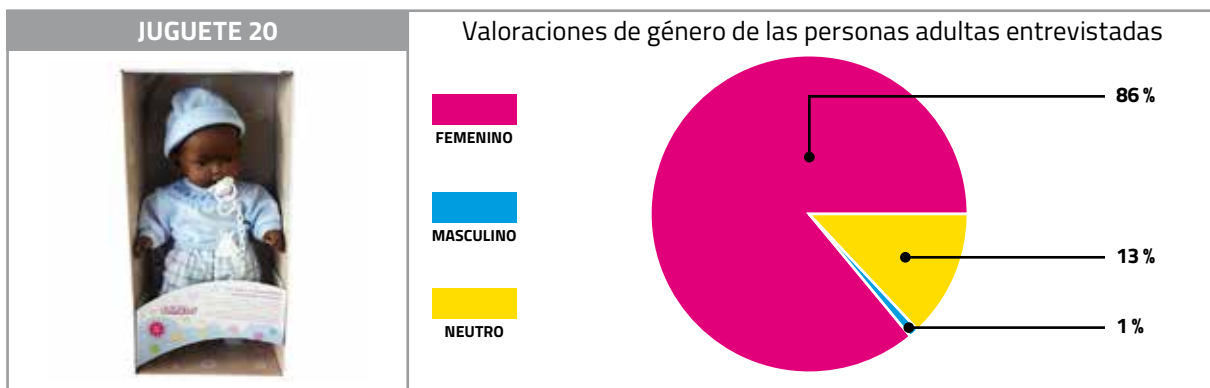
Gráfica 3.23 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 17*.



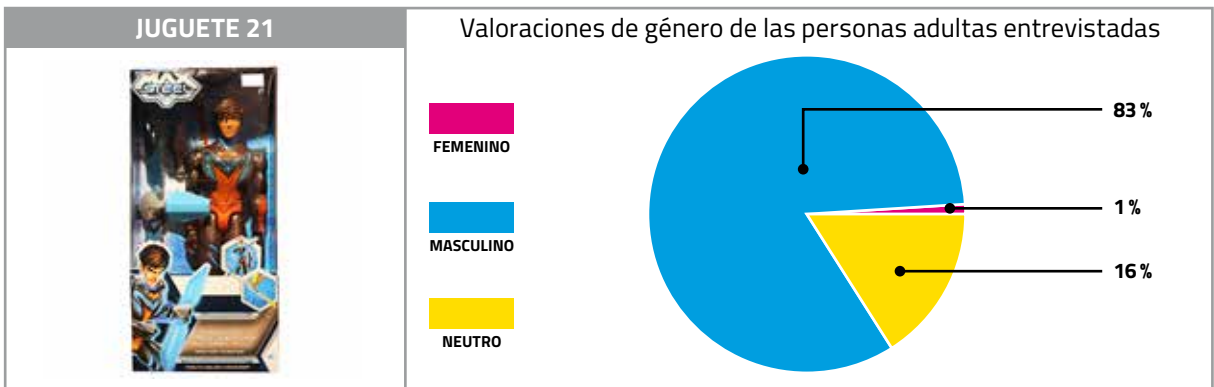
Gráfica 3.24 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 18*.



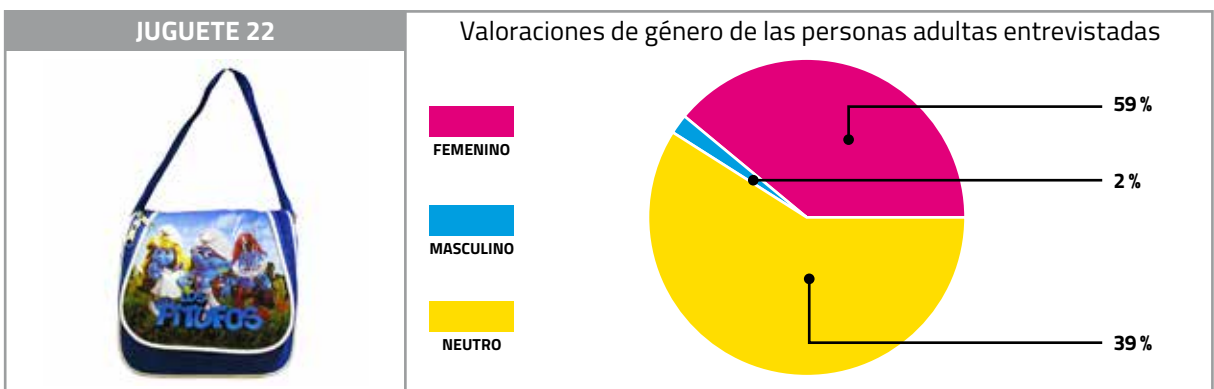
Gráfica 3.25 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 19*.



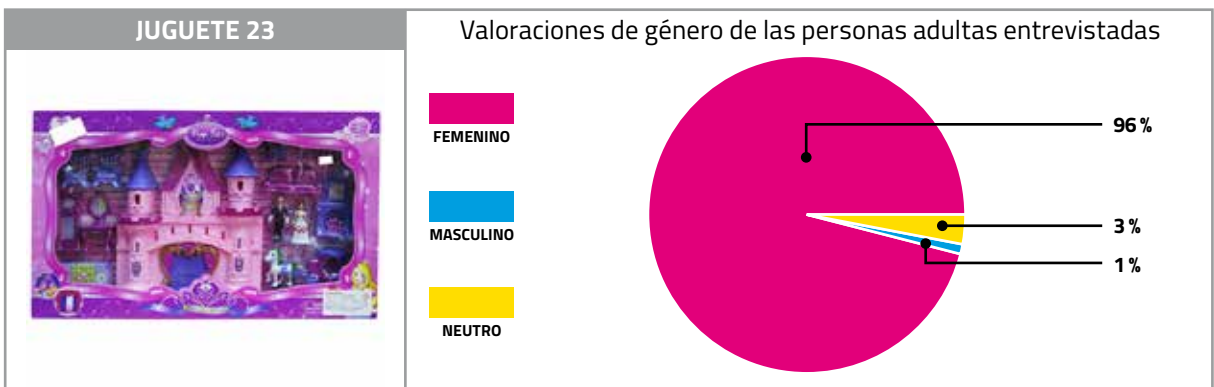
Gráfica 3.26 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 20*.



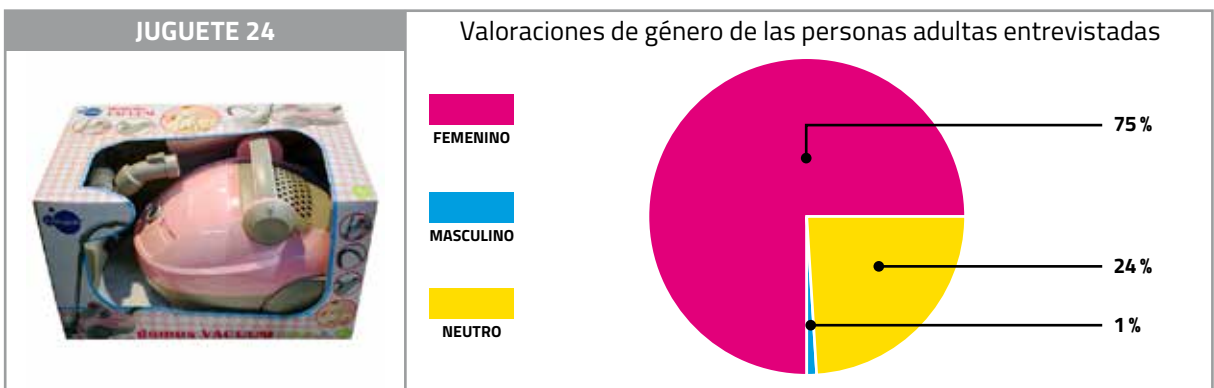
Gráfica 3.27| Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 21*.



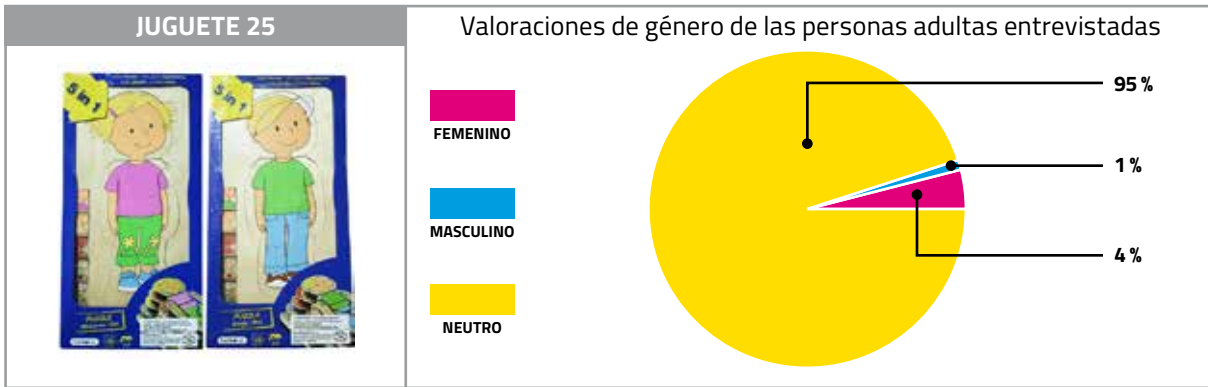
Gráfica 3.28| Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 22*.



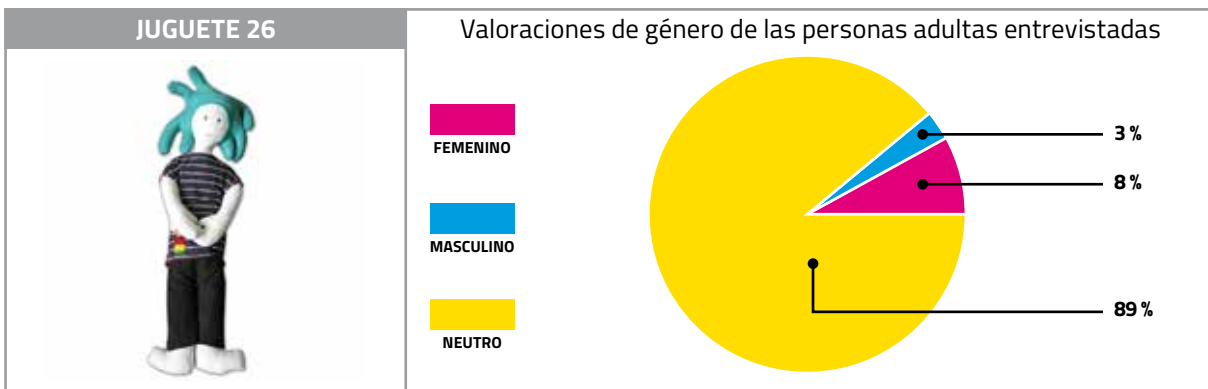
Gráfica 3.29| Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 23*.



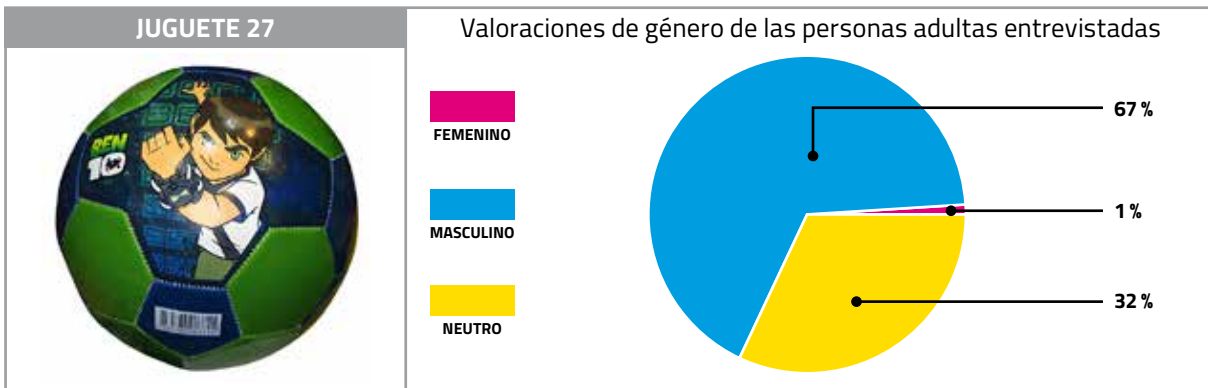
Gráfica 3.30| Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 24*.



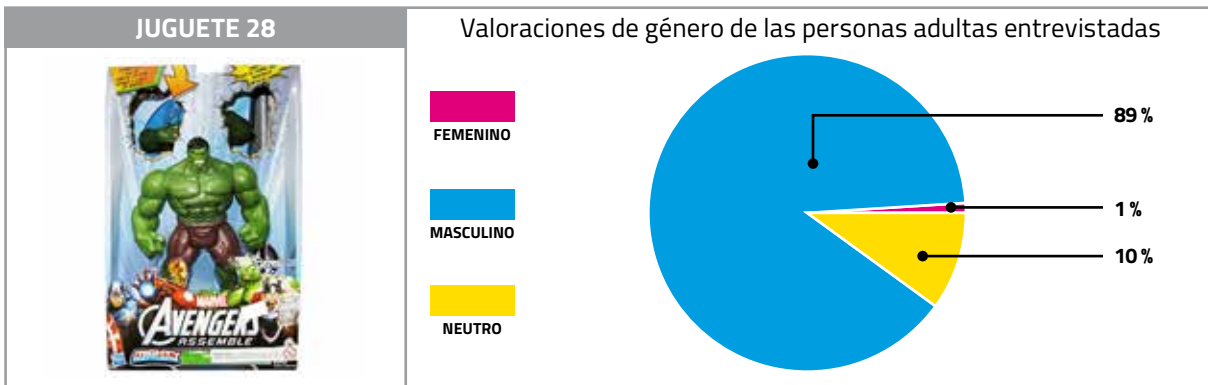
Gráfica 3.31 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 25*.



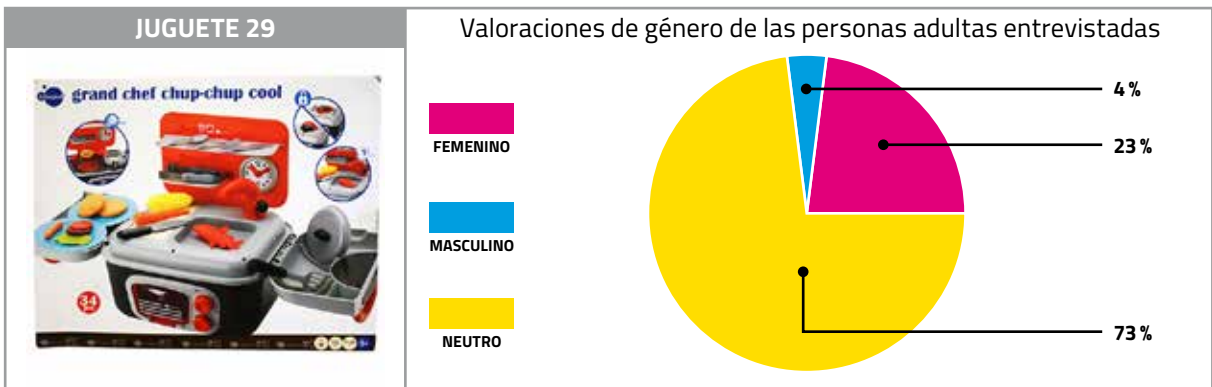
Gráfica 3.32 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 26*.



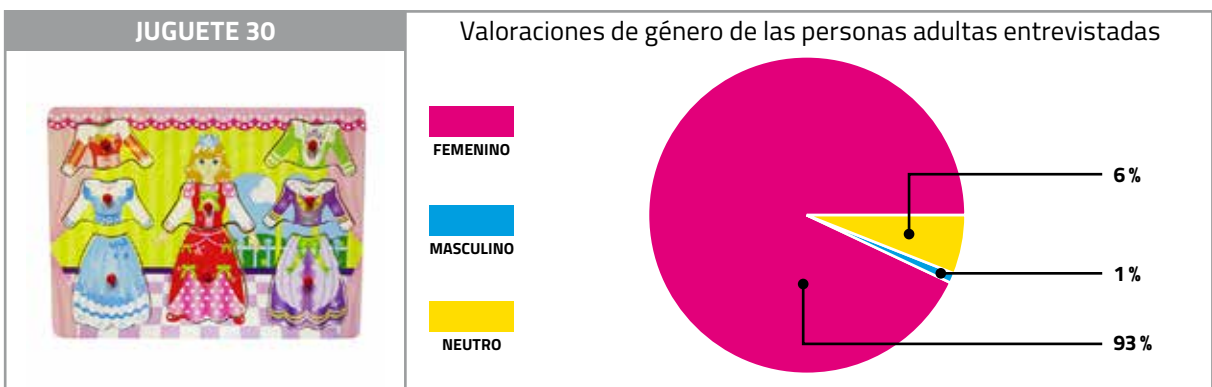
Gráfica 3.33 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 27*.



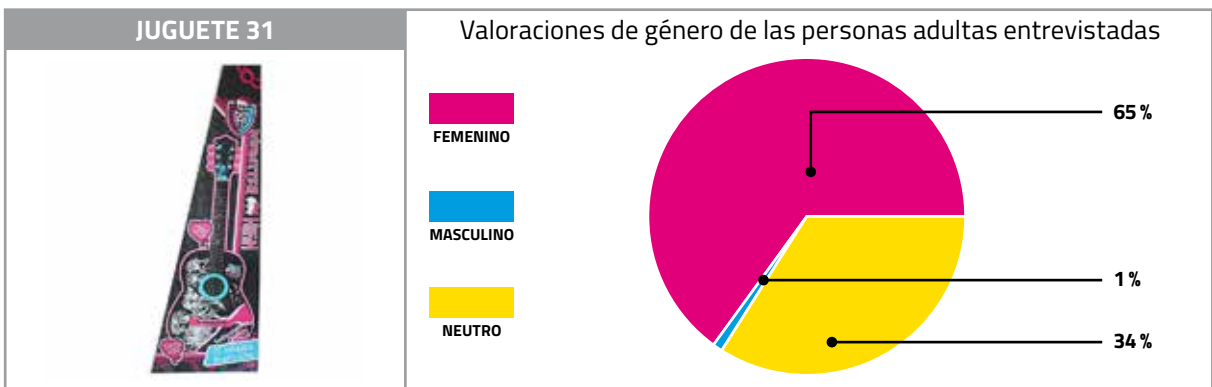
Gráfica 3.34 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 28*.



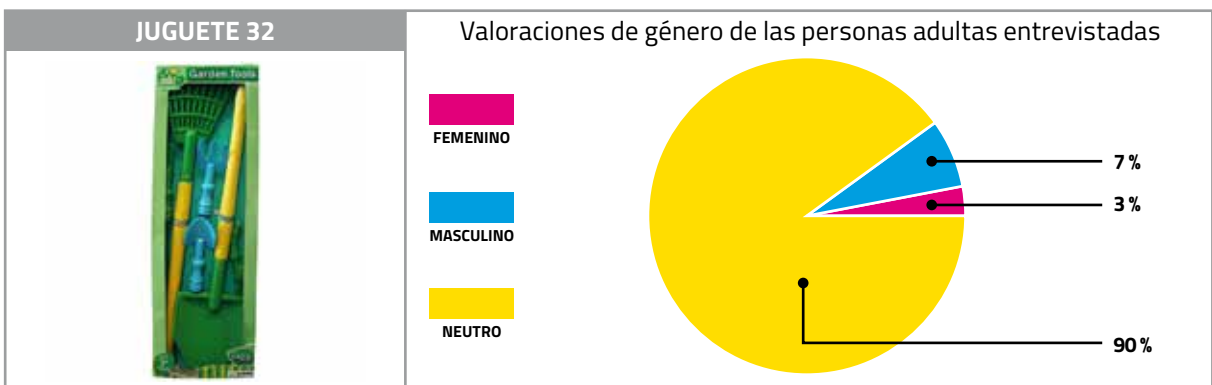
Gráfica 3.35 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 29*.



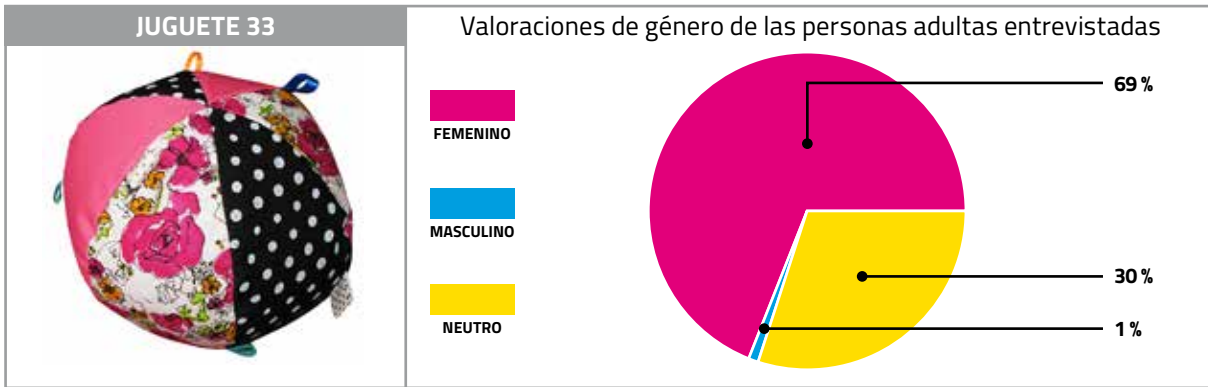
Gráfica 3.36 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 30*.



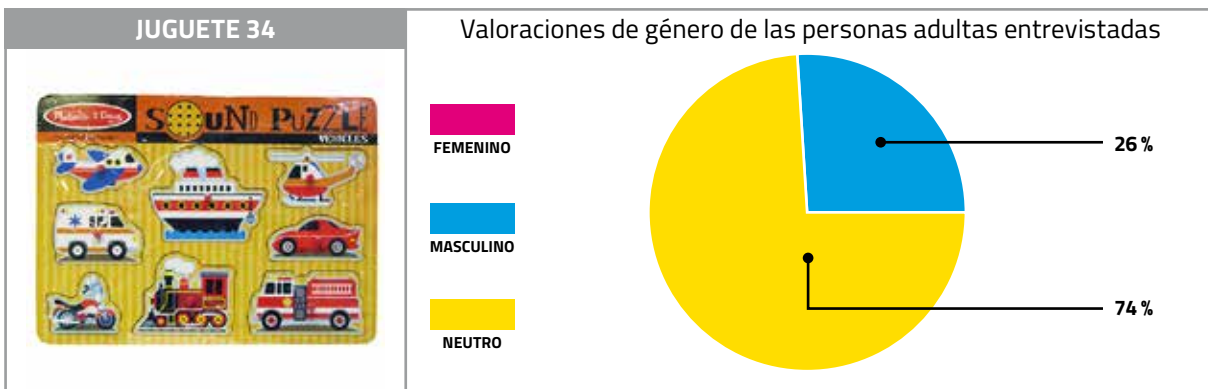
Gráfica 3.37 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 31*.



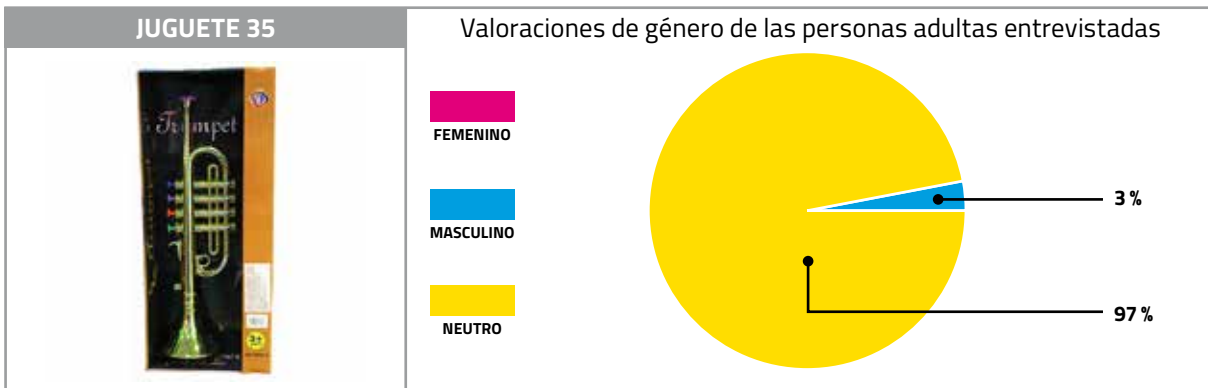
Gráfica 3.38 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 32*.



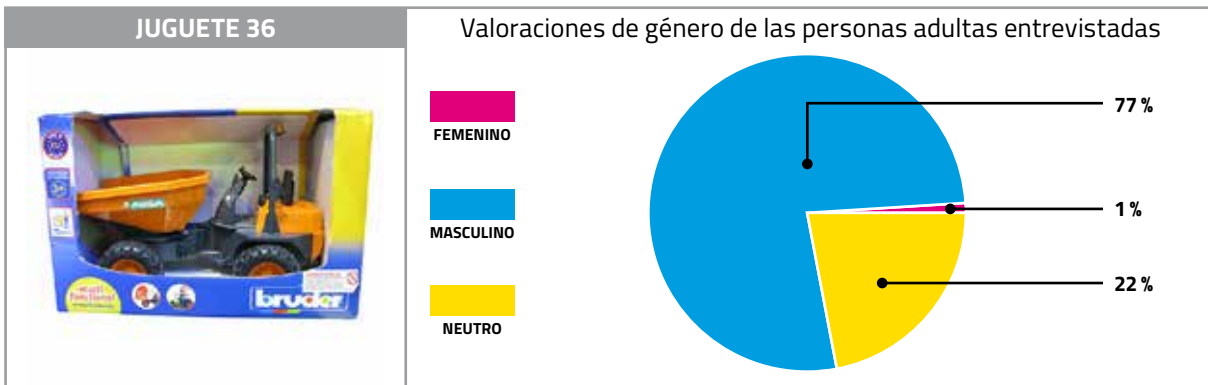
Gráfica 3.39 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 33*.



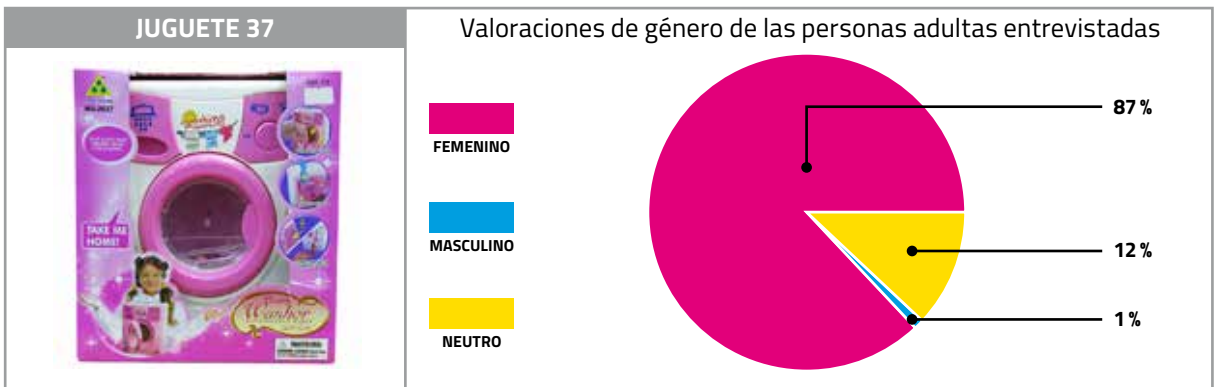
Gráfica 3.40 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 34*.



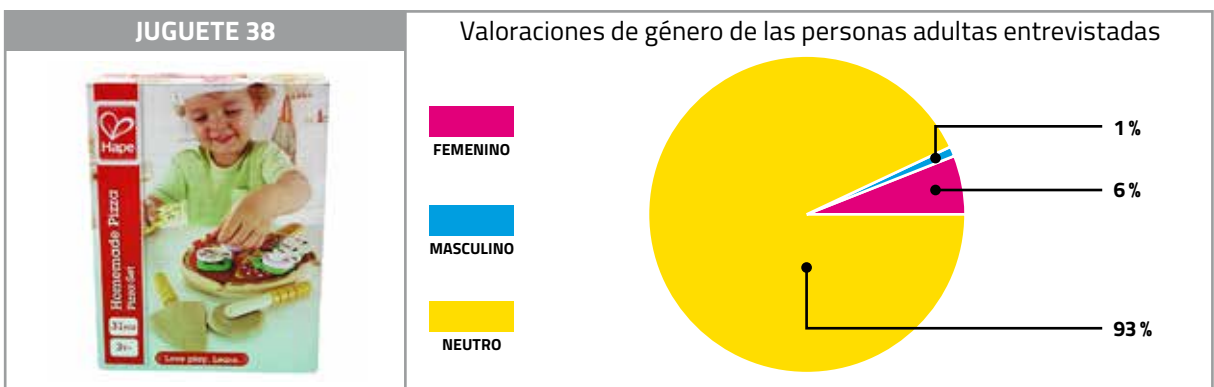
Gráfica 3.41 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 35*.



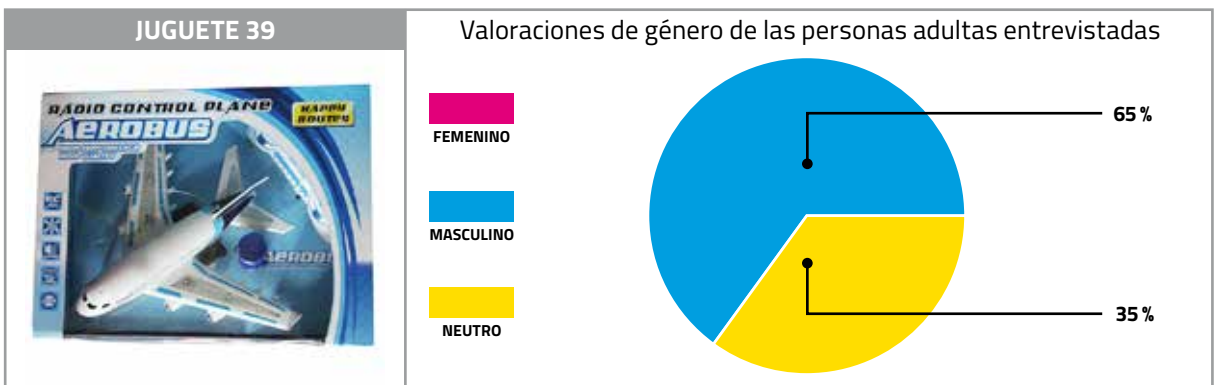
Gráfica 3.42 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 36*.



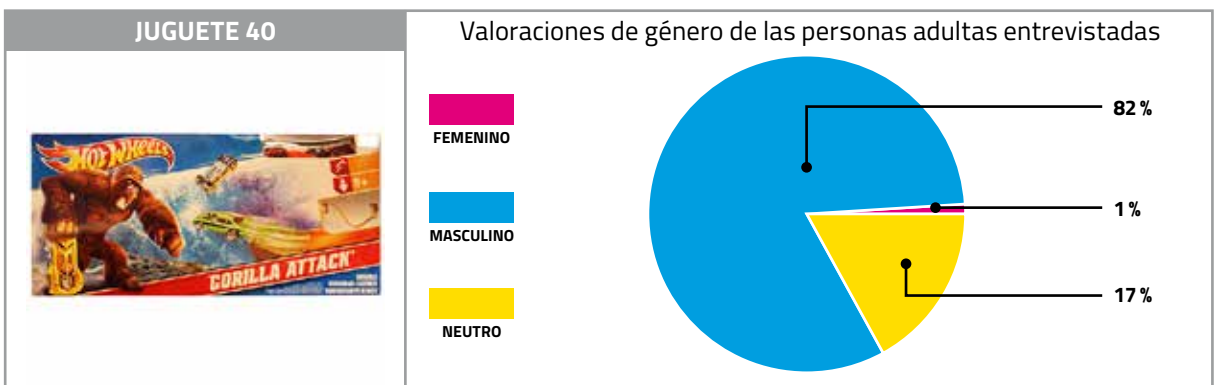
Gráfica 3.43 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 37*.



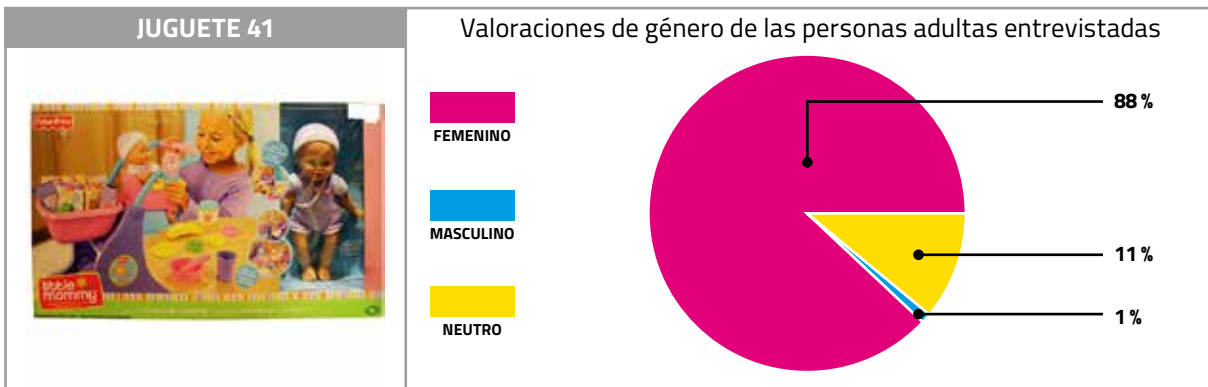
Gráfica 3.44 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 38*.



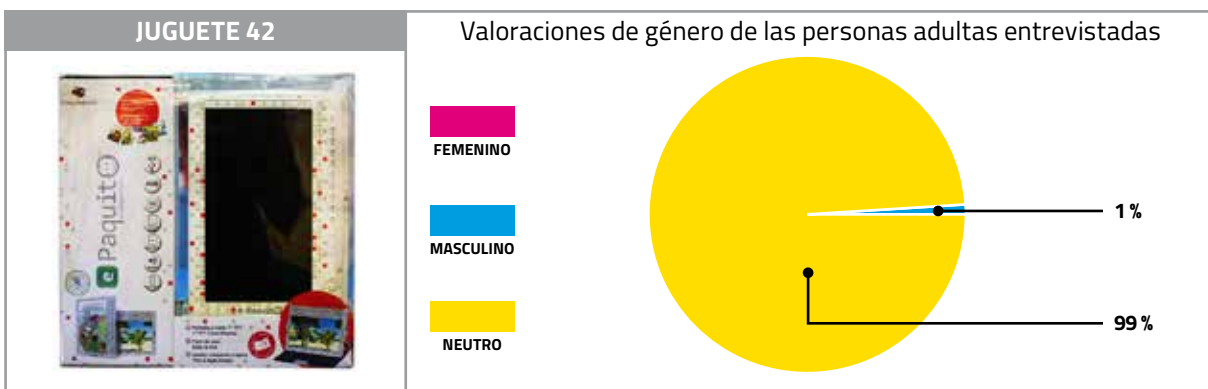
Gráfica 3.45 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 39*.



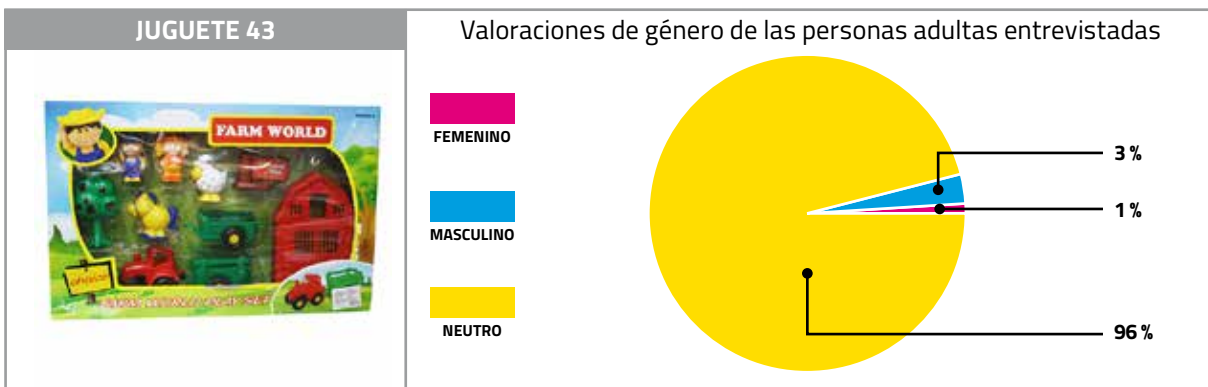
Gráfica 3.46 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 40*.



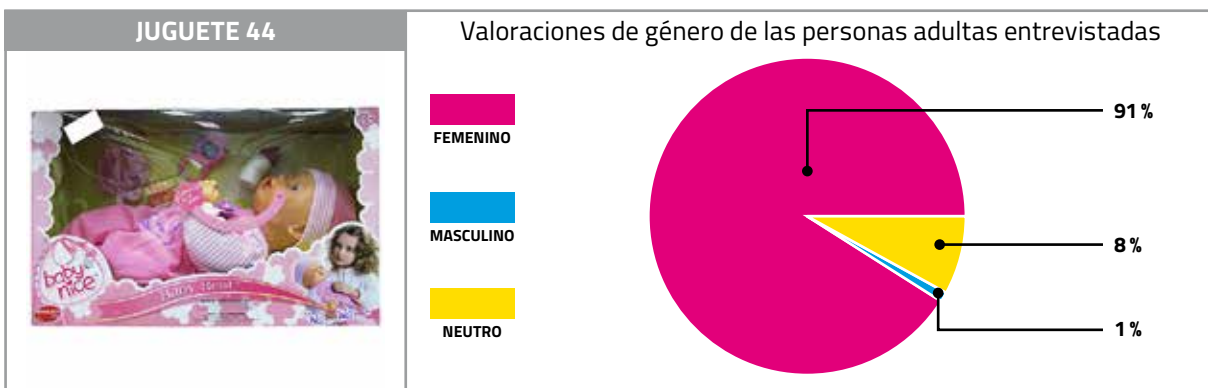
Gráfica 3.47 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 41*.



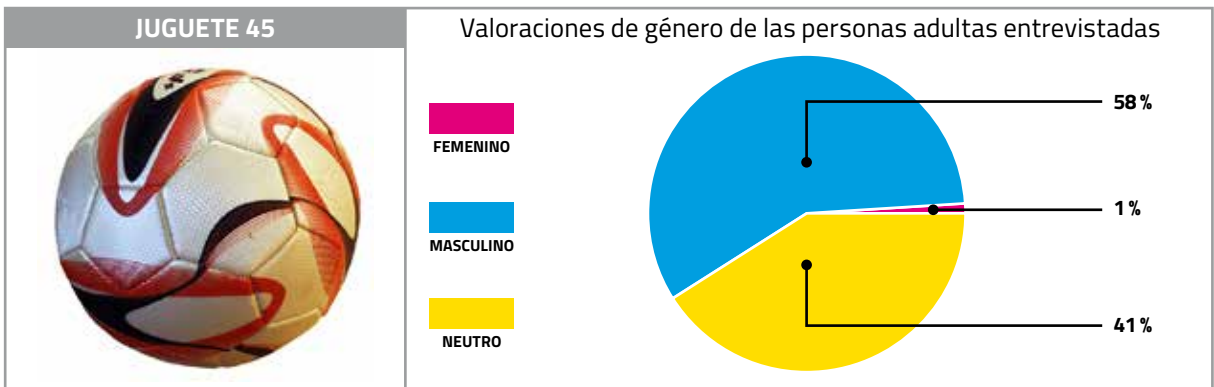
Gráfica 3.48 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 42*.



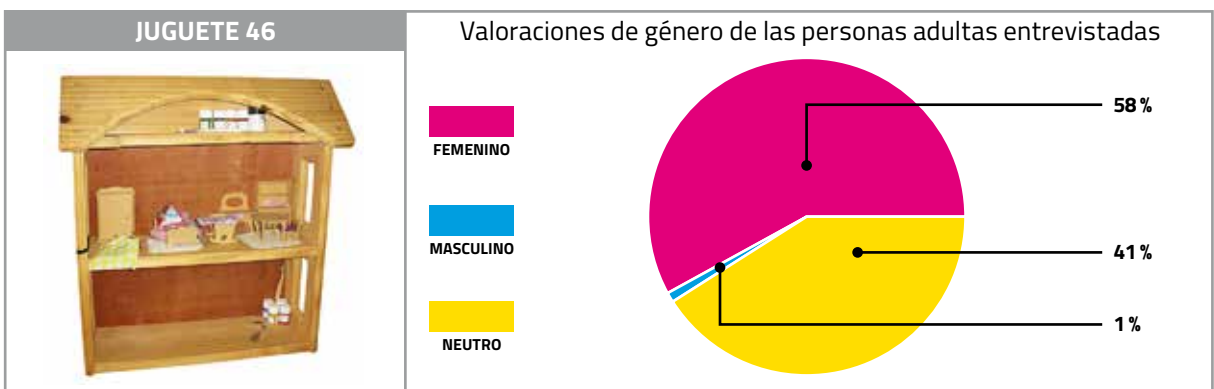
Gráfica 3.49 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 43*.



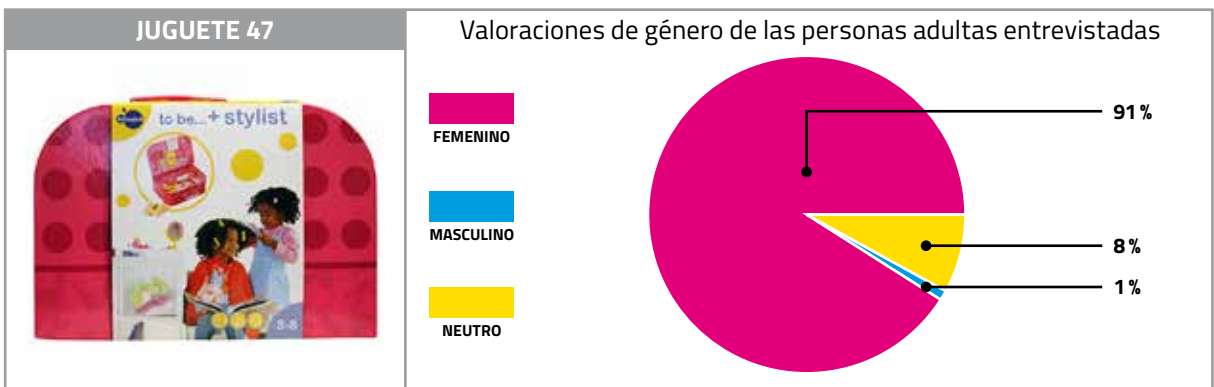
Gráfica 3.50 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 44*.



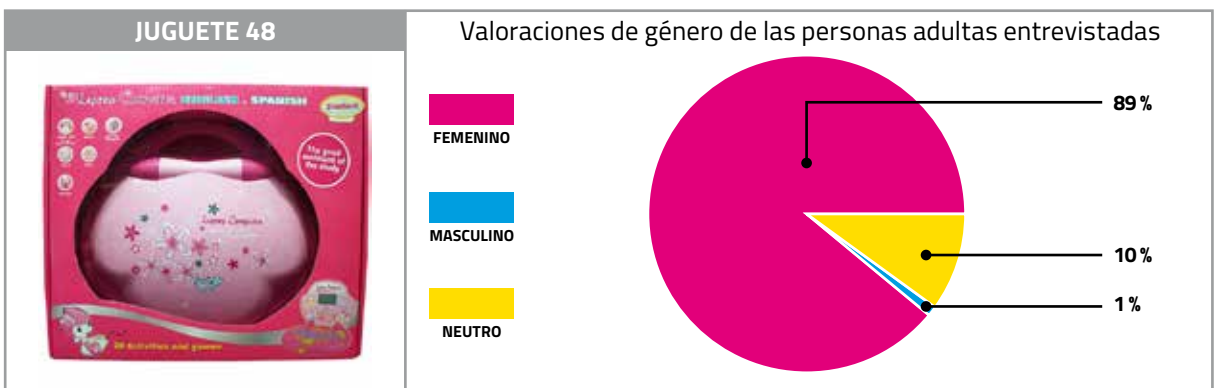
Gráfica 3.51 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 45*.



Gráfica 3.52 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 46*.



Gráfica 3.53 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 47*.

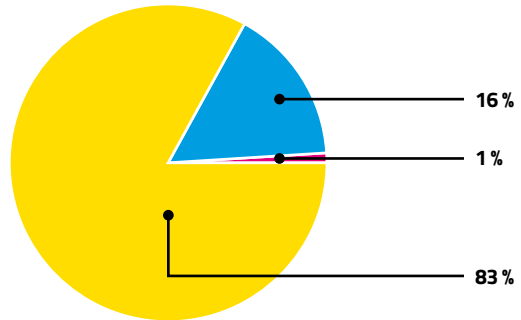


Gráfica 3.54 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 48*.

JUGUETE 49



Valoraciones de género de las personas adultas entrevistadas

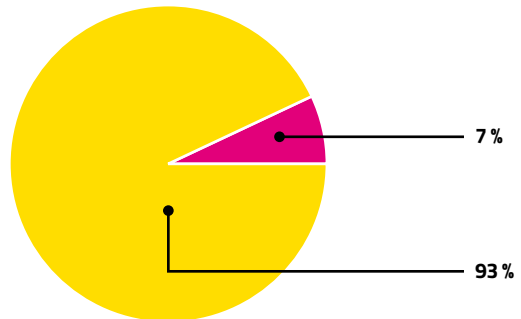


Gráfica 3.55 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 49*.

JUGUETE 50



Valoraciones de género de las personas adultas entrevistadas

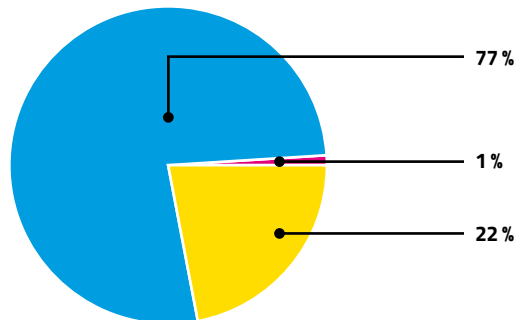


Gráfica 3.56 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 50*.

JUGUETE 51



Valoraciones de género de las personas adultas entrevistadas

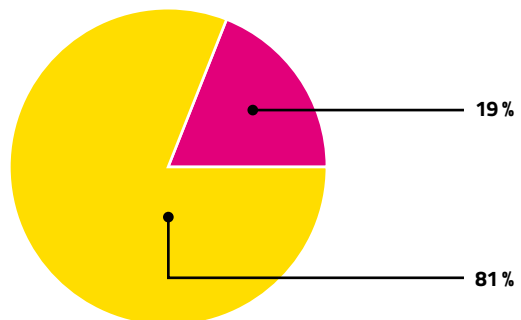


Gráfica 3.57 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 51*.

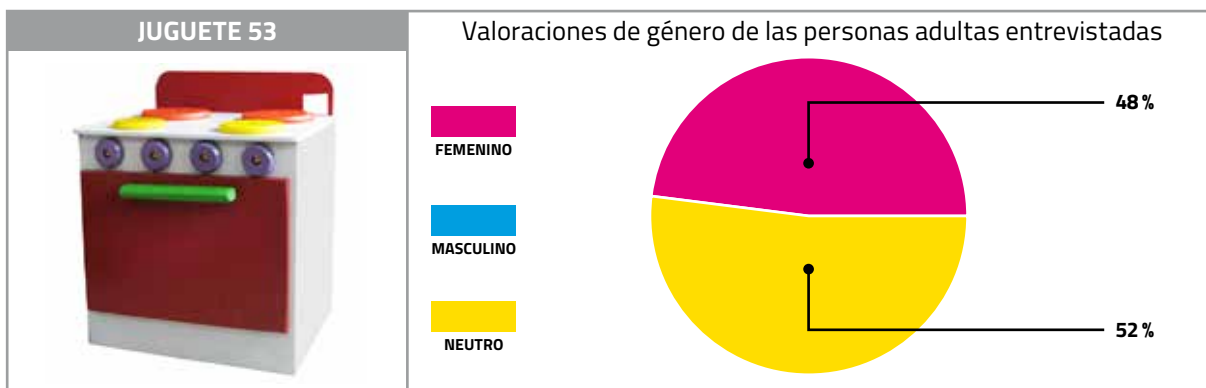
JUGUETE 52



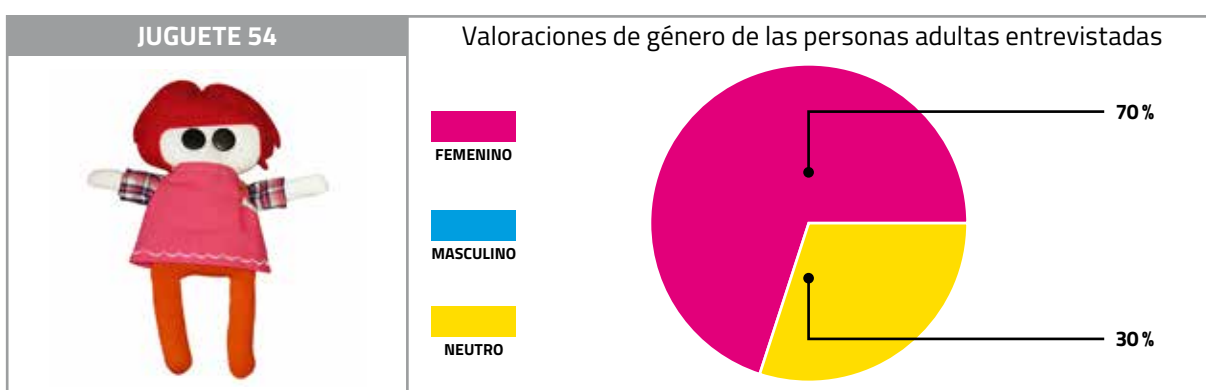
Valoraciones de género de las personas adultas entrevistadas



Gráfica 3.58 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 52*.



Gráfica 3.59 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 53*.



Gráfica 3.60 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 54*.

RESPECTO A LA PERCEPCIÓN GENERAL DE GÉNERO EN LOS JUGUETES ESTUDIADOS

Para realizar este cuestionario se tomaron los 54 juguetes seleccionados, que surgen del relevamiento de juegos y juguetes en el mercado uruguayo. Estos 54 juguetes son, como ya mencionamos, la misma muestra que utilizamos para el grupo de discusión con profesionales y expertos.

La muestra está compuesta por 18 juguetes tradicionalmente dirigidos a un público femenino, 18 dirigidos a un público masculino y 18 juegos y juguetes neutros.

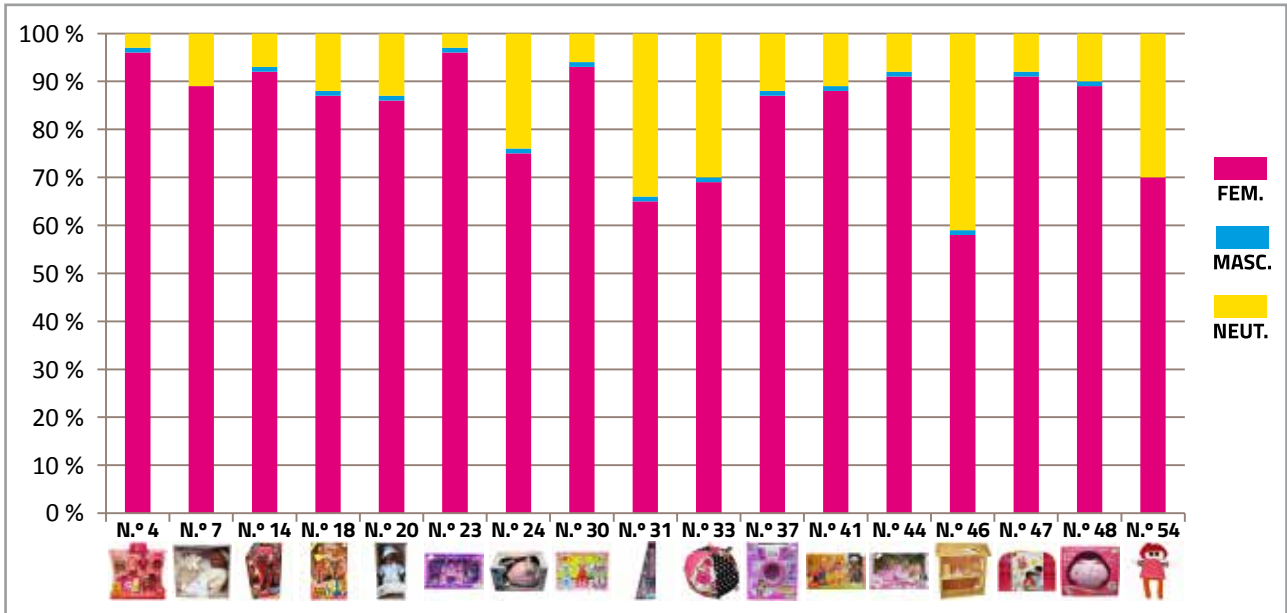
Cada grupo de 18 juguetes está compuesto por tres ejemplos de cada una de sus seis categorías. Estos tres ejemplos seleccionados, intentan constituirse como una muestra de los diferentes aspectos y tipos de juguetes que componen la categoría.

Según la opinión de las personas adultas entrevistadas, 17 juegos y juguetes fueron considerados mayoritariamente femeninos (31 %), 14 fueron

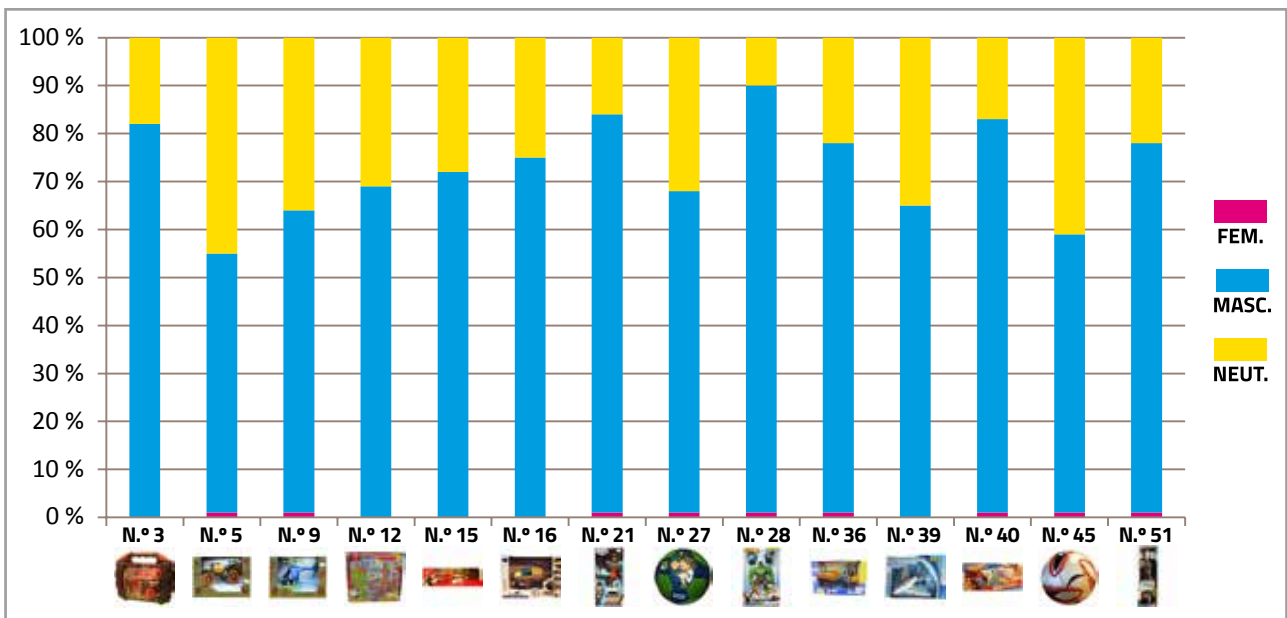
considerados masculinos (26 %) y 23 neutros (43 %). Las mayorías en todos los casos superan el 50 % de las respuestas.

Estos resultados muestran una leve tendencia hacia el juguete neutro. Los movimientos de una clasificación a otra se produjeron, en su mayoría, desde los juguetes considerados masculinos hacia los neutros. Los juguetes considerados femeninos, prácticamente se mantienen y se demuestran.

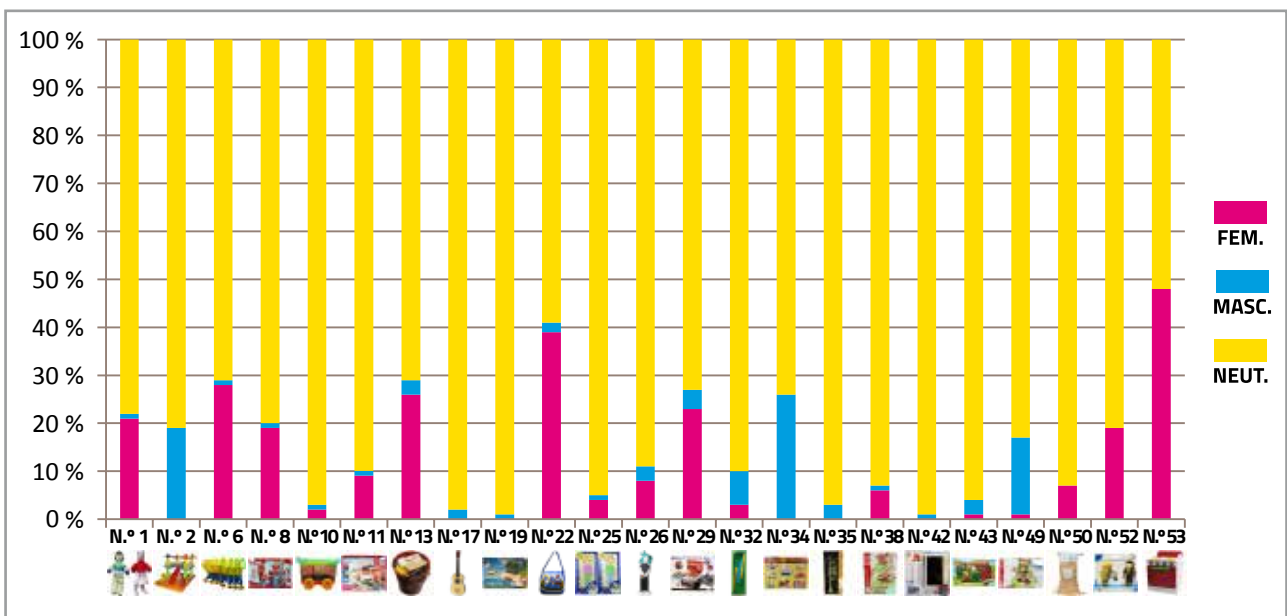
Podemos concluir que existe un leve pasaje, desde aquellos juegos y juguetes considerados masculinos por las personas adultas, al ámbito de lo mixto; es decir, una ganancia de terreno en lo que refiere a las mujeres en lo masculino. Pero esto no sucede a la inversa; los juegos y los juguetes femeninos siguen siendo vedados para los niños por las personas adultas que los circundan, que a la hora de elegir qué objetos regalar los omiten, privándolos de la experiencia del juego.



Gráfica 3.61 | Juguetes considerados en más de un 50 % como juguetes para un público femenino.



Gráfica 3.62 | Juguetes considerados en más de un 50 % como juguetes para un público masculino.



Gráfica 3.63 | Juguetes considerados en más de un 50 % como juguetes para un público neutro.

3.1.4. ENTREVISTA A PERSONAS USUARIAS META: NIÑOS Y NIÑAS

3.1.4.1. ESTRUCTURA DE LA ACTIVIDAD

OBJETIVO

Aproximarse a cuáles son las características y atributos que hacen al juguete sexista o no sexista, según la opinión infantil.

METODOLOGÍA

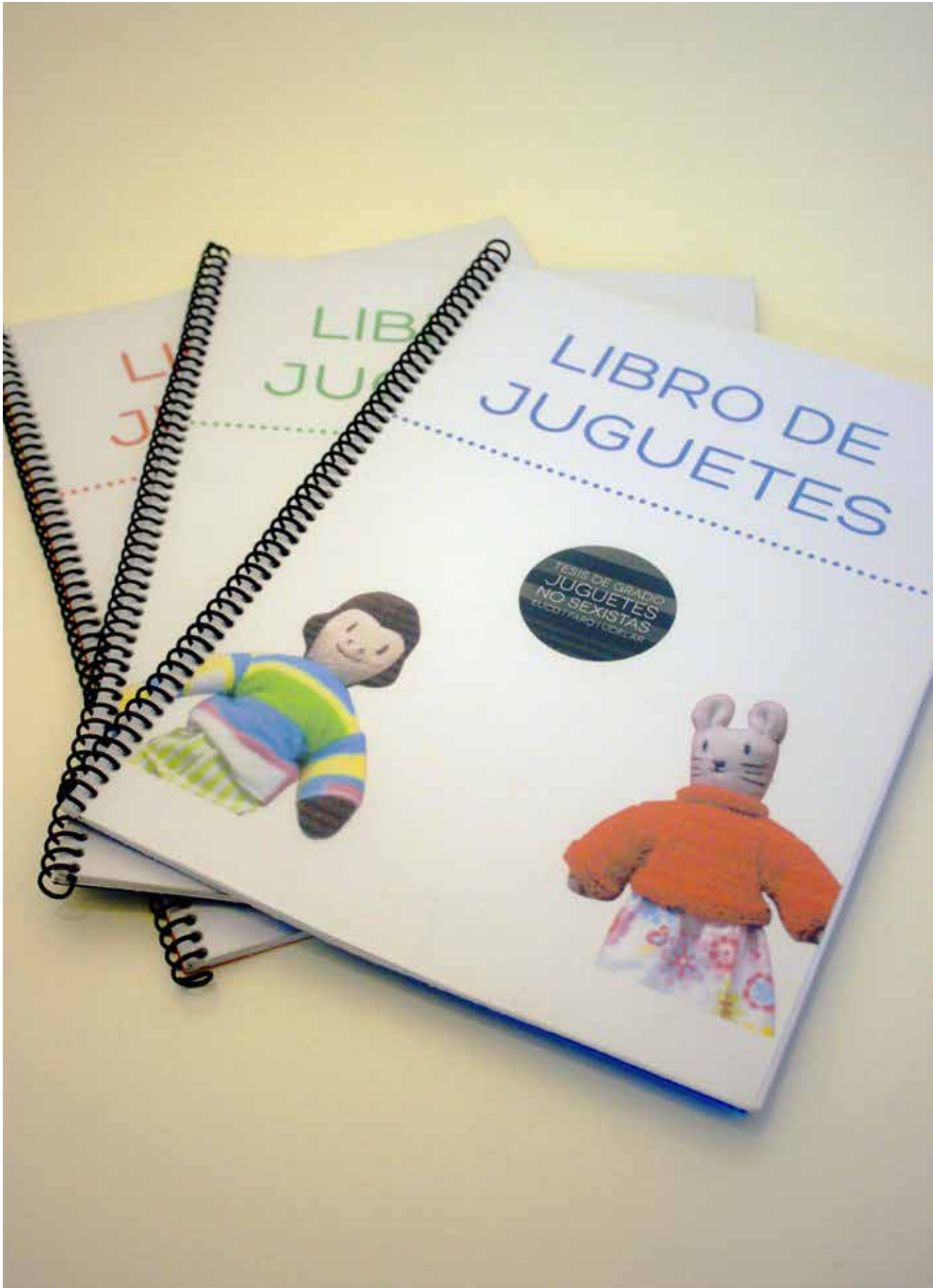
Entrevista con cuestionario de opción múltiple tipo test de imágenes.

Para que la actividad resultase amena y divertida para las personas entrevistadas, se les presentó un gran *Libro de juguetes* como si se tratase de un juego. El libro contenía 18 imágenes de juguetes y, en el pie de página, pequeñas fotografías de niños y niñas de diferentes etnias presentes en nuestro país: un niño y una niña caucásicos, un niño y una niña mestizos y un niño y una niña afrodescendientes. Por cada página, se ubicó una sola imagen de juego o juguete, de manera de que la persona entrevistada se concentrase en un producto a la vez.

Se trabajó sobre los 54 juguetes seleccionados y utilizados en las consultas a personas expertas y a usuarias operacionales. Para que no resultase tedioso para las personas entrevistadas y considerando su edad, se dividieron los productos en tres grupos de manera aleatoria, conformándose tres diferentes *Libros de juguetes*, teniendo en cuenta que cada libro contuviera un producto de cada categoría.



Ejemplo de página del *Libro de juguetes*.



3.1.4.2. SOBRE LA EXPERIENCIA

La experiencia de las entrevistas fue muy enriquecedora, ya que niñas y niños tienen mucho que decir y que opinar sobre aquellos objetos que los acompañan en el juego y en su desarrollo.

Se realizaron un total de 42 entrevistas a niños y niñas de entre 3 y 7 años de edad. La muestra, en relación con cantidad de personas entrevistadas según edad y género, fue aleatoria; lo que sí se tuvo en cuenta fue que se realizaran la misma cantidad de entrevistas con cada uno de los tres *Libros de juguetes* (14 entrevistas por libro).

Las reacciones ante la actividad fueron positivas. Niños y niñas se sentían a gusto y entusiasmados con tal o cual juguete. Esto produjo que muchas veces, no se limitaran a simplemente contestar las preguntas, sino que aportaran sus experiencias con esos objetos: con quiénes les gustaba jugar, quién se los había regalado y demás.

Los niños más pequeños, de 3 y 4 años, eran escuetos en sus respuestas, mientras que los más grandes argumentaron de manera mucho más rica y compleja.

Respuestas de 3, 4 y 5 años

Los niños y las niñas de 3 y 4 años entrevistadas, se mostraron muy a gusto con los juguetes que el libro les iba sugiriendo. En varias ocasiones, contestaron que todos los productos eran de su agrado y que niños y niñas jugaban sin distinciones.

Con las personas entrevistadas de 5 años, el panorama fue un poco diferente. Niños y niñas manifestaron que el libro contenía ciertos juguetes que eran para niños y no para niñas, y viceversa. Cuando se les consultaba el porqué de su apreciación, no sabían qué contestar o les resultaba incómodo.

En una ocasión, se le preguntó a un niño de 5 años si le gustaba jugar con el muñeco bebé de la figura. El niño respondió que sí le gustaba. Se le consultó si le parecía que era un juguete para varones, para niñas o para ambos. El niño contestó que se trataba de un

juguete para niñas. Ante esta respuesta, se le cuestionó, argumentando que si él era varón y le gustaba ese juguete, por qué le parecía que era para niñas. Ante esta pregunta, el niño respondió que en realidad no le gustaba tanto el muñeco bebé, solo un poquito.

Otra niña de 5 años manifestó que le gustaban las pistas de autos, que jugaba en la casa de su primo. Se le consultó sobre si ella quisiera tener una pista propia, a lo que respondió que no, que eran para varones.

Por otro lado, y en todos los casos, más de la mitad de los juegos y los juguetes del cuestionario fueron considerados neutros por los niños y las niñas de 3, 4 y 5 años. Si comparamos sus respuestas con las de las personas adultas, vemos como en los más pequeños, existe una percepción mayoritaria de que los juguetes son para jugar sin importar el género de quien juega.

Respuestas de 6 y 7 años

Las entrevistas realizadas a niñas y niños de 6 y 7 años, fueron sumamente enriquecedoras. Frente a los juegos y los juguetes presentados, desarrollaron complejas argumentaciones sobre el porqué de sus consideraciones de género.

Sorprendió la manera en la que identificaban atributos sexistas claros en los colores, las formas, los estampados y los decorados de los productos, así como en las actividades lúdicas que estos proponen.

En las respuestas de este grupo etario, se pudo constatar un aumento en las percepciones de género con relación a lo contestado por niños y niñas de 3 a 5 años. La amplia mayoría de los productos fueron considerados para ambos géneros en menor medida que lo considerado por la población más pequeña estudiada. Demostrando así que al aumentar la edad y la etapa de socialización, aumentan los estereotipos.

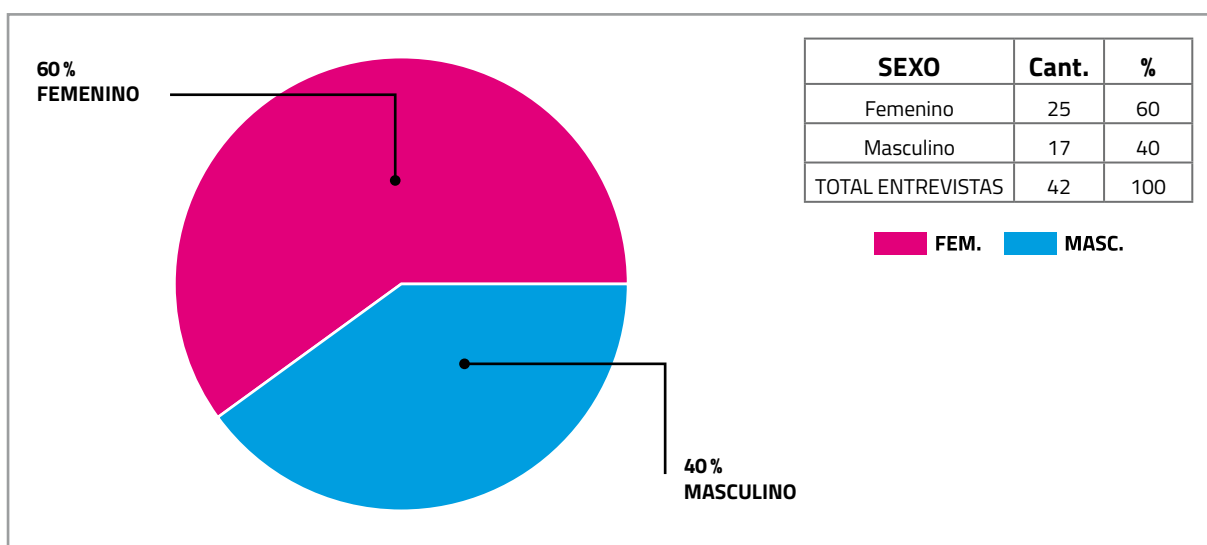
De todas maneras, más de la mitad de los productos fueron reconocidos como neutros por ese grupo etario. Muchos más que los considerados por el público adulto.

3.1.4.3. ANÁLISIS DE LOS DATOS OBTENIDOS

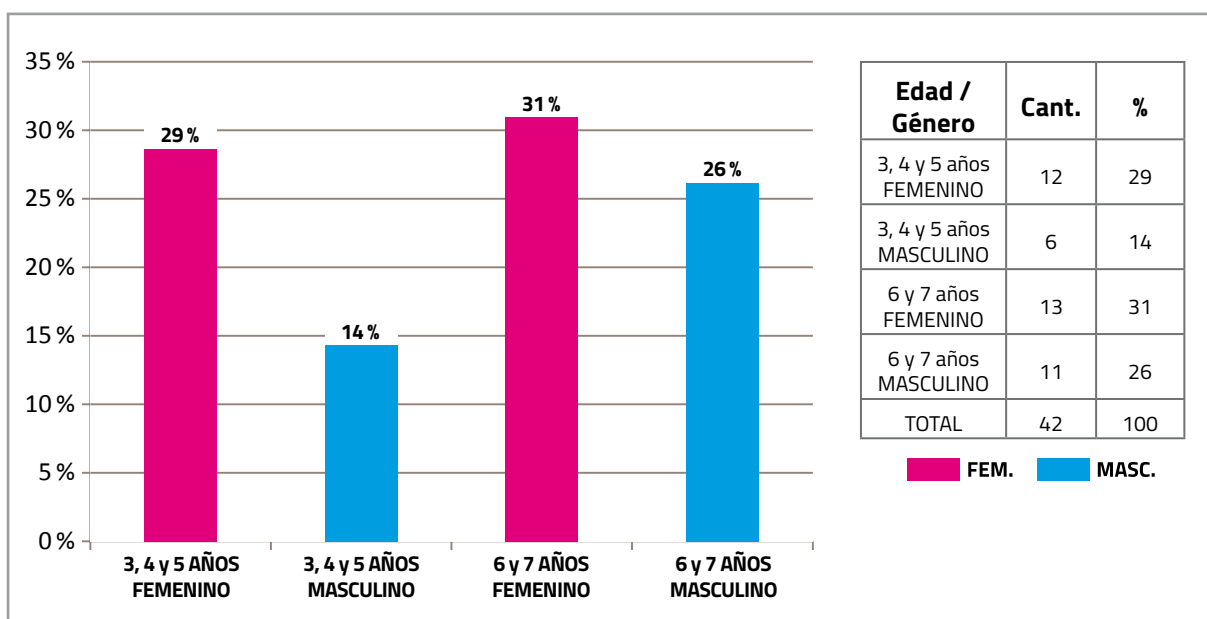
A continuación se presentan las tablas comparativas, realizadas a partir de los datos obtenidos en las entrevistas y sus gráficos correspondientes.

Acompañando las gráficas, sobre valoraciones de género por grupo etario de cada juguete, se incluyeron algunos comentarios de niños y niñas realizados durante las entrevistas a modo ilustrativo.

RESPECTO A LAS PERSONAS ENTREVISTADAS

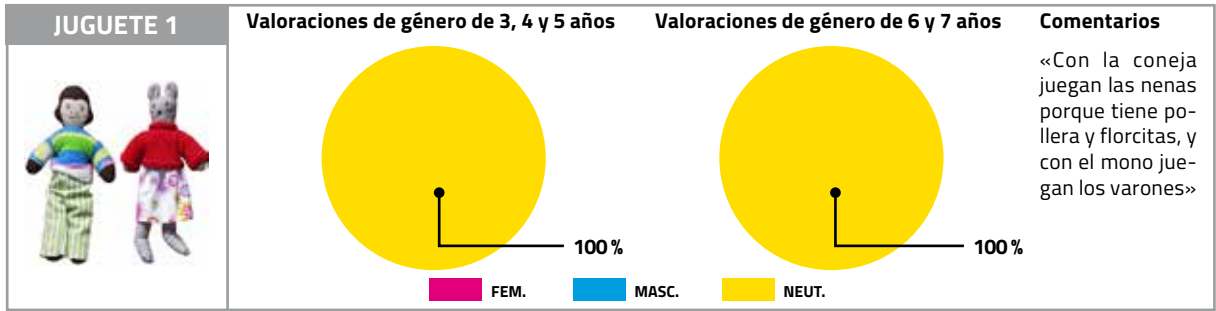


Gráfica 3.64 | Porcentaje de personas usuarias meta entrevistadas de sexo femenino y masculino.

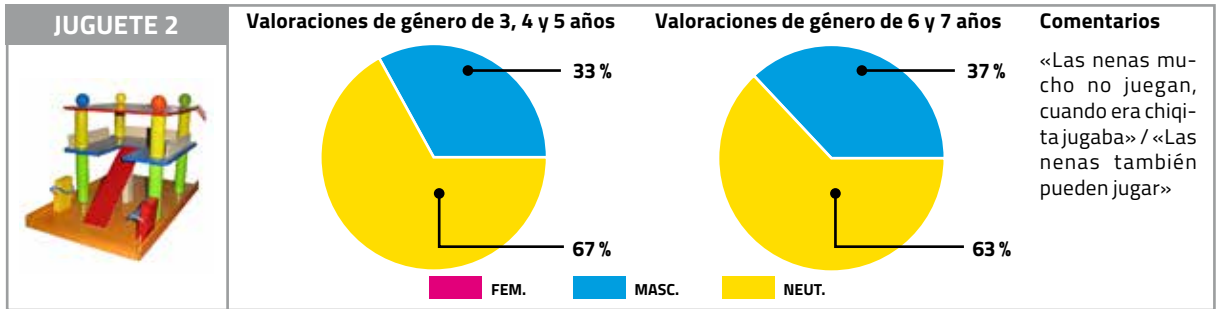


Gráfica 3.65 | Porcentaje de personas usuarias meta entrevistadas según franja etaria.

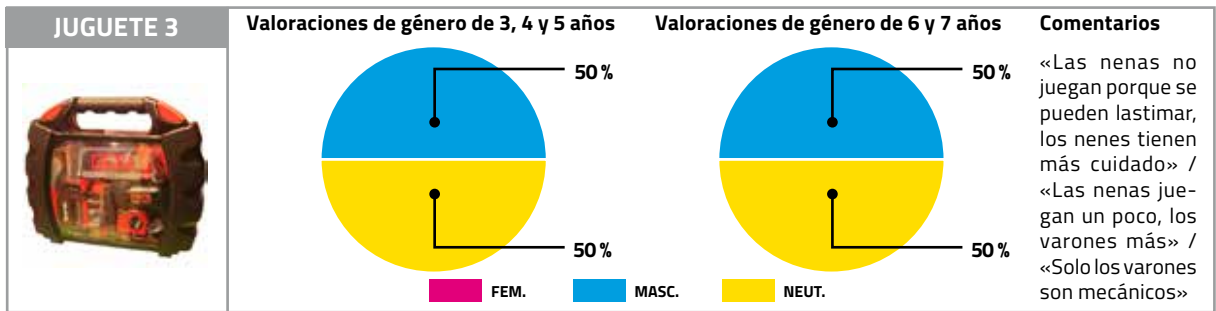
RESPECTO A CADA JUGUETE



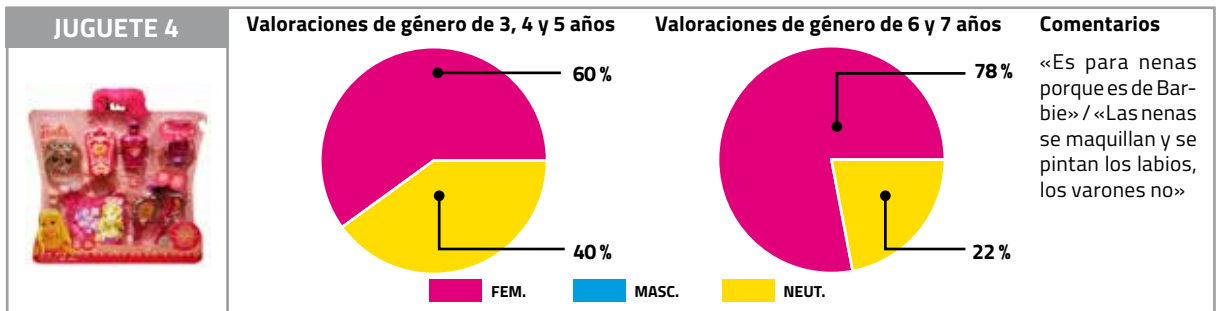
Gráfica 3.66 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 1*.



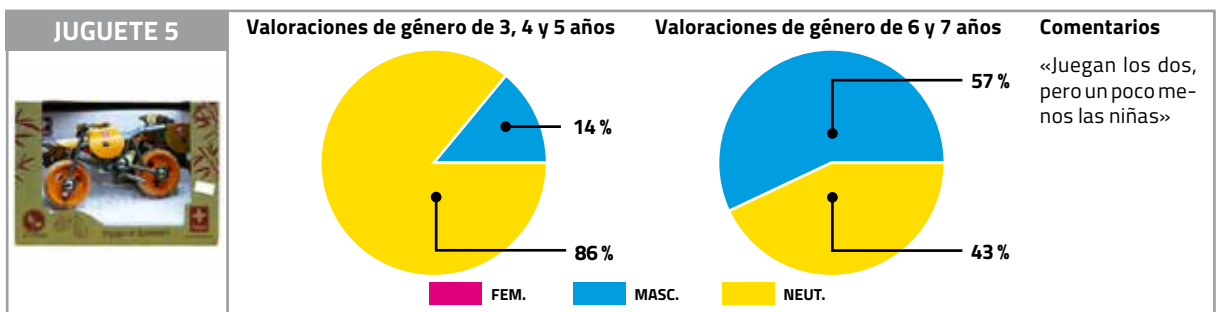
Gráfica 3.67 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 2*.



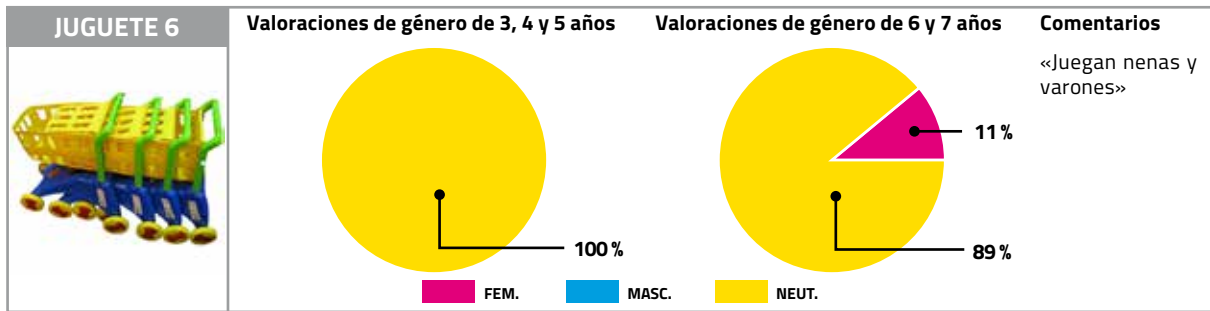
Gráfica 3.68 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 3*.



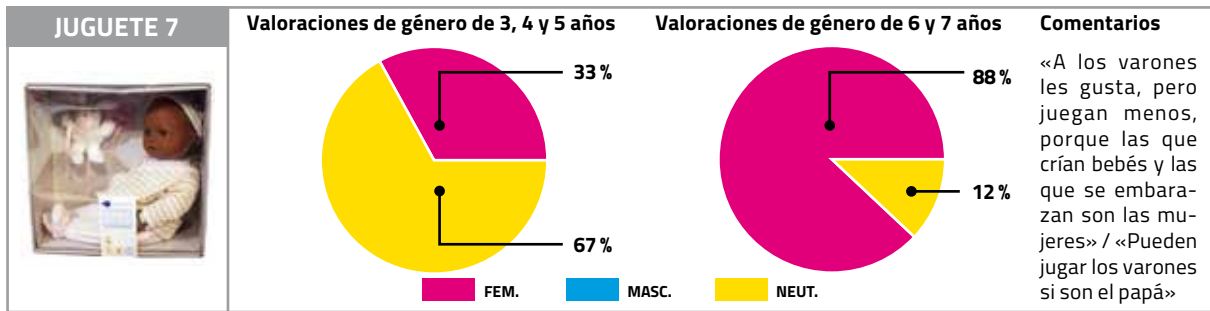
Gráfica 3.69 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 4*.



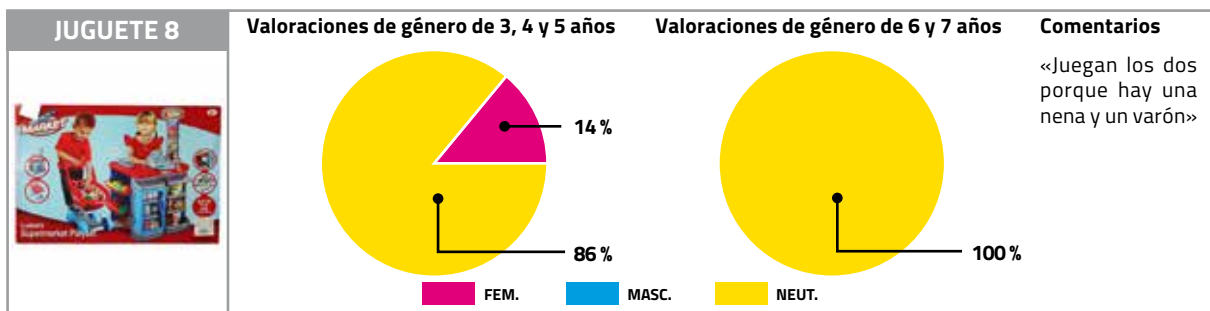
Gráfica 3.70 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 5*.



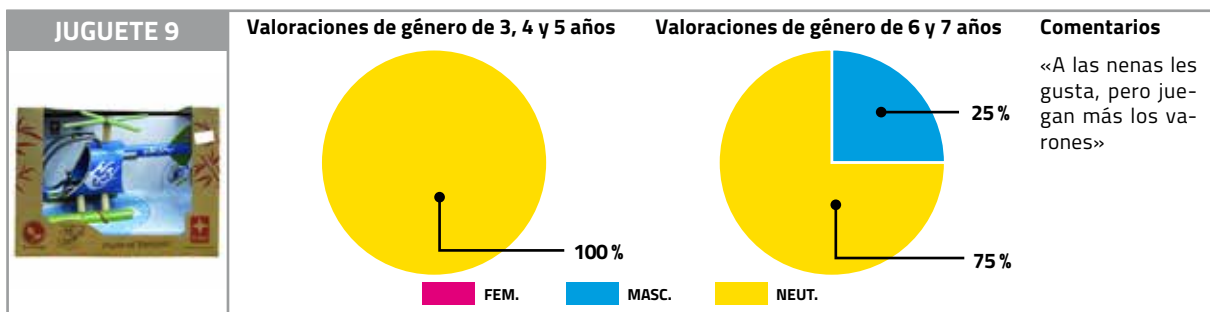
Gráfica 3.71 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 6*.



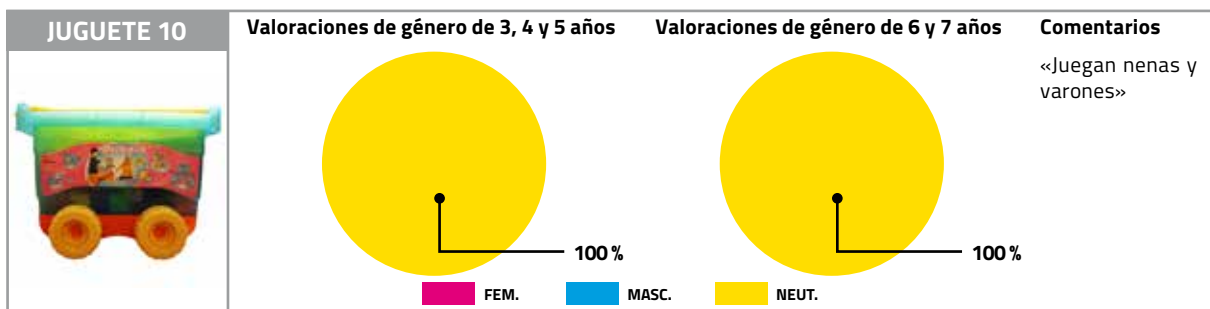
Gráfica 3.72 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 7*.



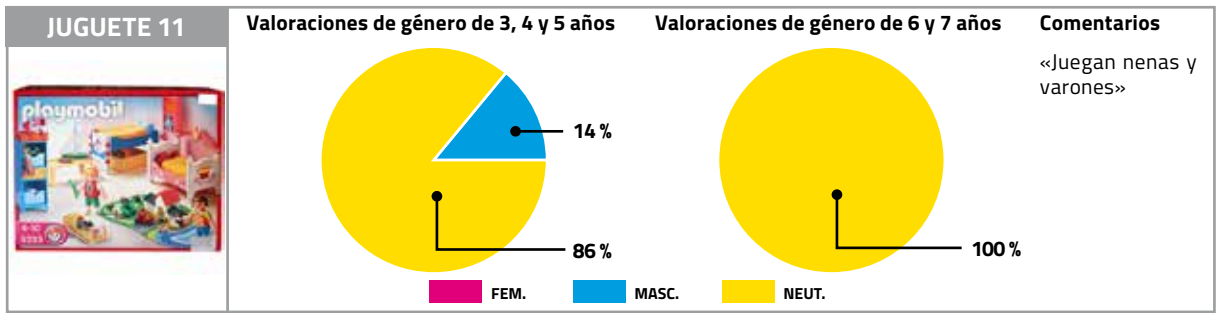
Gráfica 3.73 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 8*.



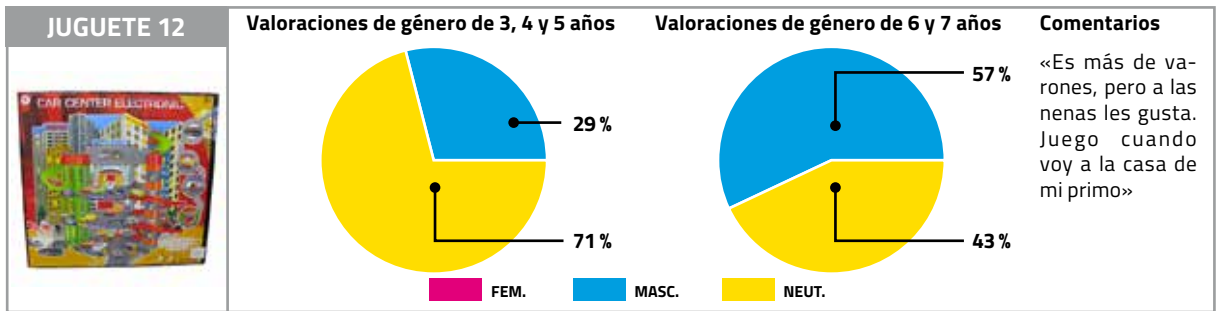
Gráfica 3.74 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 9*.



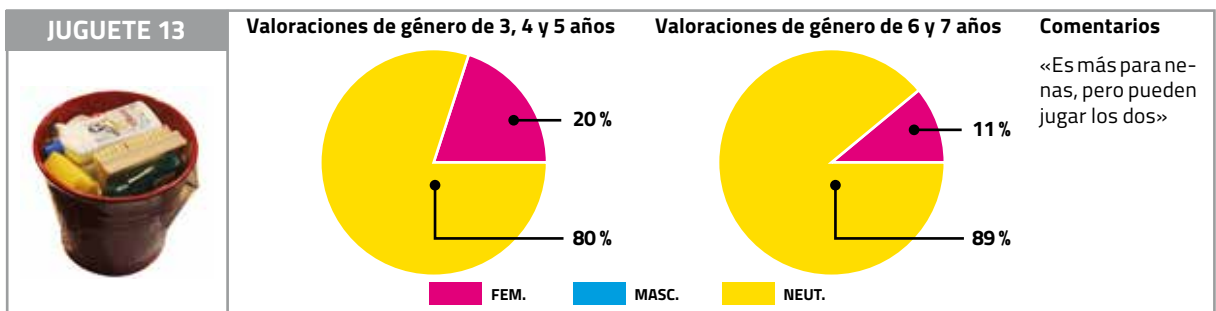
Gráfica 3.75 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 10*.



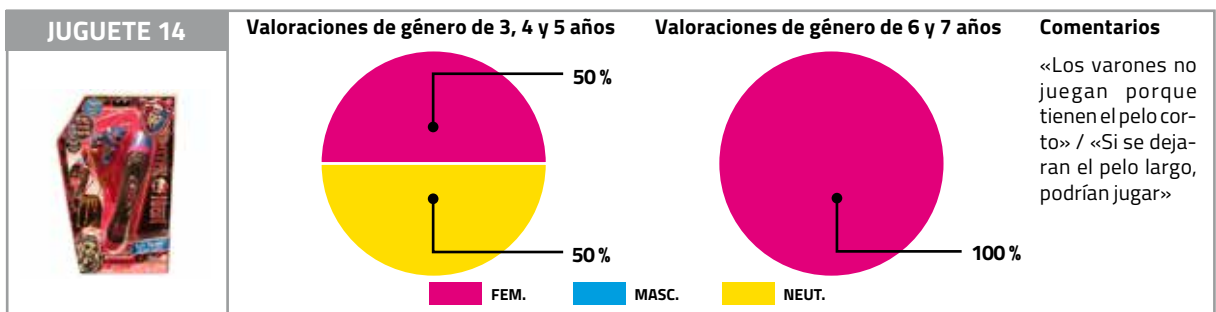
Gráfica 3.76 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 11*.



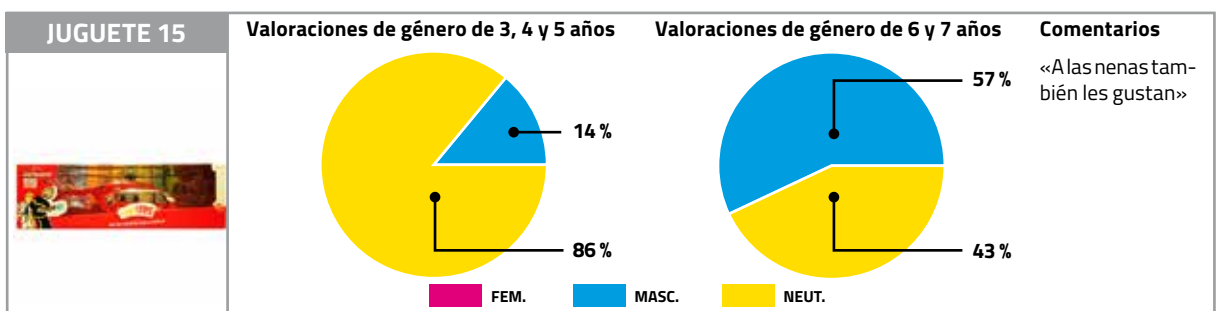
Gráfica 3.77 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 12*.



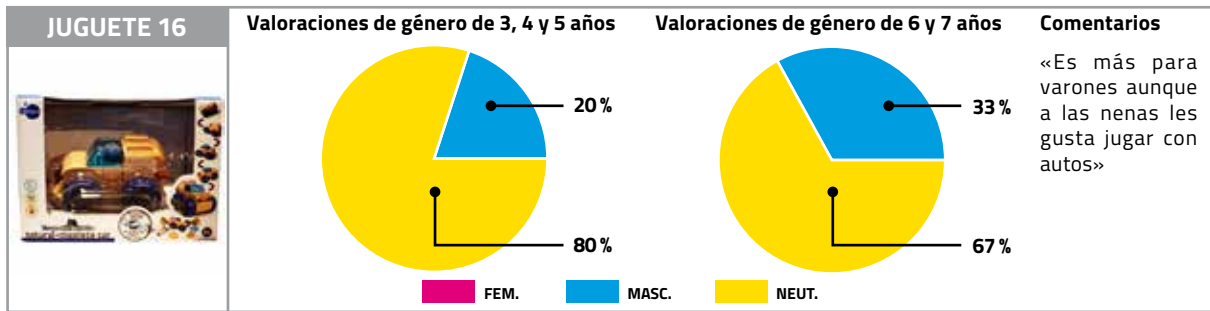
Gráfica 3.78 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 13*.



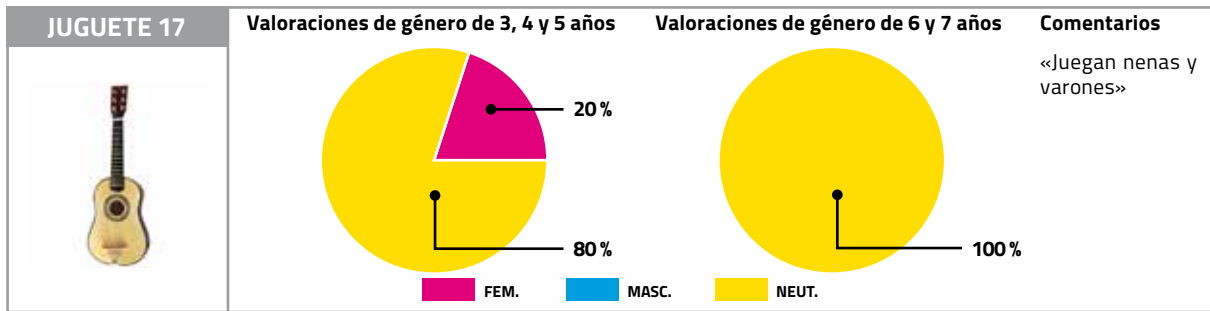
Gráfica 3.79 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 14*.



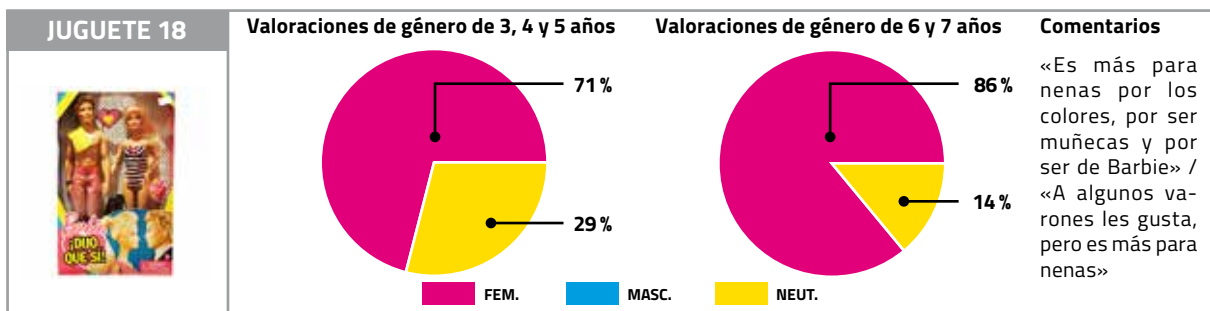
Gráfica 3.80 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 15*.



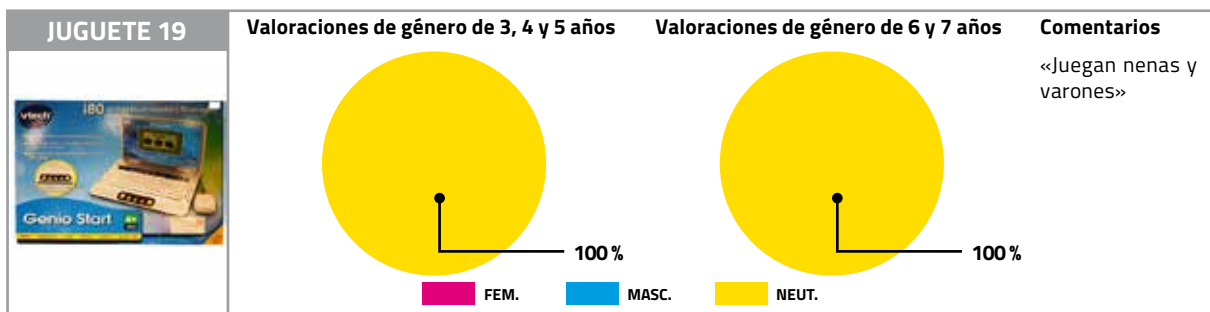
Gráfica 3.81 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 16*.



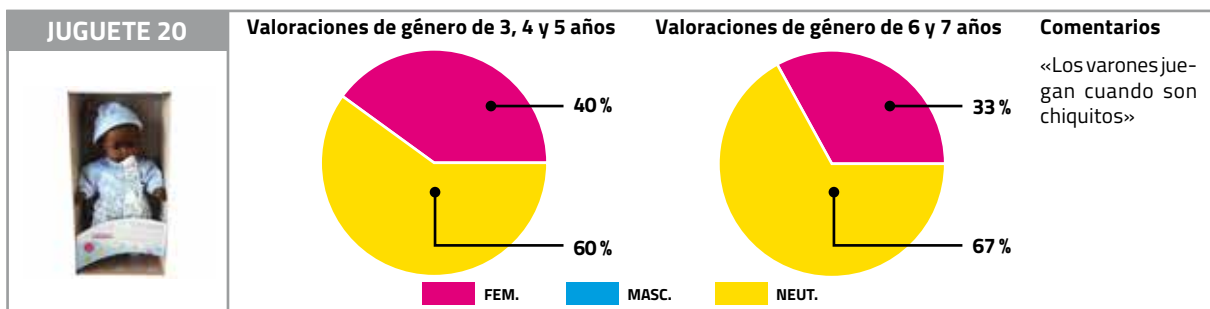
Gráfica 3.82 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 17*.



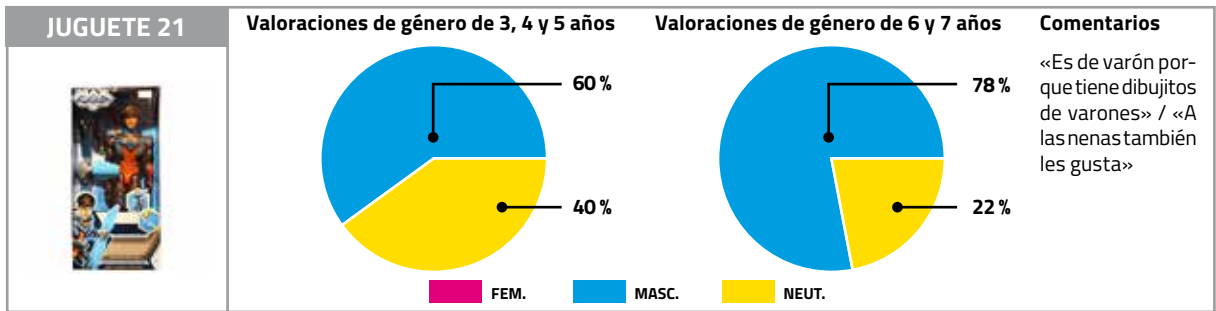
Gráfica 3.83 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 18*.



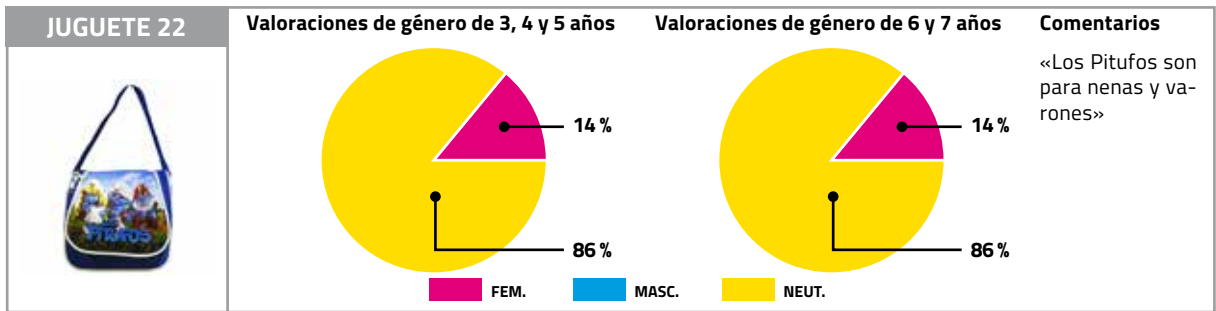
Gráfica 3.84 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 19*.



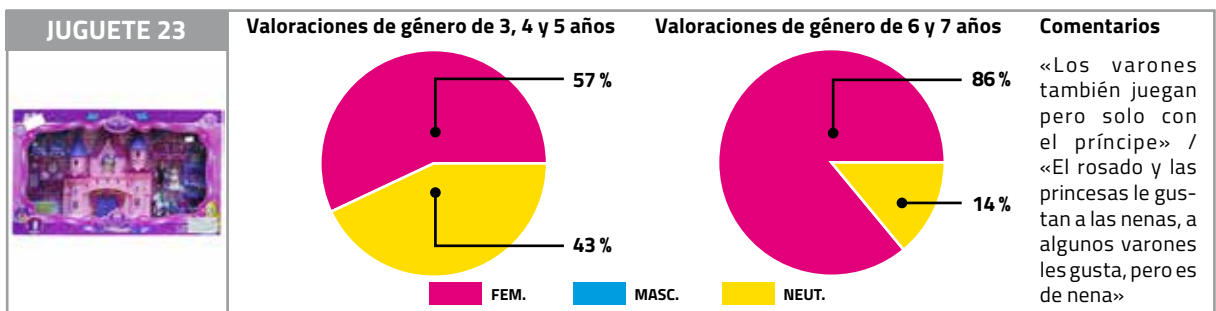
Gráfica 3.85 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 20*.



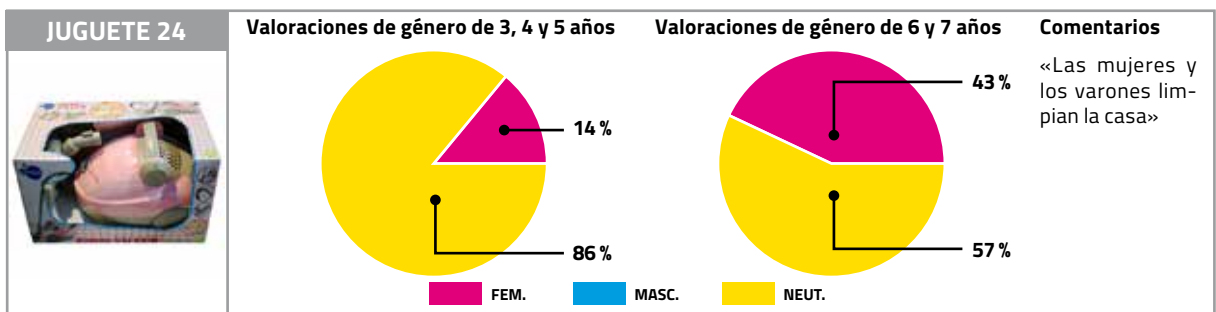
Gráfica 3.86 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 21*.



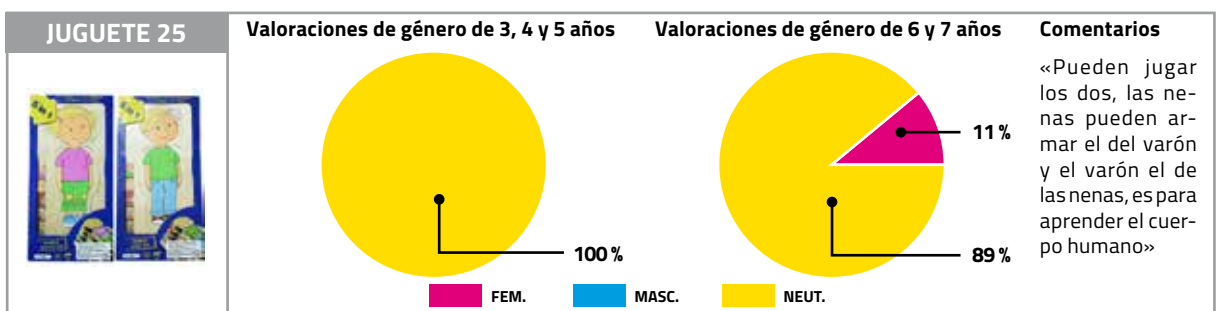
Gráfica 3.87 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 22*.



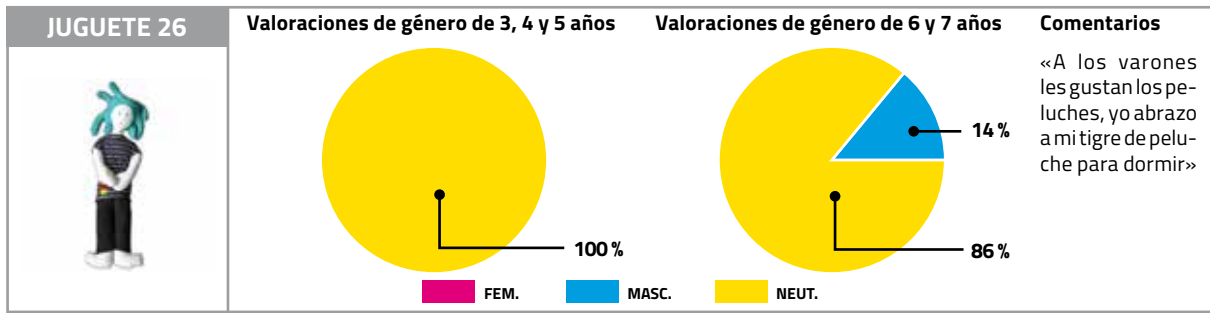
Gráfica 3.88 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 23*.



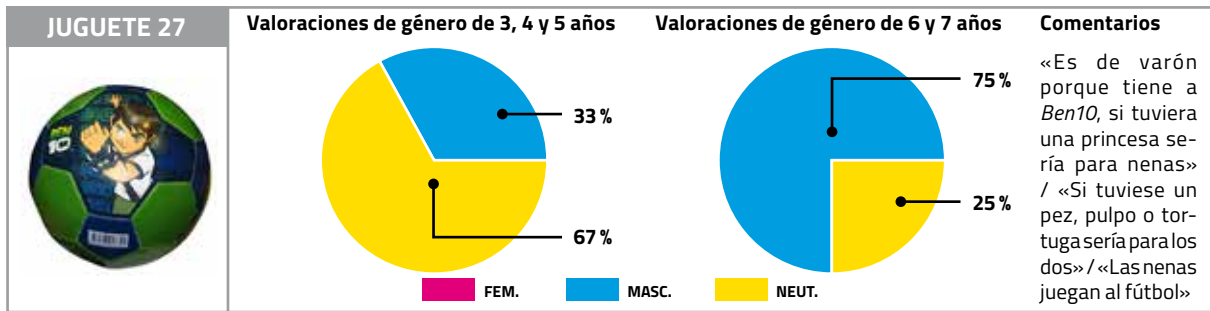
Gráfica 3.89 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 24*.



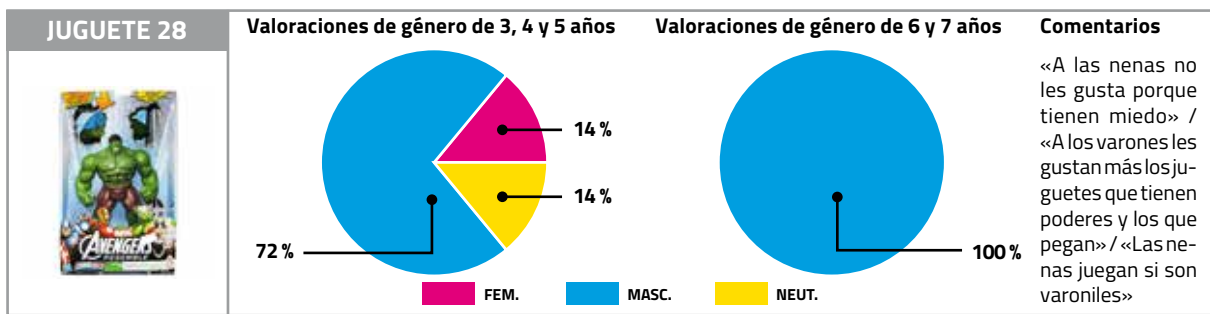
Gráfica 3.90 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 25*.



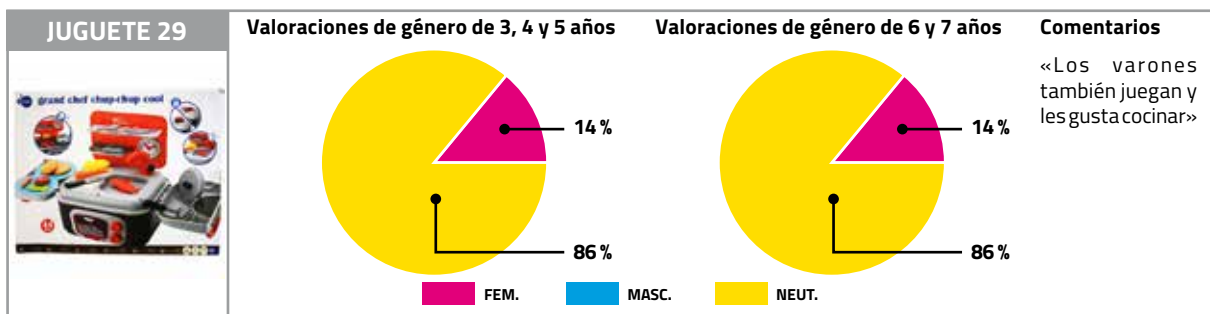
Gráfica 3.91 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 26*.



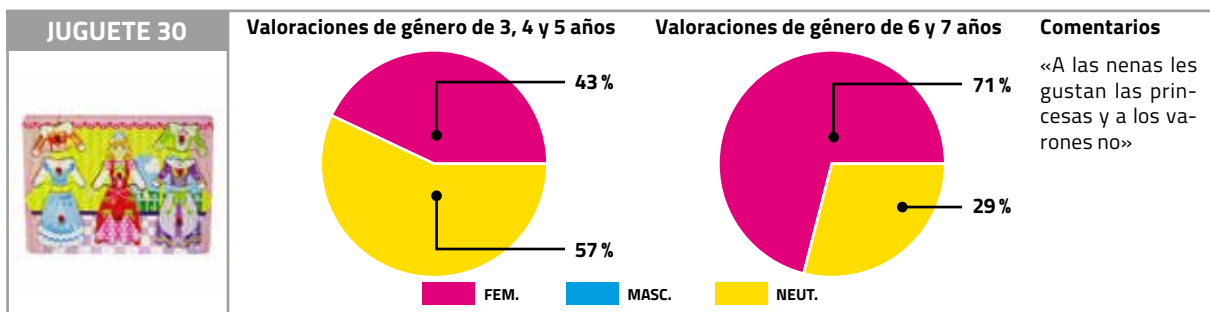
Gráfica 3.92 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 27*.



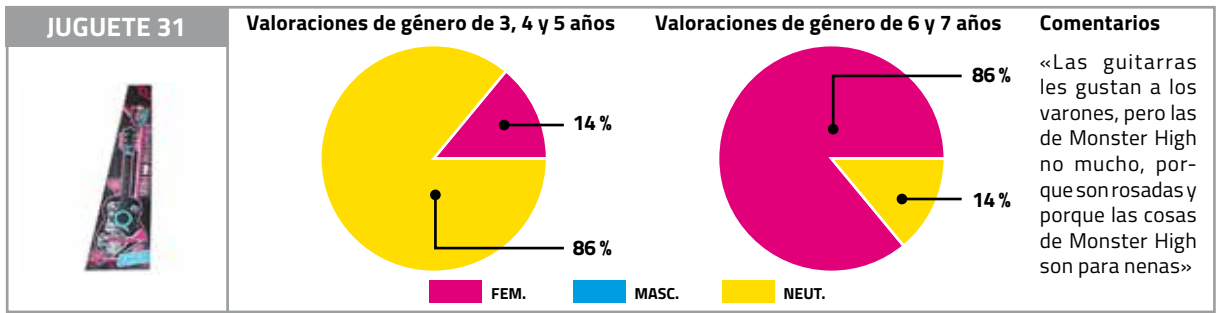
Gráfica 3.93 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 28*.



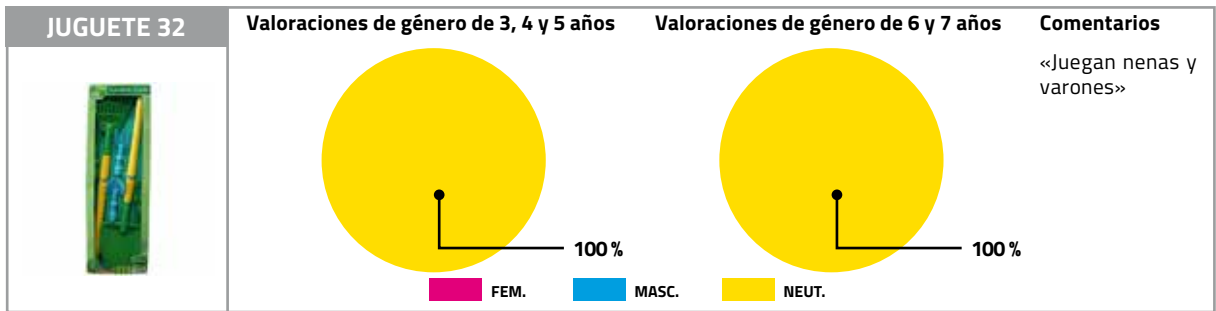
Gráfica 3.94 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 29*.



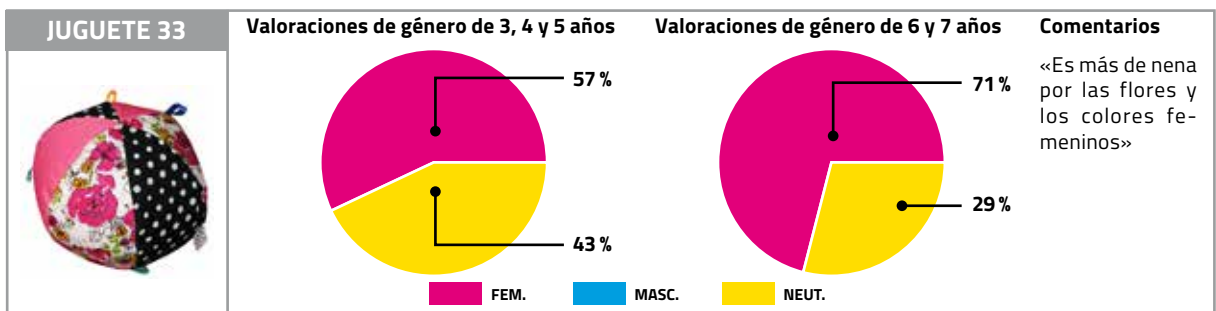
Gráfica 3.95 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 30*.



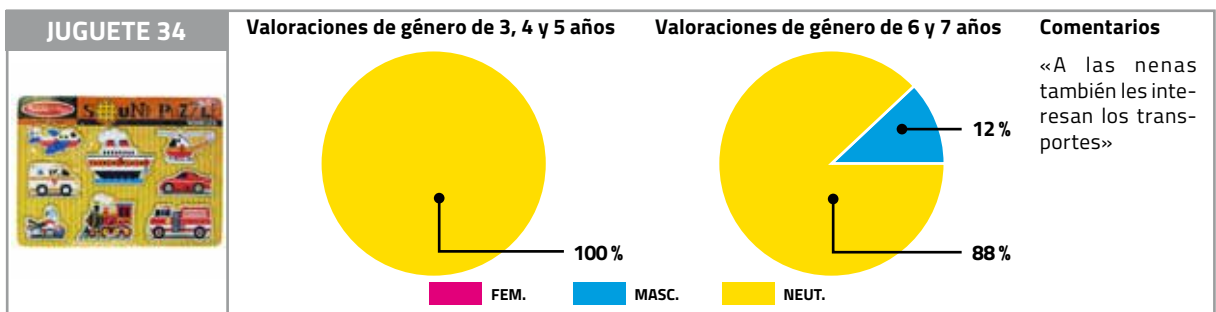
Gráfica 3.96 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 31*.



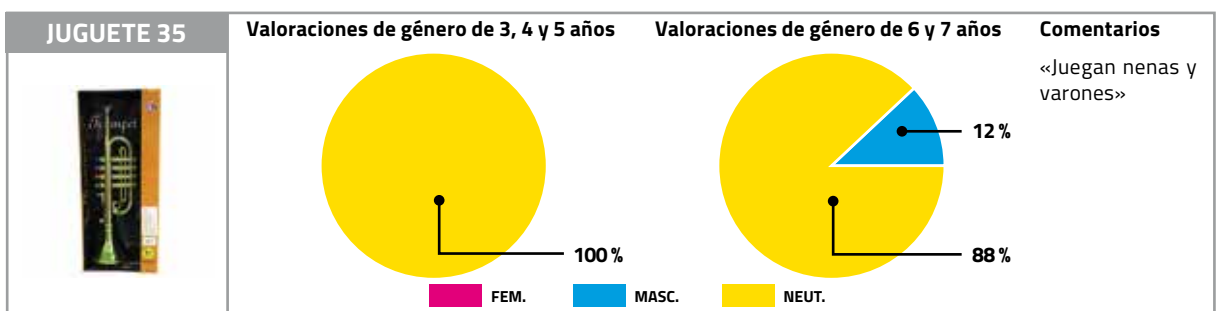
Gráfica 3.97 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 32*.



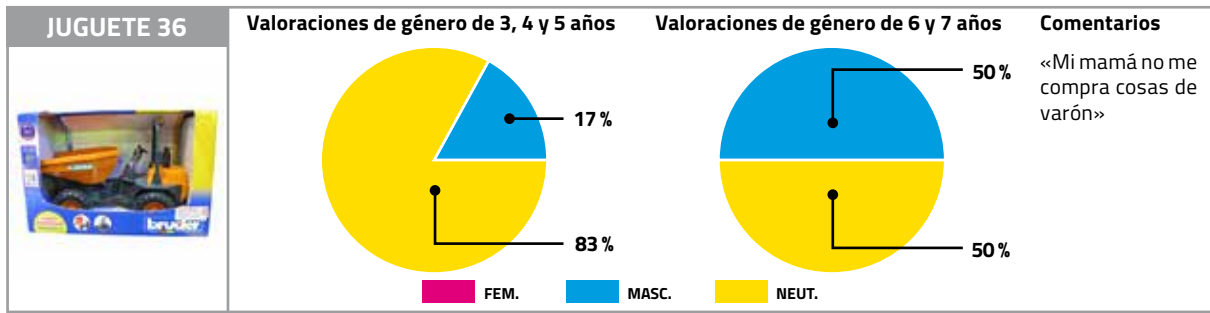
Gráfica 3.98 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 33*.



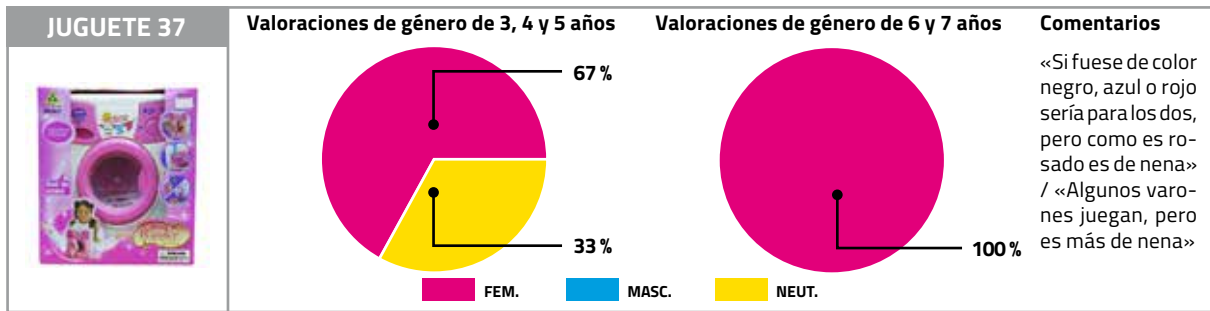
Gráfica 3.99 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 34*.



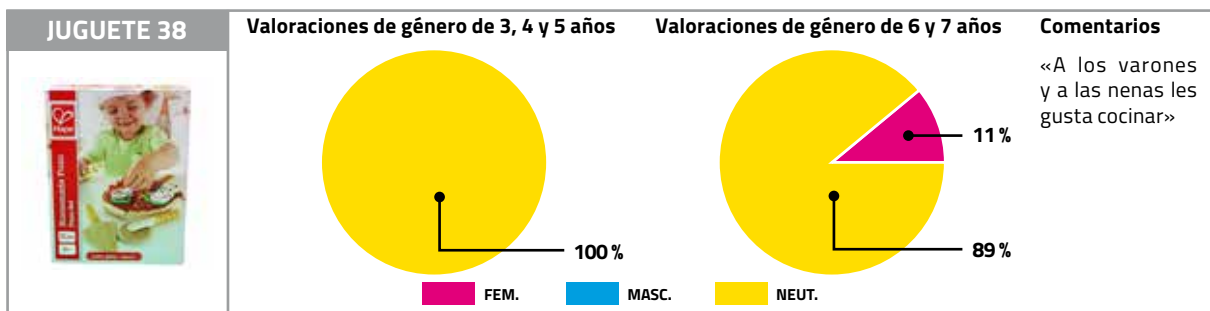
Gráfica 3.100 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 35*.



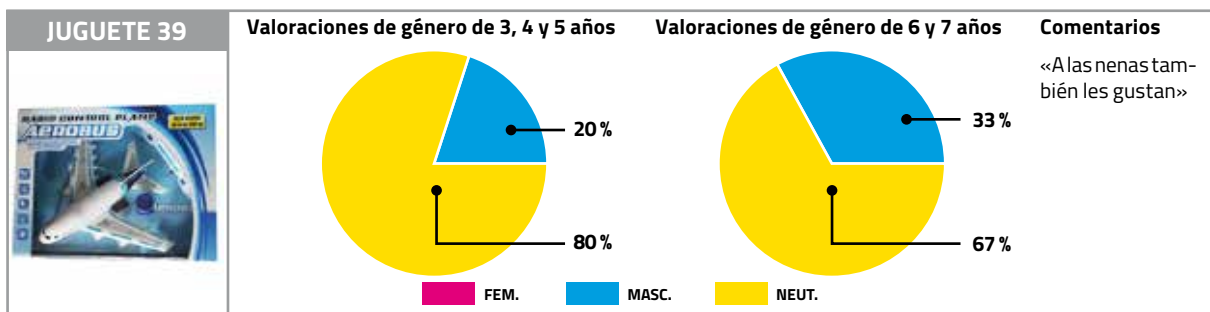
Gráfica 3.101 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 36*.



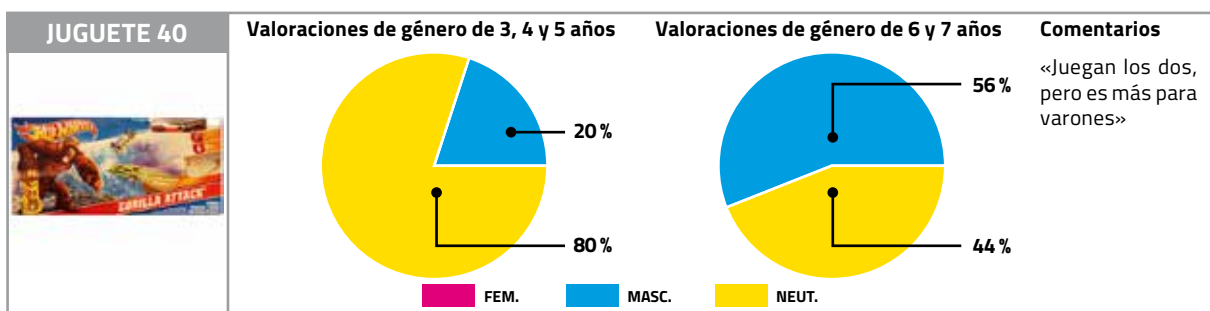
Gráfica 3.102 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 37*.



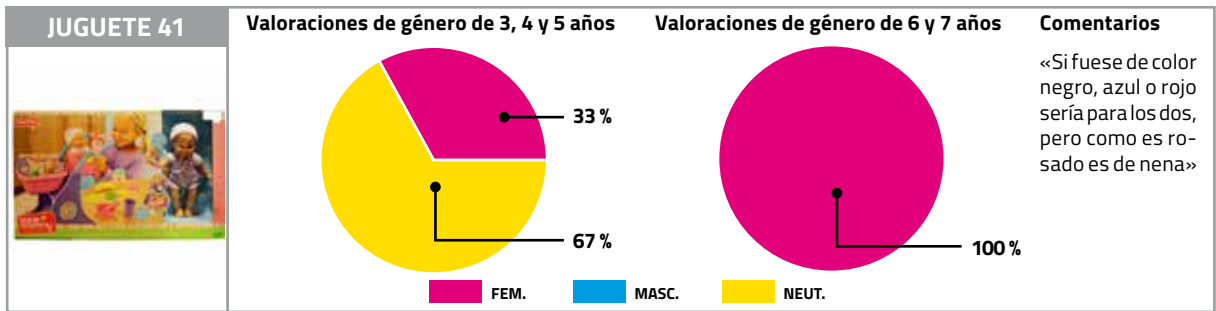
Gráfica 3.103 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 38*.



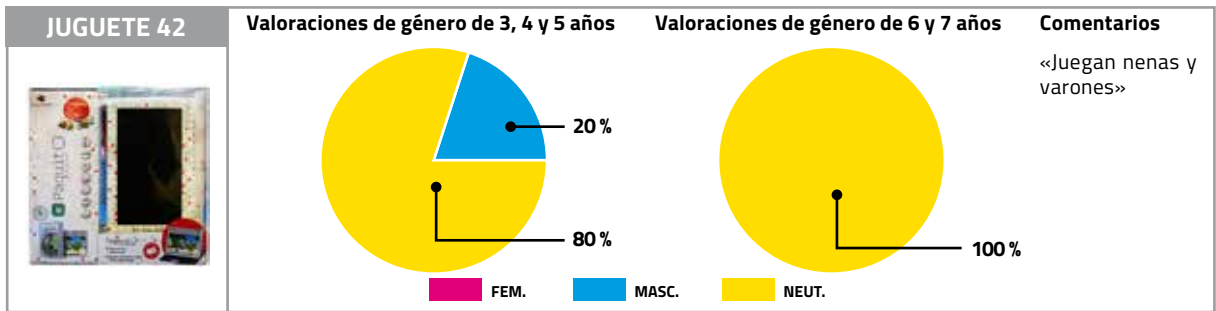
Gráfica 3.104 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 39*.



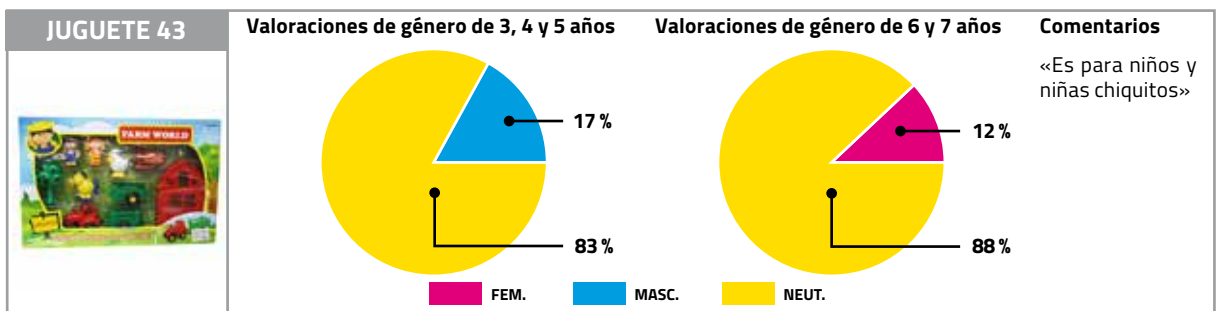
Gráfica 3.105 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 40*.



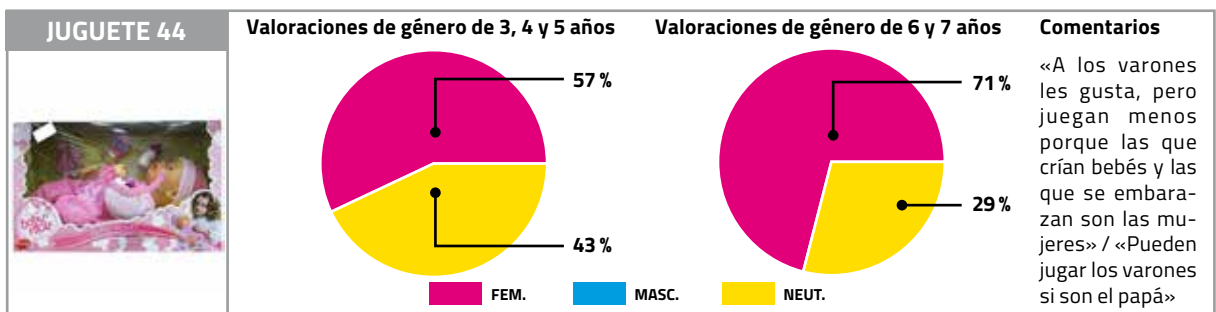
Gráfica 3.106 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 41*.



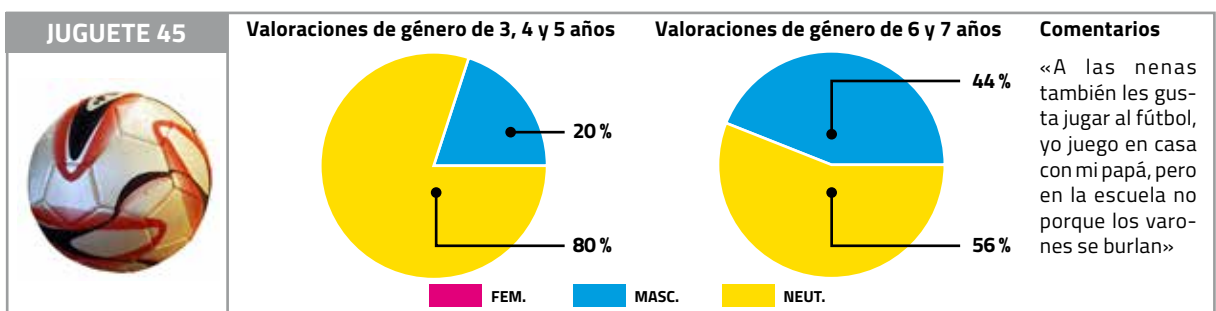
Gráfica 3.107 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 42*.



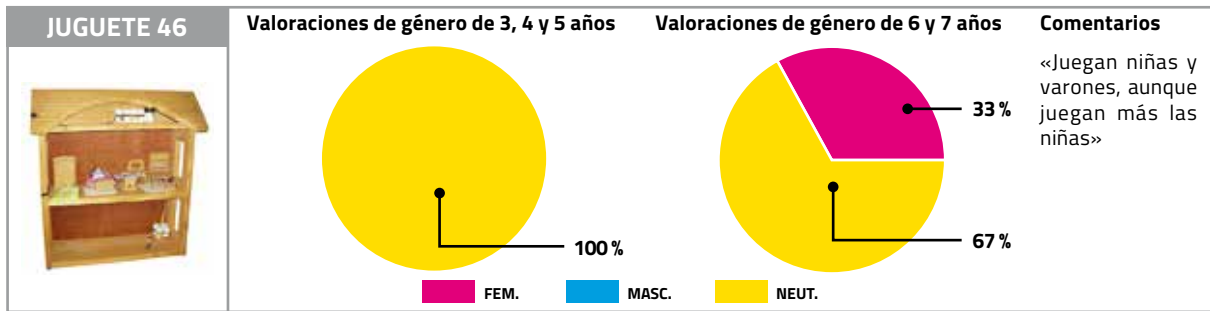
Gráfica 3.108 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 43*.



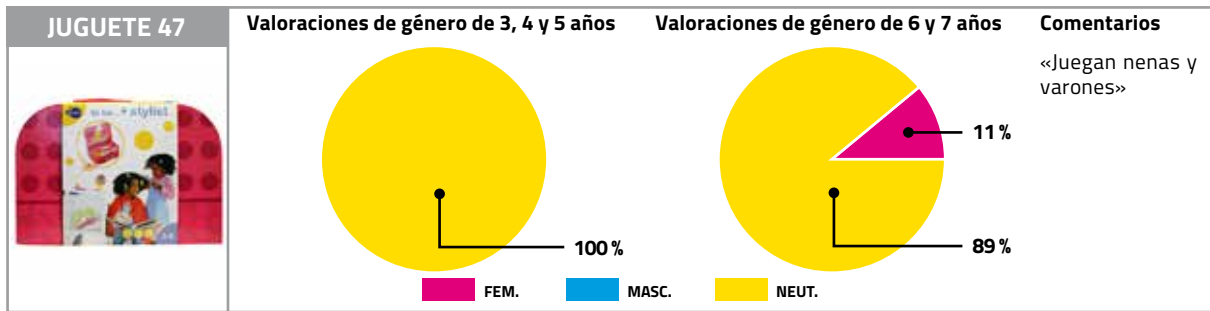
Gráfica 3.109 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 44*.



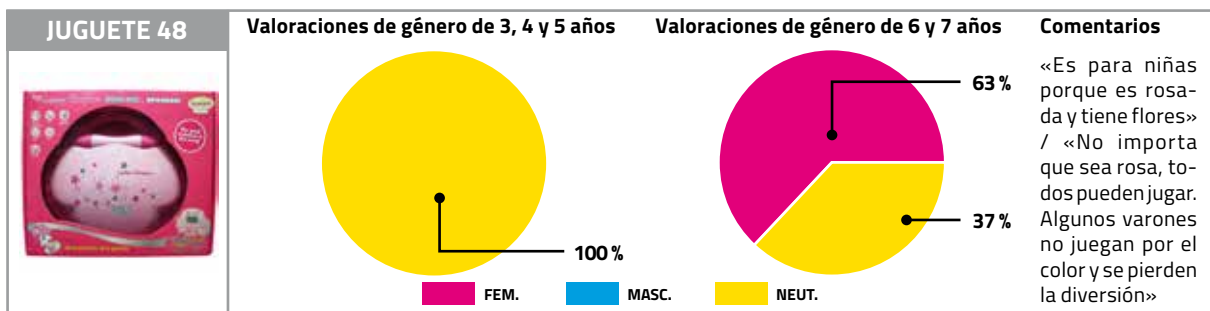
Gráfica 3.110 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 45*.



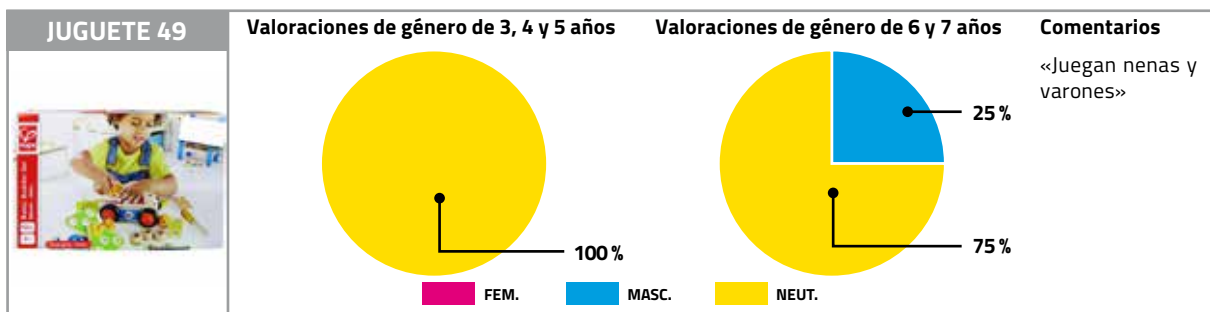
Gráfica 3.111 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 46*.



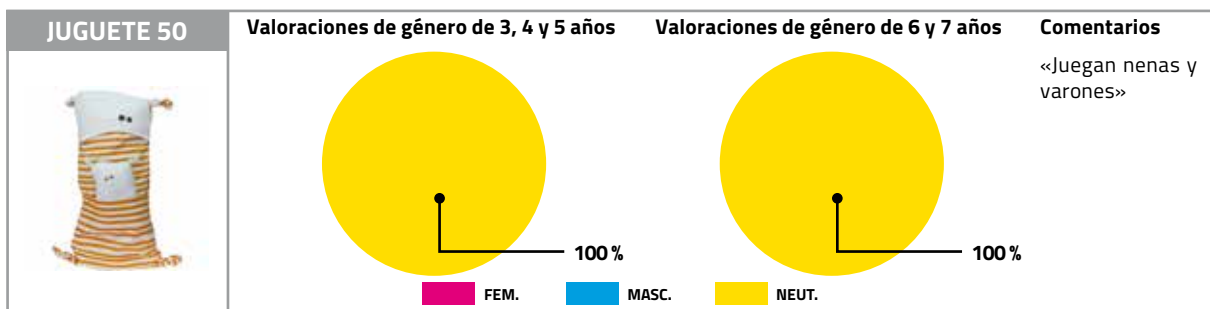
Gráfica 3.112 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 47*.



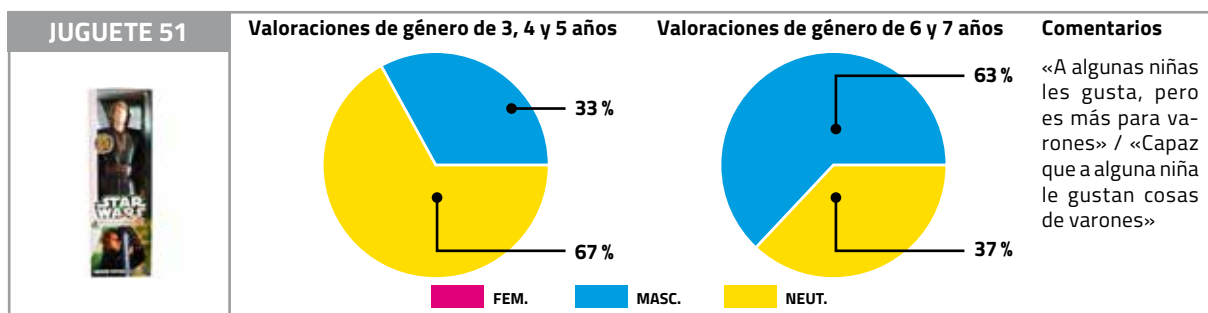
Gráfica 3.113 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 48*.



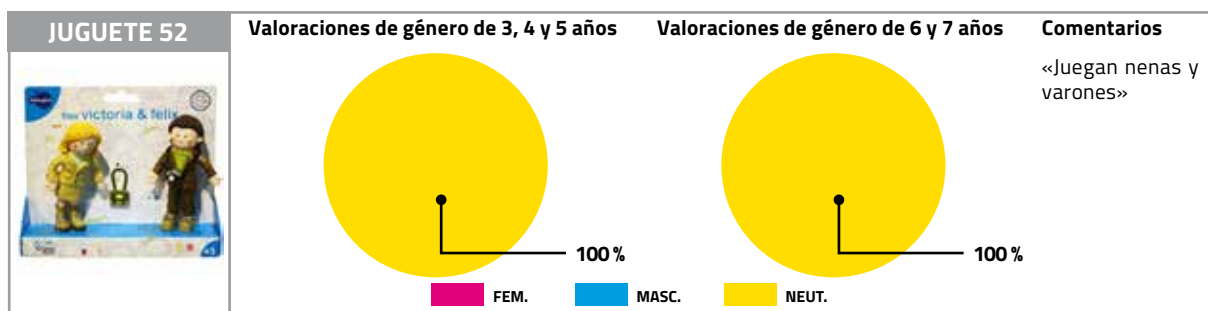
Gráfica 3.114 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 49*.



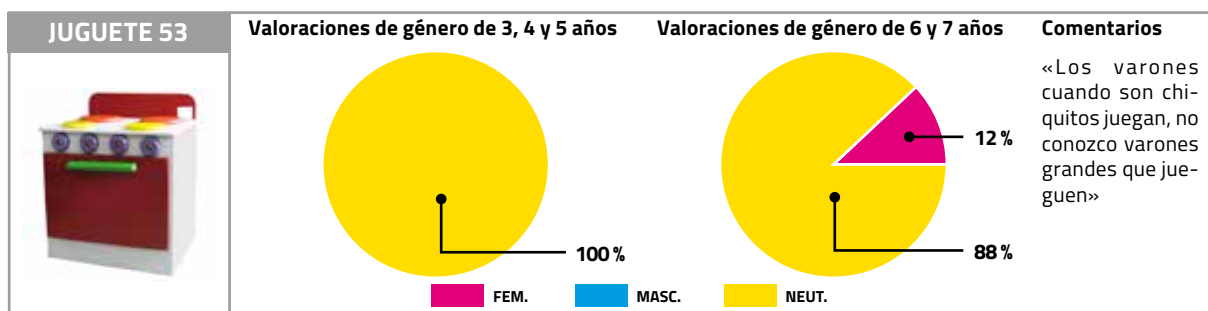
Gráfica 3.115 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 50*.



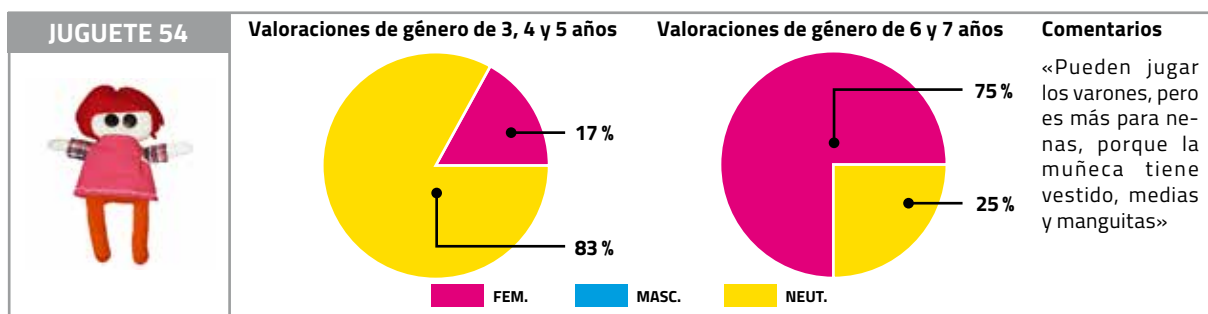
Gráfica 3.116 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 51*.



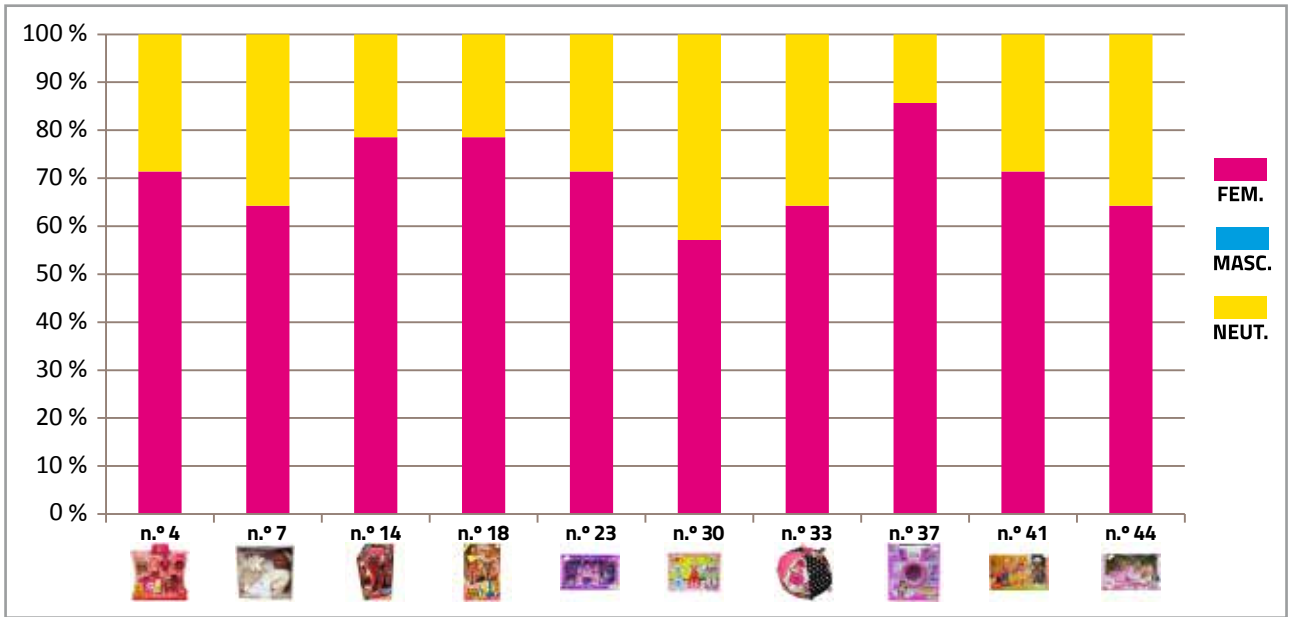
Gráfica 3.117 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 52*.



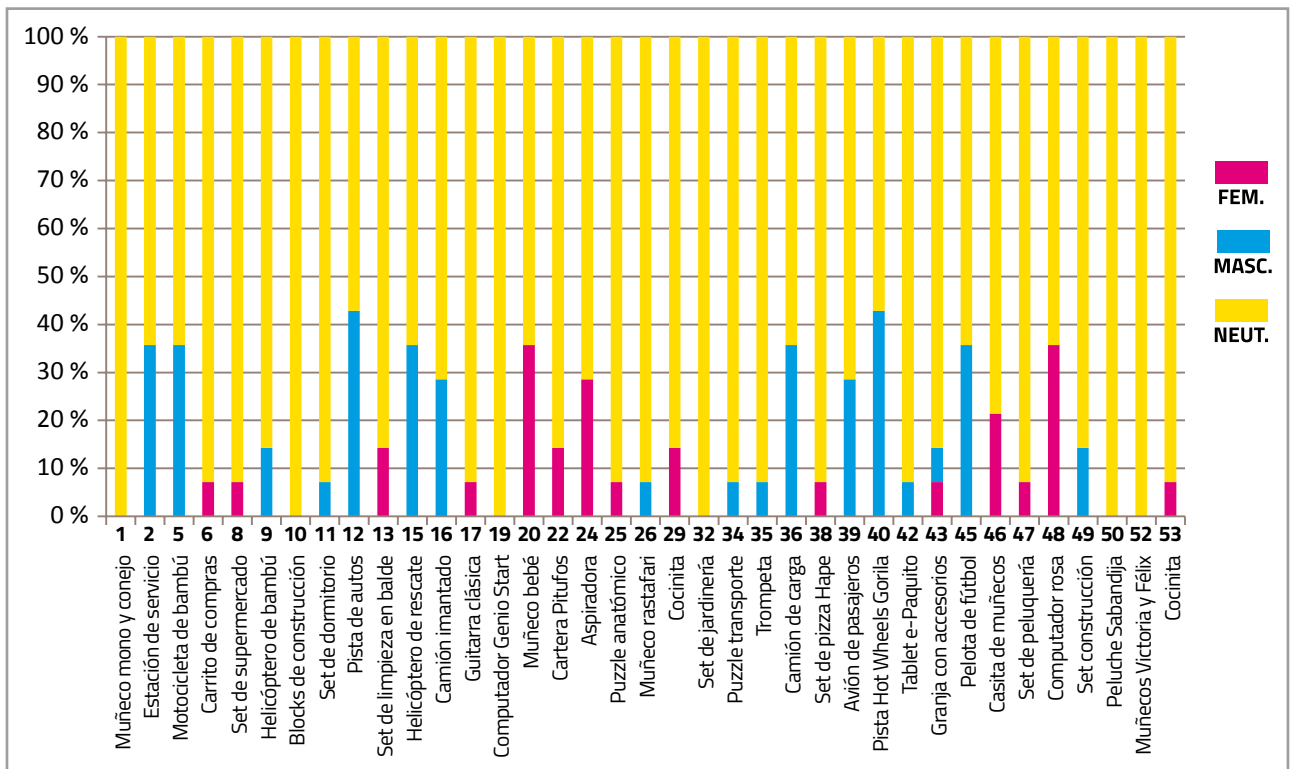
Gráfica 3.118 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 53*.



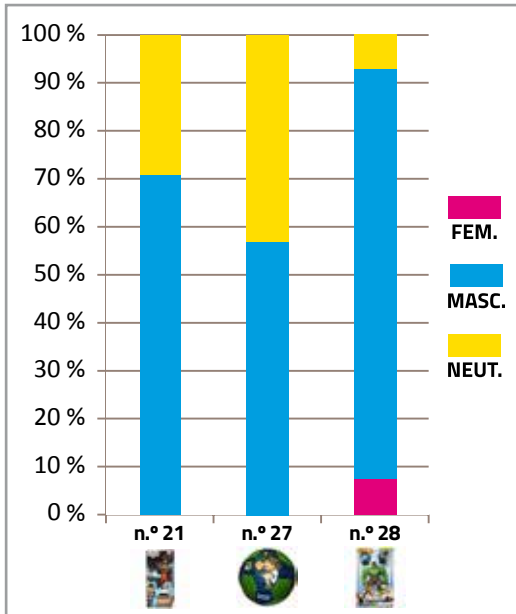
Gráfica 3.119 | Valoraciones de género en porcentajes con relación al *Juguete 54*.



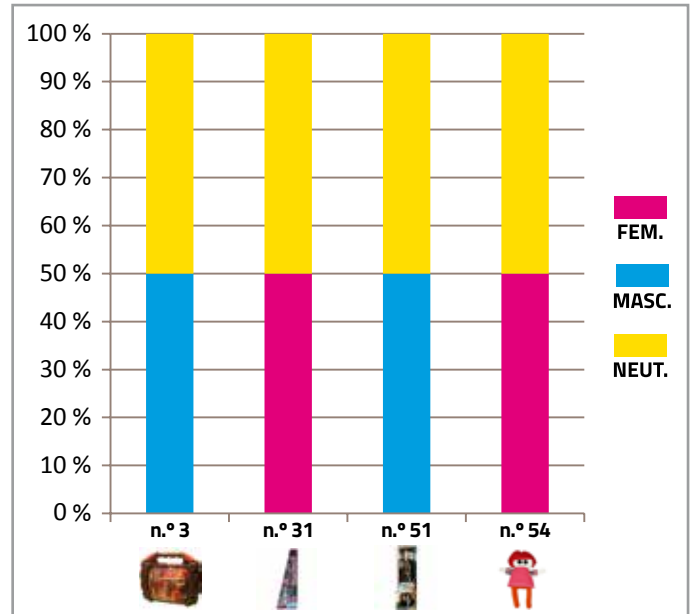
Gráfica 3.120 | Juguetes considerados en más de un 50 % como juguetes para un público *femenino*.



Gráfica 3.121 | Juguetes considerados en más de un 50 % como juguetes para un público *neutro*.



Gráfica 3.122 | Juguetes considerados en más de un 50 % como juguetes para un público masculino.



Gráfica 3.123 | Juguetes considerados en un 50-50 %.

RESPECTO A LA PERCEPCIÓN GENERAL DEL GÉNERO DE LOS JUGUETES ESTUDIADOS

Según la opinión de los niños y las niñas entrevistadas, 37 juegos y juguetes fueron considerados mayoritariamente neutros (68%), 10 fueron considerados mayoritariamente femeninos (19%), 3 fueron considerados mayoritariamente masculinos (6%) y 4 fueron considerados en un 50% neutros y en el otro 50% masculinos o femeninos (7%).

Estos resultados muestran una apreciación infantil de carácter neutro ampliamente mayoritaria. También, la presencia de un grupo más o menos importante de productos considerados exclusivamente para público femenino y una muestra muy pequeña de juguetes considerados para público masculino.

La amplia mayoría de los productos tradicionalmente masculinos presentados fueron considerados para ambos sexos, mientras que se mantiene un gran

porcentaje de productos considerados tradicionalmente femeninos.

En las percepciones infantiles, podemos observar cómo claramente los juguetes tradicionalmente femeninos —aquellos relacionados a la estética, el cuidado del hogar y de los hijos—, siguen siendo vedados para el juego por los varones. Ocurriendo sí, un pasaje importante de aquellos juguetes considerados masculinos al ámbito de lo neutro y apto para ambos géneros.

De alguna manera, y realizando una analogía lineal con los juegos y los juguetes propuestos, las mujeres pueden manejar autos y vehículos de transporte, construir artefactos, manejar ordenadores, etc., mientras que para los hombres sigue siendo no permitido el cuidado de bebés, las tareas del hogar y las actividades relacionadas con la belleza y el cuidado personal.

3.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

3.2.1. LISTADO DE REQUISITOS

El listado de requisitos consiste en realizar un listado de parámetros condicionantes del proyecto a desarrollar.

Sirve para ordenar el proceso de diseño y para orientar las etapas del proyecto, con relación a los objetivos planteados.

Se organizan en las categorías de *indispensables*, *deseables* y *optativos* dependiendo de su relevancia.

INDISPENSABLES

- Que el juego o el juguete diseñado sea ***apropiado para su juego por niños y niñas de segunda infancia*** (de 3 a 7 años) / para que cumpla con los objetivos de esta investigación.
- Que el juego o el juguete diseñado ofrezca el desarrollo de ***roles y actividades no estereotipadas*** / para evitar la transmisión de estereotipos de género mediante el juego.
- Que el juego o el juguete diseñado sea ***inclusivo con relación al sexo, género, orientación sexual y etnia*** de sus destinatarios y destinatarias / para evitar la discriminación.
- Que los ***materiales, tecnologías y mano de obra*** necesarios para la producción del juego o del juguete, sean ***accesibles en el mercado local*** / para viabilizar su producción a ese nivel.
- Que el juego o el juguete diseñado sea ***divertido y motivador***, que ***desarrolle la imaginación y la creatividad*** / para estimular al juego.

DESEABLES

- Manejar cuidadosamente las aplicaciones de **color** en el diseño / para evitar que el objeto sea atribuido a uno u otro género en función de ese atributo.
- Prescindir de **decoraciones y formas** que estén culturalmente asociadas a uno u otro género / para evitar que el objeto sea identificado con uno u otro género en función de ese atributo.
- Tener especial cuidado en la **elección de nombres que identifiquen al juego o al juguete** / para evitar el sexismo en el lenguaje.
- Que el juego o el juguete diseñado sea **inclusivo con relación a quienes son capaces de realizar la o las actividades que propone** / para que cualquiera pueda jugar sin necesidad de poseer habilidades específicas.
- Que el juego o el juguete diseñado favorezca la **cooperación y el respeto**, no la rivalidad, competitividad y la violencia entre las personas y para con el medio / para promover valores humanos y personales; para promover la resolución de problemas de forma positiva y constructiva.

OPTATIVOS

- Que el juego o el juguete diseñado **resulte estimulante para niños y niñas de segunda y tercera infancia** (de 7 a 12 años) / para favorecer la continuidad del juego con el objeto diseñado.
- Que el juego o el juguete diseñado **sea producido con materiales que no generen un impacto negativo en el medio ambiente** / para no producir más contaminación.
- Que el juego o el juguete diseñado sea **resistente y durable** / para generar un menor impacto en el medio ambiente.

3.3. CREACIÓN DE ALTERNATIVAS

3.3.1. PRESENTACIÓN DE LAS ALTERNATIVAS PROYECTUALES

3.3.1.1. CAMINO PROYECTUAL

Juguete, para juego simbólico y de representación, que reproduzca roles de género no estereotipados y contribuya a una educación infantil no sexista.

ALTERNATIVA 1

Muñecos/as para juego simbólico y de representación. Consiste en una forma base antropomórfica asexual, sobre la cual se diseñan detalles que identifican al personaje con una actividad o profesión no estereotipada con relación al género. El muñeco/a tendrá dos opciones de juego por las personas usuarias:

- a. Se brinda la posibilidad de que usuarios y usuarias puedan personalizar el objeto dibujando y pintando su sexo y su profesión o

actividad. Se estimula la creatividad de niños y niñas incentivándolas a formular su propio personaje, atribuyéndole el sexo y la profesión con los cuales se sientan más identificados.

- b. Se proponen una serie de personajes de ambos sexos con profesiones y actividades no estereotipadas que conformen una línea de productos variada.

ALTERNATIVA 2

Serie de sets de bloques de construcción temáticos para juego simbólico y de representación. En ellos se representan personajes, profesiones, escenarios y situaciones con roles de género no estereotipados. Esta alternativa contará con dos opciones de juego por las personas usuarias:

- a. Juego de representación y simbólico con los personajes y escenarios propuestos.
- b. Juego creativo con posibilidad de intercambiar piezas y personajes de diferentes sets y crear nuevos escenarios.

ALTERNATIVA 1



ALTERNATIVA 2

3.3.1.2. ALTERNATIVA 1 -
BOCETOS DE PRESENTACIÓN

Muñeca Carpintera

esc 1:1 cm

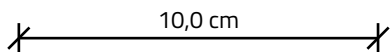


Muñeca Carpintera

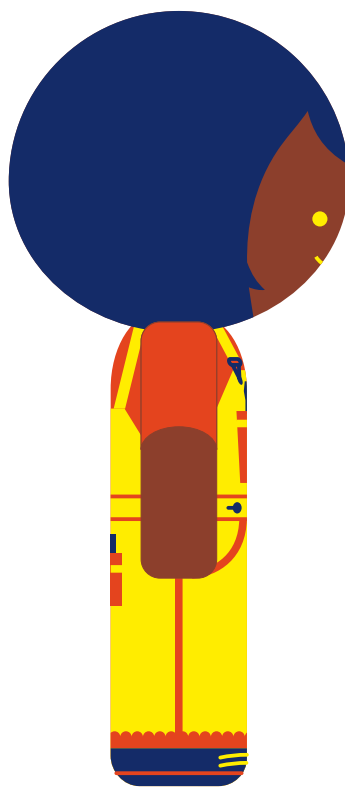
esc 1:2 cm



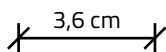
VISTA FRONTAL



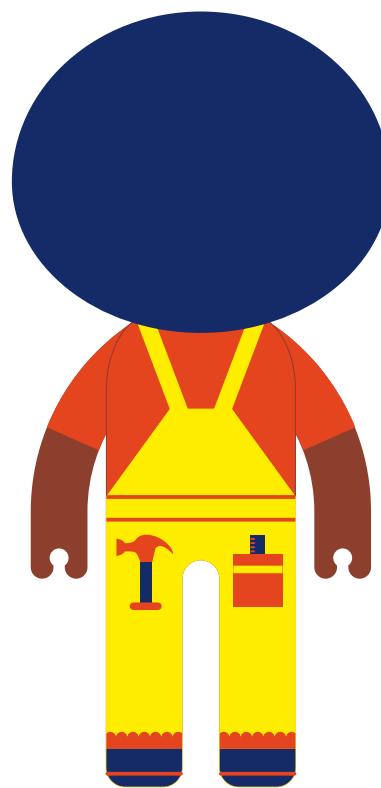
10,0 cm



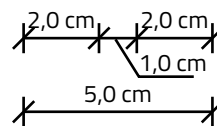
VISTA IZQUIERDA



3,6 cm



VISTA POSTERIOR

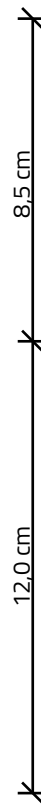


2,0 cm

2,0 cm

1,0 cm

5,0 cm

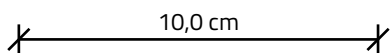


8,5 cm

12,0 cm



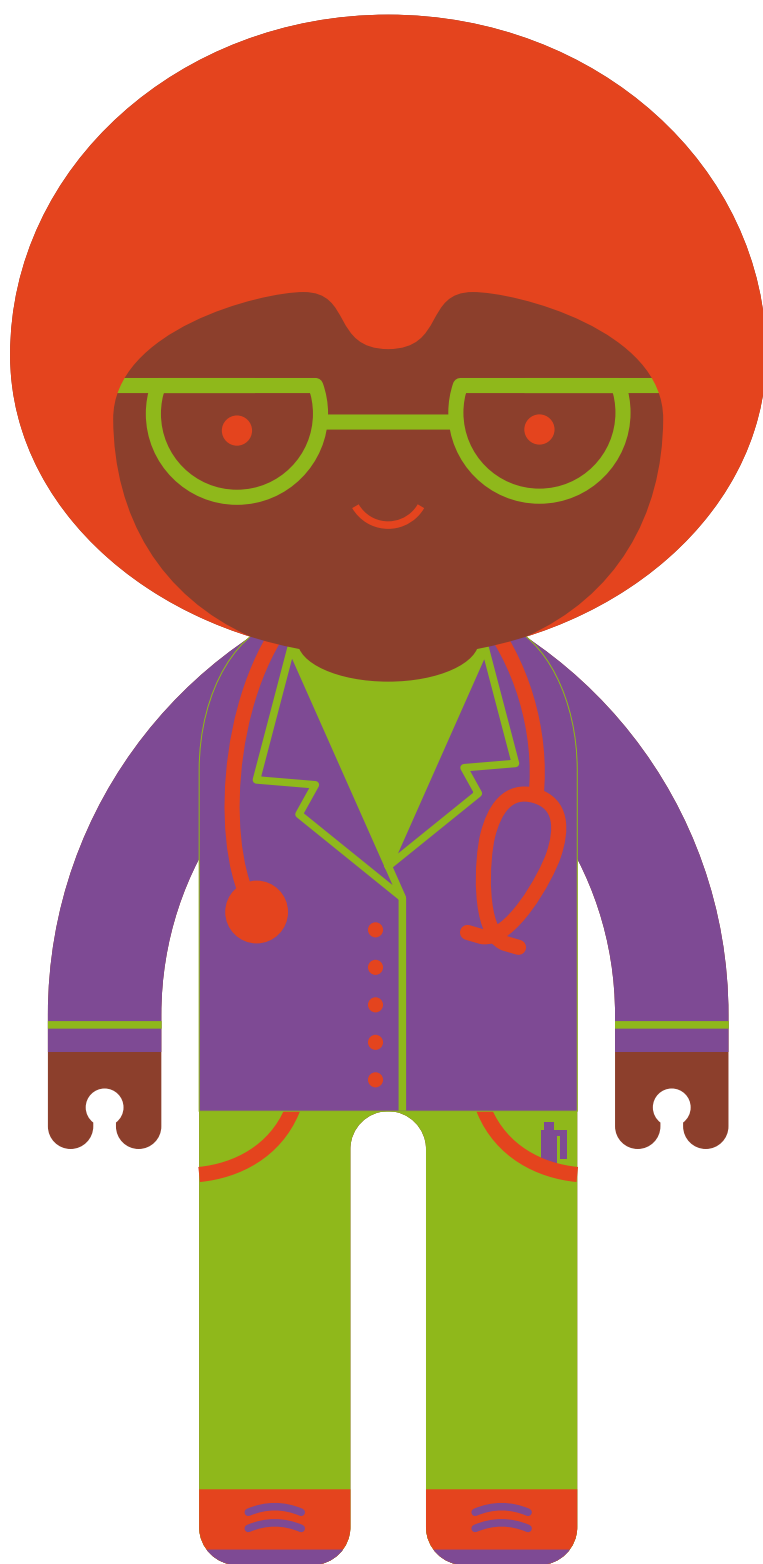
VISTA SUPERIOR



10,0 cm

Muñeco Médico

esc 1:1 cm



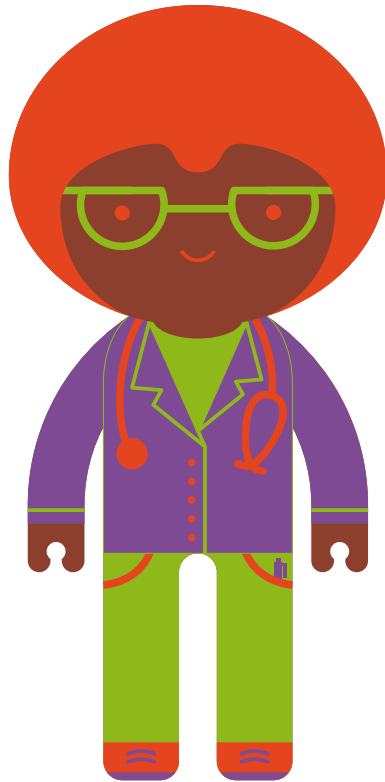
20,5 cm

VISTA FRONTAL

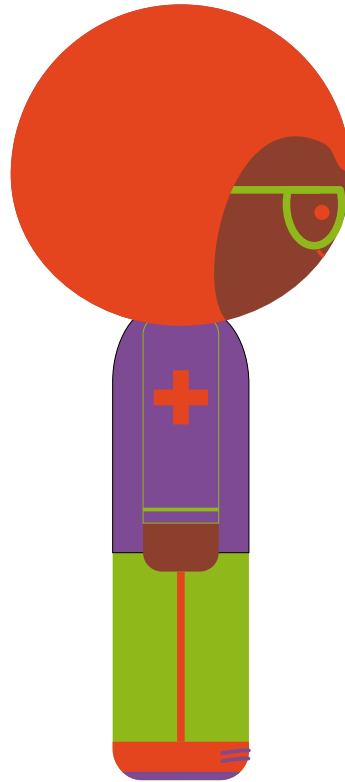
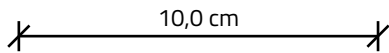
10,0 cm

Muñeco Médico

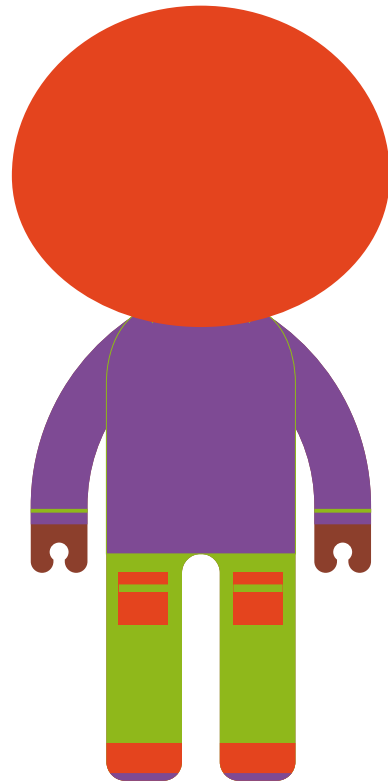
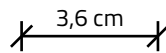
esc 1:2 cm



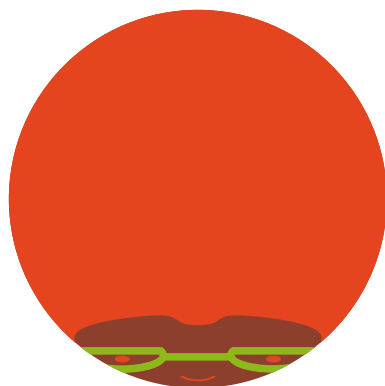
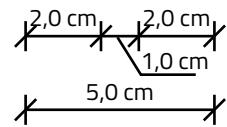
VISTA FRONTAL



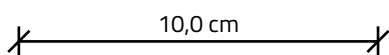
VISTA IZQUIERDA



VISTA POSTERIOR



VISTA SUPERIOR



3.3.1.3. ALTERNATIVA 1 - RESOLUCIÓN TÉCNICA Y CONCEPTUAL

MATERIALES

El material utilizado en esta alternativa es el bioplástico de gelatina con alto porcentaje de aserrín de madera aglomerada (MDF). Este material es muy resistente y durable. Su flexibilidad o dureza depende de la cantidad de glicerina que se utilice en su fabricación. En este caso, se optó por una dureza media. Es apto para el trabajo con moldes y además, biodegradable.

TECNOLOGÍAS Y PROCESOS PRODUCTIVOS

La preparación del material se realiza de forma manual y casera, elevando la temperatura del preparado de gelatina, glicerina y agua, produciendo la polimerización de la gelatina con el resto de los ingredientes.

Para la fabricación del producto, se plantea la utilización de un molde de dos taseles —posiblemente de yeso— en los cuales se realiza la colada del material.

El tiempo de desmolde es de una hora y el de secado completo, de entre siete y diez días. Luego de este período y al perder toda su humedad, la pieza reduce hasta un 40 % su tamaño.

ACABADOS Y TERMINACIONES

Se propone un acabado con pintura vinílica mate de alto poder cubriente y alta resistencia a la luz, fabricada con pigmentos y conservadores no tóxicos y sin contenido de plomo. Es apta para el uso infantil y de fabricación nacional. Seca en minutos.

Sobre la pintura, se propone la aplicación de una fina capa de cera virgen natural de producción nacional.

APORTES DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO Y SOCIAL

Favorece el juego social, simbólico y de representación. Por medio de esta línea de muñecos/as, niñas y niños podrán representar a diferentes personajes con diversas profesiones y actividades no estereotipadas, contribuyendo a un aprendizaje de género más libre e igualitario.

ÁREAS DEL DESARROLLO INFANTIL QUE FAVORECE

Juego Social

El juego con otros niños y niñas favorece el aprendizaje de conductas sociales tales como esperar turnos, compartir, cooperar e intercambiar, dar órdenes y recibirlas.

Lenguaje y comunicación

El juego social contribuye al desarrollo del lenguaje, ya que la comunicación verbal y gestual de quienes participan es continua y crucial para que el juego se desarrolle.

Imaginación

Imaginar es una representación simbólica, es la utilización de conceptos e imágenes para representar cierta faceta del mundo real, o el uso de elementos de su cotidianidad para evocar otros, por ejemplo, una escoba que se transforma en caballo. Favorece el desarrollo de la imaginación, ya que quien juega, utiliza al objeto muñeco/a para representar a personajes de la vida real.

3.3.1.4. ALTERNATIVA 1 -
FOTOGRAFÍA DE MODELO
DE CONTROL



3.3.15. ALTERNATIVA 2 -
BOCETOS DE PRESENTACIÓN

Set de bloques - Peluquería

esc 1:1 cm



20,0 cm

VISTA SUPERIOR

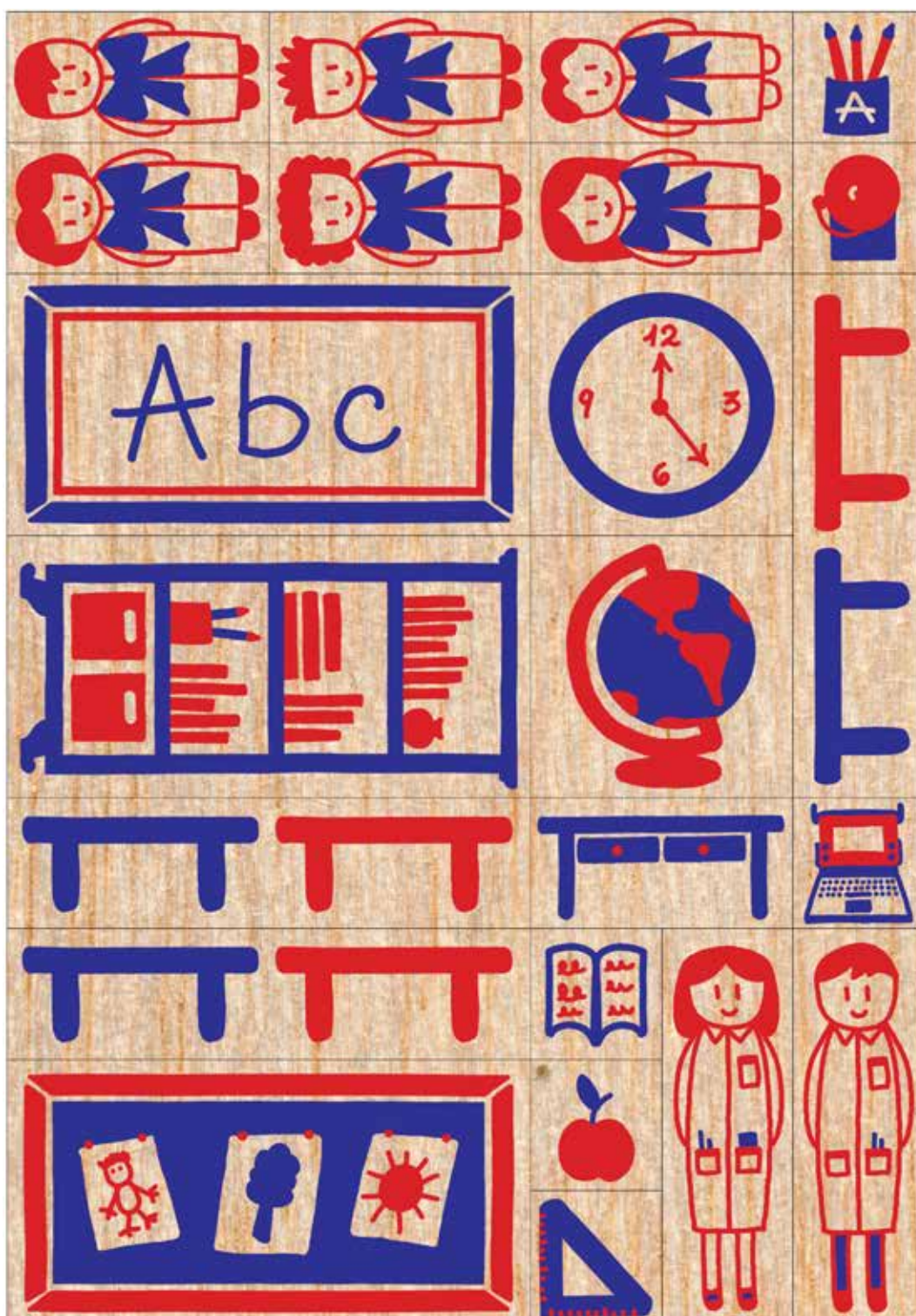


VISTA FRONTAL

14,0 cm

Set de bloques - Escuela

esc 1:1 cm



20,0 cm

VISTA SUPERIOR



VISTA FRONTAL

14,0 cm

3.3.1.6. ALTERNATIVA 2 - RESOLUCIÓN TÉCNICA Y CONCEPTUAL

MATERIALES

Se propone la utilización de maderas nacionales como el eucaliptus.

TECNOLOGÍAS Y PROCESOS PRODUCTIVOS

Primero, la madera se cepilla y luego se cortan las piezas. Después de tener las piezas lijadas, se serigrafían en conjunto con pintura vinílica mate de alto poder cubriente y alta resistencia a la luz, fabricada con pigmentos y conservadores no tóxicos y sin contenido de plomo. Esta pintura es apta para el uso infantil y de fabricación nacional. Seca en minutos.

ACABADOS Y TERMINACIONES

Sobre la pintura, se propone la aplicación de una fina capa de cera virgen natural de fabricación nacional.

APORTES DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO Y SOCIAL

Favorece el juego social, simbólico y de representación. Por medio de estos sets de bloques, niñas y niños podrán representar a diferentes personajes con profesiones, actividades y escenarios no estereotipados, en donde varones y mujeres son los protagonistas, contribuyendo a un aprendizaje de género más libre e igualitario.

ÁREAS DEL DESARROLLO INFANTIL QUE FAVORECE

Juego Social

El juego con otros niños y niñas favorece el aprendizaje de conductas sociales tales como esperar turnos, compartir, cooperar e intercambiar, dar órdenes y recibirlas.

Lenguaje y comunicación

El juego social contribuye al desarrollo del lenguaje, ya que la comunicación verbal y gestual de quienes participan es continua y crucial para que el juego se desarrolle.

Imaginación

Imaginar es una representación simbólica, es la utilización de conceptos e imágenes para representar cierta faceta del mundo real, o el uso de elementos de su cotidianidad para evocar otros, por ejemplo, una escoba que se transforma en caballo. Favorece el desarrollo de la imaginación, ya que quien juega, utiliza al objeto muñeco/a para representar a personajes de la vida real.

Creatividad

Favorece el pensamiento creativo ya que las piezas de cada set pueden intercambiarse generando nuevos escenarios e interacciones entre los diferentes personajes.

3.3.1.7. ALTERNATIVA 2 -
FOTOGRAFÍAS DE
MODELOS DE CONTROL



3.4. VALORACIÓN SELECTIVA

3.4.1 MATRIZ COMPARATIVA DE ALTERNATIVAS

3.4.1.1. REQUISITOS	ALTN 1 Muñecos/as	ALTN 2 Set de bloques
Que el juego o el juguete diseñado sea apropiado para su juego por niños y niñas de segunda infancia (de 3 a 7 años).	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●
Que el juego o el juguete diseñado ofrezca el desarrollo de roles y actividades no estereotipadas.	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●
Que el juego o el juguete diseñado sea inclusivo con relación al sexo, género, orientación sexual y etnia de sus destinatarios y destinatarias.	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●
Que los materiales, tecnologías y mano de obra necesarios para la producción del juego o el juguete, sean accesibles en el mercado local.	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●
Que el juego o el juguete diseñado sea divertido y motivador; que desarrolle la imaginación y la creatividad.	● ● ● ● ●	● ● ● ● ●
Manejar cuidadosamente las aplicaciones de color en el diseño, en especial en el uso del celeste y el rosado.	● ● ●	● ● ●
Prescindir de decoraciones y formas que estén culturalmente asociadas a uno u otro género.	● ● ●	● ● ●
Tener especial cuidado en la elección de nombres que identifiquen al juego o juguete.	● ● ●	● ● ●

Falta resolver.

Que el juego o el juguete diseñado sea inclusivo con relación a quienes son capaces de realizar la o las actividades que propone.	● ● ●	● ● ●
Que el juego o el juguete diseñado favorezca la cooperación y el respeto, no la rivalidad, competitividad y la violencia entre las personas y para con el medio.	● ● ●	● ● ●
Que el juego o el juguete diseñado resulte estimulante para niños y niñas de segunda y tercera infancia (de 7 a 12 años).	● ●	● ●
Que el juego o el juguete diseñado sea producido con materiales que no generen un impacto negativo en el medio ambiente.	● ●	● ●
Que el juego o el juguete diseñado sea resistente y durable.	● ●	● ●
Valoración	38 /46	40 /46

Comentarios

- revisar dimensiones
- analizar el comportamiento del material a lo largo del tiempo
- mejorar su estética
- analizar sus procesos productivos
- mejorar acabado desde molde

- revisar dimensiones
- mejorar la estética de las intervenciones gráficas y de color
- analizar sus procesos productivos

3.4.1.2. OBSERVACIONES Y CONCLUSIONES

La valoración de los requisitos por medio de un puntaje, brinda un enfoque relativamente objetivo sobre cuál es la alternativa que los traduce de mejor manera, pero no es el único enfoque que consideraremos. Este proyecto, al poseer una fuerte carga social, requiere de un análisis más cualitativo que cuantitativo de los resultados.

Ambas alternativas se desarrollaron enfocadas en el juego simbólico y de representación, con el objetivo de abordar directamente la problemática de género y los estereotipos presentes en nuestra sociedad, por medio del juego con los objetos diseñados. En este sentido, las dos alternativas cumplen de manera satisfactoria con un abordaje más libre e igualitario de las cuestiones de género. Es específicamente en la diversidad de personajes y escenarios con los que puede nutrirse el juego, que la segunda alternativa posee una ventaja comparativa. La posibilidad de que un escenario contenga variados personajes, femeninos y masculinos, sin una composición heteronormativa de las familias que pudiesen conformarse, con la posibilidad de intercambiar los personajes o elementos que componen los sets propuestos para

generar nuevos escenarios con nuevos personajes protagonistas, enriquece el juego brindándole un sinnúmero de alternativas y posibilidades que amplían su horizonte. El set de la *escuela* en conjunción con las *casas de familia*, la *panadería*, la *peluquería*, el *barrio*; el juego invita a la conformación de comunidades, ciudades, universos de personajes femeninos y masculinos realizando actividades, roles y profesiones que hacen a la vida en sociedad en nuestra cultura, pudiéndose también imprimir nuestra identidad local y la de diferentes latitudes ampliando la diversidad de propuestas. La conformación de estos mundos, en los cuales mujeres y varones se desempeñan en todas las tareas y roles con libertad, enseñan a niños y niñas que las limitaciones para realizar cualquier actividad no se encuentran en su sexo ni en su género, orientación sexual o etnia.

Si bien desde un punto de vista tecnológico la primera alternativa posee un fuerte atractivo, desde lo comunicacional y social la segunda alternativa posee un potencial mucho mayor; pudiendo expandirse casi infinitamente ampliando y creando mundos, con personajes femeninos y masculinos en una situación de igualdad de oportunidades y derechos. Es por este motivo que decidimos optar por esta alternativa de proyecto.

3.5. CONCLUSIONES SOBRE LA PREENTREGA

Para la preentrega de la investigación, se avanzó hasta el planteo de alternativas de producto. En esta instancia, se recabaron las perspectivas de quienes integran la mesa evaluadora. Sus percepciones generales acerca de los avances de esta tesis fueron muy alentadoras y positivas. Valoraron el desarrollo investigativo y metodológico de la propuesta y evaluaron las alternativas presentadas desde un punto de vista conceptual, comunicacional y de diseño.

Puntualizaron acerca de la importancia de precisar el concepto de juguete *neutro*, aclarar los motivos de la elección de ese vocablo o conformar un glosario de términos para un mayor entendimiento de quienes leerán este informe.

Desde el punto de vista del diseño, notaron una falta en el desarrollo de los aspectos formales, los volumétricos y los materiales de las alternativas propuestas; aunque valoraron positivamente cualquiera de los dos caminos planteados. Prestaron

especial atención a las acciones a las que invitaban los productos y a su jugabilidad sugerida. Notaron que mi preocupación por las cuestiones conceptuales y comunicacionales —factores fundamentales en el enfoque escogido—, hizo que prestara menos atención en un aspecto primordial como es el diseño. Antes que nada, el producto será un juguete y tiene que ser atractivo para su uso en la actividad lúdica, sumado a que es el resultado de una tesis en diseño y, por lo tanto, debe ser consistente en ese sentido. Propusieron la creación de un set con menor cantidad de elementos, pero que estos fuesen más atractivos. Quizás la formulación de algunas piezas en esta etapa y dejar el camino abierto para la creación de otras nuevas en el futuro.

Como reflexión final, manifestaron que mejorar la estética de la propuesta hará que el producto sea más contundente y esté a la altura del análisis realizado.

Con estos aportes, abordaremos el desarrollo del producto de esta investigación.

4.1. MEMORIA DESCRIPTIVA DEL PRODUCTO

4.1.1. PRESENTACIÓN

BILU es un set de figuras de madera imantadas para crear personajes diversos, no estereotipados. El juego consiste en la invención de personajes a ser utilizados en juegos de representación, o simplemente puede jugarse —con los imanes y los bloques— a atraer/repeler objetos, incentivando la imaginación y la creatividad de quienes juegan.

Se compone de 25 piezas: 8 cabezas, 8 torsos, 8 piernas y el bebé. Estas figuras se imantan y construyen personajes, que resultarán de diferentes edades, características físicas, profesiones, actividades, géneros, etcétera.

La atracción y repulsión de los imanes, potencia la propuesta y ayuda a la comprensión de su

jugabilidad, además de incorporar su atractivo singular y mágico.

Las piezas que componen el set poseen formas antropomórficas abstractas y minimalistas; buscando que las estructuras sean comprendidas sin necesariamente elaborar un discurso sobre el cómo debe ser determinada parte del cuerpo, e incorporando un lenguaje formal inclusivo con relación a la discapacidad.

La línea se presenta en dos alternativas: coloreada y en madera natural. Esta última opción, invita a niñas y niños a decorar las piezas a su gusto con pinturas al agua, lavables; teniendo el juego así, infinitas conformaciones diferentes con la posibilidad de colorearlas, lavarlas y volver a comenzar.

Apto para mayores de 3 años.





4.1.2. APORTES DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO Y SOCIAL

Por medio de este juguete, niñas y niños podrán crear diferentes personajes con complexiones físicas, profesiones, actividades y vínculos no estereotipados; en donde varones y mujeres son los protagonistas, contribuyendo a un aprendizaje de género más libre e igualitario. A su vez, comprenderán las estructuras sociales desde un enfoque de diversidad, en el cual lo diferente se celebra, no se excluye. Al no existir un modelo sobre el cual definir lo distinto, todo tiene el mismo valor y, por lo tanto, merece la misma consideración.

4.1.3. ÁREAS DEL DESARROLLO INFANTIL QUE FAVORECE

4.1.3.1. JUEGO SOCIAL

La creación de personajes no estereotipados, y su incorporación en el juego simbólico de representación, contribuye a un aprendizaje social más libre e igualitario. El juego con otras personas favorece la incorporación de conductas sociales, tales como esperar turnos, compartir, cooperar e intercambiar, dar órdenes y recibirlas. Este tipo de juego fomenta el desarrollo del lenguaje y la comunicación, ya que el intercambio verbal y gestual entre quienes participan, es continuo y crucial para que la actividad se desarrolle.

4.1.3.2. IMAGINACIÓN Y CREATIVIDAD

Favorece la imaginación y la creatividad, ya que niñas y niños utilizarán este juguete para representar elementos y situaciones de la vida real. Además, podrán hacerlo de manera creativa, debido a que todas las piezas del set pueden intercambiarse generando nuevos personajes.

4.1.3.3. MOTRICIDAD FINA Y COORDINACIÓN

Favorece el desarrollo de la destreza manual en los más pequeños, además de la coordinación ojo-mano para poder alcanzar y tomar los objetos.

4.1.4. LOS CONCEPTOS EN LA PROPUESTA

Los personajes se conforman siempre de perfil. Esta decisión de diseño se debe a una cuestión simbólica y conceptual. Cada personaje posible tendrá su propio *perfil*, sus rasgos distintivos y características personales peculiares. Será diverso, único, pero siempre perteneciente a la familia, al conjunto, al entramado social. Con esta configuración, a su vez, los individuos resultantes no tendrán un lado correcto y otro incorrecto, solo tendrán dos lados.

Siguiendo la línea conceptual, se incorpora en el diseño un elemento unificador y portador de sentido: el ojo. Las impresiones ópticas —todo lo que percibimos mediante el sentido de la vista— son informaciones sumamente relevantes, más aún, en nuestro tiempo. La observación, la decodificación de mensajes emitidos desde cierta concepción colectiva —propia de nuestra cultura—, nos define. Es por eso que debemos contribuir, como sociedad, a la conformación de una mirada común en clave de diversidad.

Con respecto a la aplicación de color, se plantean dos opciones: una en madera natural y otra decorada desde el diseño. Con la primera opción,

se invita a quienes juegan a pintar los personajes de manera libre —con pinturas al agua, lavables—, potenciando su creatividad e imaginación. De esta manera, el juego posibilita la creación de infinitas conformaciones diferentes, que pueden ir evolucionando y nutriéndose con la experiencia de uso. En la opción con aplicación de color, se acompaña la simplicidad y economía propuesta en las formas. Planos de color se organizan con las figuras, dejando entrever la materia que los soporta. La paleta elegida responde a las sensaciones y sentimientos que los colores producen, a su psicología; teniendo especial cuidado, a su vez, de que no resulte culturalmente asociada a uno u otro género en particular. Se escogieron los colores azul, violeta, rojo, blanco y negro, con relación a su percepción psicológica.

4.1.4.1. LA APLICACIÓN DE COLOR EN EL DISEÑO PROPUESTO

La amplia mayoría de las informaciones que recibimos por medio de los sentidos son de naturaleza visual, y esas impresiones ópticas nos proporcionan datos acerca de las formas y colores de los objetos físicos. El color es una cualidad que comunica y posee significados.

Para quienes diseñamos, es imprescindible conocer cuáles son los efectos que generan los colores en la percepción de las personas. Para acercarnos a esos saberes, rescatamos algunos conceptos formulados por la socióloga y psicóloga alemana Eva Heller.

En su publicación *Psicología del Color*⁵², Heller aborda la relación de los colores con nuestros sentimientos y demuestra cómo, esas asociaciones, poco tienen que ver con gustos personales, sino que responden a experiencias universales que están enraizadas en nuestro pensamiento desde la infancia, tienen relación con nuestra tradición histórica y el simbolismo psicológico. La investigación consistió en la consulta a 2000 varones y mujeres residentes en Alemania —con edades comprendidas entre los 14

⁵² Eva Heller (2006). *Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón.*



y 97 años y con profesiones diversas— publicada por primera vez en Múnich en el año 2000. A las personas participantes se les consultó cuál era su color preferido y el que menos les gustaba, qué impresiones y sentimientos asociaban a los diferentes colores y a sus combinaciones.

Teniendo en cuenta dicha investigación, fue elegida la paleta cromática de los juguetes diseñados —azul, violeta, rojo, blanco y negro—. A continuación, enunciaremos la justificación conceptual en la elección de cada uno.

EL AZUL

El color azul se asocia a la simpatía, la armonía, la amistad y la confianza. Es el color de lo profundo y de la fidelidad. De modo contrario a lo que pensaríamos hoy día, el azul simboliza tradicionalmente el principio femenino. Es un color tranquilo y pasivo que transmite serenidad.

EL VIOLETA

El color violeta es singular y extravagante, raramente se ve en la naturaleza. Nada de lo que nos rodea es violeta de manera natural. El uso de este color, responde a una elección consciente de un color especial; es original. También representa a lo femenino, ya que fue el color utilizado históricamente por el movimiento feminista.

EL ROJO

El rojo es el color que más se percibe y al primero al que se le puso nombre. La palabra *coloreado* significa «rojo», que en español también se denomina «colorado». El simbolismo del rojo está relacionado con dos elementos fundamentales en la vida de las personas: la sangre y el fuego. En todas las culturas y en todos los tiempos, estos elementos han tenido un significado existencial: la vida, la fuerza, el calor y la energía. Es el color de la alegría, del gozo de vivir y de la felicidad. Representa a todas las pasiones, las buenas y las malas, desde el amor al odio. El rojo es un color asociado a lo masculino. Su significado se relaciona con la fuerza, la actividad y la agresividad, en contraposición con el azul femenino.

EL BLANCO

Según su simbolismo, el color blanco es el más perfecto. Como color de la luz, el blanco no es propiamente un color, pero —en lo que se refiere al simbolismo— indudablemente lo es. Es el color de lo femenino, de la inocencia y del bien; de la perfección, del comienzo y de lo nuevo. Representa la verdad y la exactitud, la pureza y la limpieza, es por eso que es el más utilizado en el diseño minimalista.

EL NEGRO

Si bien el color negro tiene significados negativos como muerte, violencia o maldad, es el favorito entre los jóvenes y los diseñadores. Es el color más objetivo y respetable. Utilizarlo en los objetos de diseño implica la renuncia más evidente al color y a toda exhibición. Es por eso que se considera el más respetable, símbolo de elegancia y de la moda.

COMBINACIONES DE COLOR

Las combinaciones de colores que componen la paleta elegida, generan acordes con simbologías propias. A continuación, expresaremos algunas combinaciones y sus significados psicológicos:

ACORDE DE COLOR	SIGNIFICADO
Azul-blanco	Acorde de la verdad, el bien y la inteligencia.
Azul-negro	Acorde de lo masculino
Rojo-violeta	Acorde de la seducción
Blanco-negro	Acorde del principio y el fin, de la dualidad entre lo pasivo/femenino y lo agresivo/masculino
Rojo-negro	Acorde de lo agresivo y lo brutal
Violeta-negro	Acorde de lo mágico y lo misterioso

CONTRARIOS PSICOLÓGICOS

Al combinar los colores de la paleta —y otorgándole un apartado especial—, también se generaron pares de contrarios psicológicos. Los colores psicológicamente contrarios son duplas de colores cuyo significado y sensaciones generadas difiere completamente. La presencia de este tipo de contrastes cromáticos en los personajes resultantes, introduce el concepto de dualidad —condición de género femenino/masculino— que albergamos todas las personas.

En nuestra paleta podemos observar los siguientes pares de contrarios psicológicos:

COLORES PSICOLÓGICAMENTE CONTRARIOS	CONTRASTE
Rojo/azul	Activo/pasivo Caliente/frío Alto/bajo Corporal/espiritual Masculino/femenino
Rojo/blanco	Fuerte/débil Lleno/vacío Pasional/insensible

4.1.5. MATERIALES

La madera escogida para la fabricación del set fue el *eucalyptus grandis* clear —libre de nudos—. Este árbol es uno de los más utilizados en las forestaciones comerciales en Uruguay, de fácil acceso y costo moderado. Su madera es de color rosado, semidura y de veteado suave.

Para las uniones entre las piezas, se utilizan imanes de neodimio.

En el set de madera natural, se incluyen pinturas vinílicas mate de alta resistencia a la luz. Fabricada con pigmentos y conservadores no tóxicos y sin contenido de plomo. Es apta para el uso infantil y de fabricación nacional.

4.1.6. TECNOLOGÍAS Y PROCESOS PRODUCTIVOS

La tecnología empleada es la de fresado por Control Numérico Computarizado (CNC).

4.1.7. ACABADOS Y TERMINACIONES

Barniz a base de agua, sin disolventes. En la opción con aplicación de color, se utilizan tintas al agua para madera, de alta resistencia a la luz.



4.2. ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN DEL PRODUCTO

4.2.1. MARCA

Las formas de la tipografía escogida, responden a la geometría de las piezas. Se buscó un nombre corto, que las niñas y los niños pudiesen recordar con facilidad, y —siguiendo la línea conceptual de la propuesta— se escogió el nombre *Bilu* que significa «hermoso o bello» en la lengua de los indios Charrúas.

El resultado es una marca concisa, concreta, recordable e iconográfica.

Logotipo.

4.2.2. EMPAQUE

El empaque escogido, consiste en un tubo de cartón con tapas metálicas de 13 cm de diámetro por 13 cm de alto. Está impreso a una tinta sobre papel kraft. La estética propuesta de materiales rugosos —no satinados e impresos a una tinta—, acompaña la propuesta artesanal y natural. Además, las piezas pueden imantarse sobre las tapas metálicas, lo cual le otorga otro ingrediente creativo al juego.

LOT FREE FONT

**ABCDEFGHIJKLMN OPQRS
TUVWXYZ0123456789!?**

Tipografía diseñada por Fontfabric, 2009.



Empaque.



Afiche.

4.3. ESTUDIO DE COSTOS Y FACTIBILIDAD ECONÓMICA PARA SU FABRICACIÓN

4.3.1. COSTOS POR PROCESO

COSTO UNITARIO	Pintado (\$U)	Natural (\$U)
Materias primas		
Madera	64.0	64.0
Tintas	6.0	0.0
Barniz	19.0	19.0
Total materias primas	89.0	83.0
Insumos		
Imanes	48.0	48.0
Empaque	70.0	70.0
Pinturas al agua + pincel	0.0	20.5
Total insumos	118.0	138.5
Procesos		
Corte CNC	350.0	350.0
Carpintería	300.0	200.0
Impresión de empaque	5.0	5.0
Total procesos	655.0	555.0

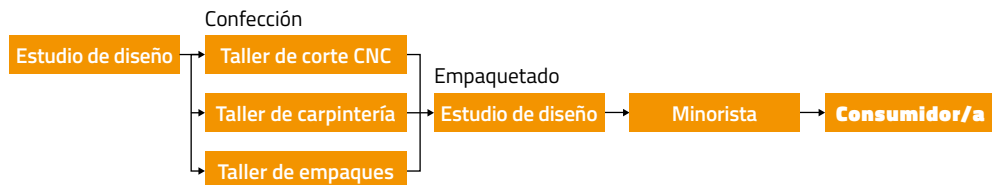
COSTO UNITARIO (cont.)	Pintado (\$U)	Natural (\$U)
Gastos generales del estudio (x 50 unidades)		
Transporte	300.0	300.0
Gestión	2700.0	2700.0
Total gastos generales	3000.0	3000.0
Total gastos generales por unidad	60.0	60.0
TOTAL COSTO UNITARIO	922.0	836.5

PRECIO	Pintado (\$U)	Natural (\$U)
Total costo unitario	922.0	836.5
Precio de venta al minorista	922.0	836.5
Ganancia minorista (30 %)	276.6	251.0
PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	1198.6	1087.5
REDONDEO DE PRECIO	1200.0	1100.0

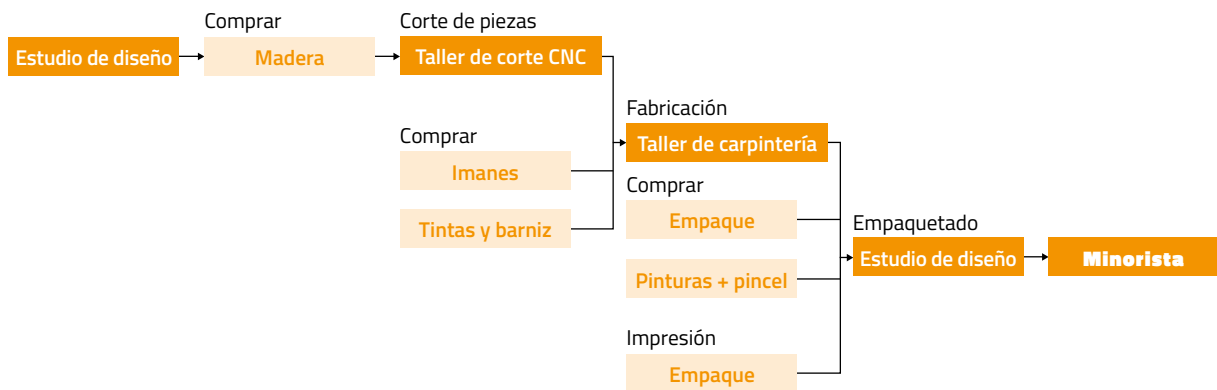
4.3.2. PLAZA

El estudio de diseño, proyecta el producto y gestiona su producción. El taller de corte CNC y el de carpintería procesan la materia prima y entregan el producto

terminado, que vuelve al estudio de diseño para su empaque. Luego es trasladado al comercio minorista, donde podrá adquirirlo el consumidor/a final.



4.3.3. MAPA DE PROCESOS



4.3.4. CONCLUSIONES

El precio unitario supera en un 20 % el rango que las personas usuarias operacionales y las expertas estarían dispuestas a pagar. Los costos más elevados son los de producción (corte CNC y procesos de

carpintería). Debemos hallar una ecuación que los disminuya considerablemente, para ajustar el precio final a las expectativas de sus consumidores.

5.1. VERIFICACIÓN INFANTIL Y ADULTA

5.1.1. ESTRUCTURA DE LA ACTIVIDAD

OBJETIVO

Verificar que el juguete diseñado responda al objetivo general de la investigación según la perspectiva de las personas usuarias meta —los niños y las niñas—, y operacionales —universo de personas adultas en torno a niñas y niños—. Este es contribuir con una educación no sexista en el Uruguay, promoviendo un aprendizaje de género más libre e igualitario, a partir del diseño de dispositivos de juego no sexistas para niños y niñas de segunda infancia.

METODOLOGÍA

Se propone una sesión de juego, en la cual las personas usuarias meta podrán acercarse y manipular libremente los productos diseñados. Se observará la manera en que juegan y cómo, a través de los objetos, se relacionan.

También, podrán decorar las piezas del prototipo de madera natural, el cual será exhibido en la presentación de la investigación.

En la sesión de juego nos acompañarán personas adultas —usuarias operacionales—, las cuales

también jugarán junto con los niños y las niñas. En esta instancia, resultó más acertada la entrevista presencial que el cuestionario *on-line*, ya que la aproximación tangible al objeto, permite una evaluación más completa de diseño propuesto. Para recabar esa información, se plantea un cuestionario de opción múltiple y preguntas abiertas.

DURACIÓN

Una hora reloj.

FECHA Y LUGAR

Jueves 10 de julio del 2014, de 16:00 a 17:00 h, en juguetería Kalén (Brandzen 2006).

CRONOGRAMA

16:00 a 16:10 | 10 min

Recepción.

16:10 a 16:15 | 5 min

Presentación de los juguetes.

16:15 a 16:30 | 15 min

Actividad de presentación de las personas usuarias meta. Se realizarán algunas preguntas para romper el hielo y conocer mejor a los niños y las niñas participantes.

Se invita a las personas asistentes a jugar y decorar libremente los prototipos de juguetes BILU.

16:30 a 16:50 | 20 min

Decoración de los juguetes. Actividad infantil y adulta.

16:50 a 17:00 | 10 min

Evaluación de los juguetes. Actividad infantil y adulta.

RECURSOS LOCATIVOS

Salón confortable, con suficiente espacio como para organizarse en una ronda en el piso.

RECURSOS HUMANOS

Persona que realice el registro fotográfico y fílmico del evento.

RECURSOS MATERIALES

- Cámara de video para registro visual y sonoro.
- Cámara fotográfica.
- Pinturas.
- Pinceles.
- Tarros para pintura y agua.
- Trapos.
- Papel para bocetos.
- Papel kraft para no manchar el piso.
- Formularios infantiles.
- Formularios para personas adultas.
- Regalos. Figuras imantadas de acrílico con las siluetas de algunos personajes BILU.



5.1.2. DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD PROPUESTA

En este encuentro, participaron once personas: cuatro niños, una niña, tres mujeres y tres varones adultos.

Los niños y las niñas participantes fueron:

- Lorenzo, niño de 4 años.
- Facundo, niño de 4 años.
- Sara, niña de 5 años.
- Pedro, niño de 5 años.

5.1.2.1. RESPUESTA Y DEVOLUCIÓN DE LOS NIÑOS Y LAS NIÑAS PARTICIPANTES.

Las apreciaciones de las personas usuarias meta sobre el producto diseñado, resultaron muy positivas. Observamos que niñas y niños se sintieron atraídos a jugar con los objetos, aproximándose de diferentes maneras, pero siempre con entusiasmo.

Se advirtieron formas variadas de jugar, dependiendo de la edad y de los intereses de quienes participaban en el juego. Por un lado, los niños de 4 años encontraron más divertido el juego a atraer y repeler con los imanes, armar bloques de piezas y tótems, así como pintar las piezas. Por otro lado, el niño y la niña de 5 años —y en especial la niña—, centraron su juego en los personajes y en sus interacciones, además de en su decoración.

Un aspecto del juego sobre el cual no habíamos reparado —y que la actividad de verificación nos permitió identificar— es que la posibilidad de limpiar las piezas para volver a pintarlas también es una forma de jugar con el producto y posee un atractivo particular.

Cuando se les informó a niños y niñas que esto era posible, se emocionaron y comenzaron a limpiarlas para decorarlas nuevamente. En un principio, no creímos que este modo de juego despertara un interés específico, pero así fue. Por lo tanto, será considerado como una fortaleza a comunicar y promocionar desde la propuesta lúdica.

5.1.2.2. RESPUESTA Y DEVOLUCIÓN DE LAS PERSONAS ADULTAS

Para recabar información acerca de las percepciones de estas personas usuarias, se elaboró un cuestionario de opción múltiple y preguntas abiertas. Fue contestado por tres mujeres y tres varones, de entre 18 y 45 años de edad. Las preguntas giraron en torno a la manera en la cual creen que niñas y niños se relacionan con el juguete y sus implicancias, con respecto al objeto juguete en sí, y acerca de sus opiniones generales sobre el producto.

Desde la perspectiva de la acción —el juego—, todos consideraron que el juguete estimula el juego con otras personas, la imaginación y la creatividad, favorece el desarrollo de la motricidad manual, puede ser jugado tanto por niñas como por niños, es un juguete divertido y es motivador. Con relación al objeto físico, a todas las personas les resultó acertada su fabricación en madera y con uniones de imanes.

Con respecto a la aplicación de color, las opiniones fueron variadas. La mitad de las personas entrevistadas manifestó que les resultaba acertada la presentación en madera natural —sobre la cual puede pintarse— y, la otra mitad, expresó que preferiría que las piezas tuvieran color desde el diseño. Evaluamos que esta cuestión está relacionada con el gusto personal, perspectiva sumamente válida a tener en cuenta. Mientras que algunas personas valoraban la posibilidad de que niñas y niños pudiesen decorar las piezas del juguete a su gusto, expresándose plásticamente con libertad, otras encontraban que el juguete resultado de la experiencia de pintado infantil sería menos atractivo visualmente que uno decorado por el diseñador. Por este motivo, mantendremos las dos presentaciones de producto propuestas: una en madera natural y otra con aplicación de color.

Por otro lado —y pensando en una futura comercialización del producto diseñado—, se recabaron informaciones con relación a cuánto dinero estarían dispuestos a pagar las personas usuarias operacionales por el juguete BILU. Todas manifestaron que pagarían entre \$U 500 y \$U 1000. Estos datos serán tomados en cuenta en el estudio de costos y factibilidad económica del producto.

5.2. VERIFICACIÓN INFANTIL

5.2.1. ESTRUCTURA DE LA ACTIVIDAD

OBJETIVO

Verificar que el juguete diseñado responda al objetivo general de la investigación según la perspectiva de las personas usuarias meta —los niños y las niñas—.

METODOLOGÍA

Se propone una sesión de juego con entrevista semiestructurada, en la cual las personas usuarias meta podrán acercarse y manipular libremente los productos diseñados. Se observará la manera en que juegan y cómo, a través de los objetos, se relacionan. Durante el juego, se les preguntará acerca de su manera de relacionarse con el juguete y acerca de sus opiniones generales sobre él. Las sesiones de juego se realizarán en equipos de cinco personas, preferentemente de ambos sexos.

DURACIÓN

Quince minutos por equipo.

RECURSOS LOCATIVOS

Salón confortable —que cuente con piso de madera o moquette— en el cual niñas y niños puedan jugar cómodamente.

5.2.2. REFLEXIONES Y OBSERVACIONES SOBRE LA EXPERIENCIA

Se realizaron tres sesiones de juego en subgrupos mixtos, de cuatro o cinco niños y niñas; y una sesión de cuatro niñas. En total, la participación fue de trece niñas y seis niños, pertenecientes a primer grado del Colegio Latinoamericano de la ciudad de Montevideo.

Grupo 1.

- Lua, niña de 6 años.
- Julieta, niña de 6 años.
- Clara, niña de 6 años.
- Mirko, niño de 7 años.
- Lucas, niño de 6 años.

Grupo 2.

- Tomás, niño de 6 años.
- Sol, niña de 6 años.
- Maia, niña de 7 años.
- Sofía, niña de 6 años.
- Juan, niño de 6 años.

Grupo 3.

- Emilia, niña de 6 años.
- Lucía, niña de 7 años.
- Diego, niño de 6 años.

- Mateo, niño de 6 años.

Grupo 4.

- Lara, niña de 6 años.
- Lina, niña de 6 años.
- Maite, niña de 6 años.
- Julia, niña de 6 años.

La reacción de niños y niñas frente a la actividad fue muy positiva. Se mostraron entusiasmados frente a los objetos. Se divertieron, compartiendo con sus compañeros y compañeras un momento de juego ameno y cordial.

Debido a que las sesiones se organizaron en grupos, se observó una predominancia del juego social con relación al juego en solitario. Personas tanto de 6 como de 7 años de edad, interactuaron con los objetos de manera activa, cada una de formas diferentes según sus intereses. Niños y niñas se vieron atraídos a jugar construyendo personajes y, sobre todo, a crear historias con ellos. Los juegos más frecuentes fueron las parejas con el bebé, los casados y la mamá con la hija. Respecto del juego a las parejas, todas las configuraciones advertidas fueron heterosexuales, ya que quienes jugaban claramente así lo designaban —utilizaban frases del tipo «esta es la esposa y este, el esposo»—, más allá de la morfología de los personajes construidos. Este tipo de juego se desarrolló de a dos, en su mayoría, niñas por un lado

y varones por otro. Tomás —uno de los niños del grupo 2.— tuvo la iniciativa de invitar a Sol a jugar a la familia, y eso hizo que Juan también quisiera invitar a otra niña a jugar con él. Cuando alguien tenía una idea, los demás tendían a seguir a esa persona o a replicar la propuesta.

Durante el juego, en general, las personas participantes se dividieron por sexos aunque la actividad desarrollada fuera la misma. Se organizaron en subgrupos espontáneos, los cuales separaban varias piezas para utilizarlas de manera exclusiva. Buscaban aquellas más adecuadas a sus intereses para crear los personajes. Fue frecuente escuchar frases como: «¿Alguien tiene una cara gorda?», «¿Dónde están los pantalones violetas?», o «Esta mujer es tetona». Sobre todo a las niñas, les gustó que las piezas decoradas desde el diseño tuvieran colores diferentes de cada lado. Jugaban a combinar e intercambiar las «prendas» de los personajes que creaban. A su vez, se sentían más atraídas por las piezas decoradas prolijamente, descartando aquellas que habían sido pintadas en la actividad de verificación en Kalén. Los varones, generalmente, aceptaban la mayoría de las piezas y jugaban con ellas sin distinciones.

En esta búsqueda de piezas, presenciamos los intercambios y negociaciones propios del juego social. Estaban quienes acaparaban más para sí y

no querían repartirlas. Sorprendió cómo fueron los varones quienes tomaron la iniciativa, al proponer integrarse y compartir las piezas con todo el grupo e invitar a las niñas de otros subgrupos a sus juegos.

En general, las piezas se interpretaron perfectamente. Niñas y niños identificaron con claridad cuáles correspondían a cabezas, torsos y piernas; no así el bebé. En principio no comprendían por qué esa pieza no se imantaba con ninguna otra. Una niña llegó a aventurar que estaba rota y por eso no podía jugarse con ella. Cuando se les explicó que representaba al bebé y que por eso era autónoma, lo aceptaron rápidamente. Debido a que contaban con tan solo dos bebés —ya que tuvieron a su disposición los dos prototipos completos realizados para la presentación de esta investigación—, estos fueron muy codiciados. Se generó esta situación ya que la presencia del bebé invitaba a la conformación de familias —juego popular entre las personas participantes—, sumado a que cuando alguien deseaba una pieza en particular, automáticamente todas y todos la deseaban también.

Si bien a las personas de 6 y 7 años les resultó atractivo el juego a atraer y repeler los imanes —así como a construir con las piezas de manera abstracta—, este tipo de juego se observó en considerable menor medida que en niñas y niños de 4 y 5 años de edad. La actividad predominante consistió en la construcción de personajes y en sus interacciones. El momento culmine de este tipo de juego fue cuando el grupo 4. —que no había comprendido que la consigna era abierta— consulta sobre mis expectativas con relación a su actuación. Deseaban saber qué era lo que se esperaba de ellas en la actividad. Les transmití que hicieran lo que les viniera en gana, que jugaran de la forma que prefiriesen, si es que tenían ánimo para ello. Entre las cuatro participantes del grupo, propusieron realizar una obra de teatro en la cual mi rol sería el de espectadora. Los «actores» y «actrices» de la obra, así como su escenografía, fueron diseñados con las piezas del juego y su empaque. Las situaciones representadas giraban en torno a momentos cotidianos —una niña que no quiere lavarse los dientes y su mamá la reta, otra que no quiere ir a la escuela, otra que no cuidó a su hermanito—.

Quedaron tan contentas y conformes con los personajes creados que no querían desarmarlos para volver a introducirlos en el empaque.

Con respecto a las percepciones acerca de las terminaciones de las piezas, en esta sesión de juego nos centramos en la jugabilidad del producto y no en su decoración, ya que este fue el punto central de la verificación realizada con personas usuarias meta y operacionales. Como antes mencionamos, existió una marcada preferencia de algunas niñas a escoger las piezas decoradas desde el diseño y descartar aquellas pintadas más desprolijamente. Estimamos que la actividad de decoración puede ser atractiva para todas las edades, ya que cada individuo, desde su etapa de desarrollo y características personales, podrá imprimir su estilo en el objeto. Aunque esto suceda, la riqueza y complejidad del juego simbólico experimentado por los niños y las niñas de 6 y 7 años, hacen que esta manera de interactuar con el objeto sea la más atractiva para su etapa de desarrollo.

De todas maneras, también pudimos observar otros tipos de juego por las personas participantes. Al igual que las más pequeñas, realizaron construcciones abstractas como por ejemplo: el «zombi pantalones», personaje conformado por dos pantalones; el «fantasma cabeza», personaje conformado por dos cabezas y un torso; y «el señor Don Pepito del planeta Calzoncillos», también conformado por varios pantalones. También imantaron las piezas a superficies metálicas del salón —como patas de mesas y sillas— y jugaron con el empaque a imantar piezas y alzarlo.

Si bien somos conscientes de la amplitud de juegos que pueden desarrollarse con el producto diseñado —ya que donde interviene la imaginación y la creatividad todo es posible—, constatarlo empíricamente constituyó una de las experiencias más gratificantes de la investigación. Ver cómo niñas y niños se entusiasmaban con el juego, proponían nuevas maneras de jugar de forma diversa y no estereotipada con relación al género, y cómo no querían que la actividad finalizara; recibir comentarios del tipo «¡este juguete está súper!» y «¿dónde lo venden?», hizo que todo el esfuerzo y la dedicación brindada valieran la pena.

5.3. VERIFICACIÓN PROFESIONAL Y EXPERTA

5.3.1. ESTRUCTURA DE LA ACTIVIDAD

OBJETIVO

Verificar que el juguete diseñado responda al objetivo general de la investigación según la perspectiva de las personas expertas y profesionales en género, educación y diseño. Recabar sus opiniones acerca de la resolución conceptual, comunicacional y formal del producto diseñado.

PERFIL DE LAS PERSONAS PARTICIPANTES

Se convocó a mujeres y varones:

- a.** Profesionales de la educación de niños y niñas de segunda infancia. Docentes, educadores sociales.
- b.** Miembros de organizaciones sociales vinculadas a cuestiones de género. Organizaciones feministas, de defensa de los derechos de las mujeres.
- c.** Profesionales de las ciencias sociales que trabajen con temáticas de género o con niños y niñas. Sociólogos/as, trabajadores/as sociales, psicólogos/as, profesionales del derecho.
- d.** Profesionales del diseño que desarrollen productos infantiles o productos con enfoque de género.

METODOLOGÍA

Grupo de discusión con entrevista semiestructurada, y cuestionario de opción múltiple y preguntas abiertas. Contaremos con los prototipos del producto

resultado de esta tesis: el juguete BILU. Se evaluará el diseño propuesto con relación al enfoque de género y diversidad —desde el cual se abordó la investigación—, y a su potencial de juego.

DURACIÓN

Una hora.

FECHA Y LUGAR

Sábado 19 de julio del 2014, de 17:00 a 18:00 h, en la Facultad de Arquitectura de la Universidad de la República (Br. Artigas 1031).

CRONOGRAMA

17:00 a 17:10 | 10 min

Recepción/acreditaciones de los participantes.

17:10 a 17:30 | 20 min

Presentación de la tesis.

17:30 a 17:40 | 10 min

Evaluación del producto diseñado mediante cuestionario de opción múltiple y preguntas abiertas.

17:40 a 18:00 | 20 min

Puesta en común de sus valoraciones.

RECURSOS LOCATIVOS

Salón confortable con butacas y mesas de trabajo suficientes para veinte personas, y espacio para poder organizarlas de forma circular.

RECURSOS MATERIALES

- Cámara de video para registro visual y sonoro.
- Cámara fotográfica.
- Proyector.
- Fichas de productos.
- Formularios de productos.

RECURSOS HUMANOS

- Persona que realice la filmación del evento.
- Persona que realice el registro fotográfico del evento.

5.3.2. DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD PROPUESTA

En esta actividad de verificación, participaron cinco mujeres y dos varones de entre 26 y 65 años, provenientes de diversas áreas de conocimiento:

- **María.** Artesana. Trabaja en la juguetería artesanal Kalén.
- **Cecilia.** Artesana. Trabaja en la juguetería artesanal Kalén.
- **Camilo.** Diseñador industrial. Posee un emprendimiento de juguetes.
- **Claudia.** Educadora Inicial desde hace dieciséis años. Ha trabajado con niños y niñas de 3, 4 y 5 años.
- **Violeta.** Educadora y docente de inglés.
- **Fernando.** Docente de teoría del diseño y arte en la Universidad de la República.
- **Rita.** Docente de ergonomía, teoría, metodología del diseño y arte en la Universidad de la República.

5.3.3. RESPUESTA Y DEVOLUCIÓN DE LAS PERSONAS PARTICIPANTES

Para recabar información acerca de las perspectivas de las personas profesionales y expertas, se utilizó

el mismo cuestionario elaborado para la verificación con personas adultas. Las preguntas giraron en torno a la manera en la cual creen que niñas y niños se relacionan con el juguete y sus implicancias, con respecto al objeto juguete en sí, y acerca de sus opiniones generales sobre el producto.

En líneas generales —y al igual que las personas usuarias operacionales—, estuvieron de acuerdo en que el juguete diseñado estimula la imaginación y la creatividad, favorece el desarrollo de la motricidad manual, puede ser jugado tanto por niñas como por niños, es un juguete divertido y es motivador. Consideraron también que, si bien favorece el juego con otras personas, no deja de ser un buen juguete para utilizar en solitario y ese aspecto también debe valorarse. Con relación al objeto físico, les pareció acertada su fabricación en madera y sus uniones por medio de imanes.

El aspecto más positivo que resaltaron del juguete, es la posibilidad que brinda de hacer volar la imaginación, creando historias y personajes diversos. Posee una propuesta abierta, con la cual pueden jugar tanto niñas como niños de diferentes edades, encontrando distintas motivaciones y maneras de relacionarse con los objetos según sus intereses y aptitudes. Valoraron la propuesta más allá de su posibilidad de ser decorada, lavada, y vuelta a pintar; aunque este punto también fue muy bien estimado, considerando que a las niñas y a los niños les atrae mucho la pintura y el agua.

Destacaron la estética de las piezas, su simpleza y minimalismo desde el diseño con una gran dedicación puesta en su concepción y su mensaje.

El empaque también fue evaluado positivamente. Se apreció la posibilidad de que la lata pudiese formar parte del juego, imantando las piezas y generando nuevas posibilidades. Con relación al aspecto visual del empaque, se sugirió la incorporación de color para que resulte más atractivo.

Sobre las cuestiones a mejorar de la propuesta, uno de los participantes opinó que le gustaría que las cabezas tuviesen más rasgos faciales, con más variedad de gestos para trabajar las emociones. Otra participante, advirtió acerca de que los muñe-

cos o muñecas con rasgos faciales neutros, son utilizados en la metodología pedagógica Waldorf; invitando a quien juega a interpretar o plasmarle al objeto el estado de ánimo que desee. Por lo tanto, con esta característica —y según dicha metodología—, no estaríamos privando a niñas y niños de ciertas posibilidades de juego, sino todo lo contrario.

Se propone, como aspecto a desarrollar, que este set sea parte de un sistema con mayor cantidad de

piezas, con las que puedan conformarse escenarios u otros personajes que no sean necesariamente figuras humanas.

Las percepciones de las personas expertas y profesionales fueron muy positivas y alentadoras. Sus opiniones nos brindaron ideas muy valiosas acerca de cómo seguir potenciando la propuesta, cuestión que nos propondremos en etapas posteriores. Ver estos productos en manos de las personas para las cuales fue diseñado será nuestro siguiente desafío.



6

CONCLUSIONES

6.1. REFLEXIONES FINALES

El objetivo de esta tesis ha sido sensibilizar acerca de las desigualdades de género que aún persisten en nuestra sociedad, y promover la generación de actitudes que contribuyan con una educación más libre, no sexista ni estereotipada para los niños, las niñas y el universo de personas adultas con las que se relacionan.

A lo largo de esta investigación, nos hemos encontrado con personas que trabajan activamente para disminuir las desigualdades de género, cuestión en la cual se ha avanzado en nuestro país, aunque siguen existiendo diferencias y discriminaciones. Se notó cómo constituye una problemática actual y real debido a la masiva participación en las convocatorias realizadas en las etapas de exploratoria y sondeo.

La implicación de las personas usuarias nos muestra cómo hacen falta espacios de intercambio en los que podamos reflexionar sobre nuestra manera de ser como sociedad, con respecto a lo que promovemos y reprimimos en función del sexo biológico de cada quién. Desde estos espacios de intercambio —y siendo el género una construcción social—, tenemos la potestad de formular colectivamente un camino a seguir en clave de igualdad.

Fue muy grato constatar que el producto resultado de esta tesis estuvo a la altura de lo esperado por quienes participaron en las etapas de campo. El entusiasmo con que las personas adultas, las niñas y los niños recibieron los objetos diseñados, hablan de una metodología bien escogida y una puesta en práctica consistente.

Las etapas de verificación constituyeron una herramienta esencial para la evaluación de lo propuesto. Confirmar que el juguete diseñado inspiraba en los niños y las niñas un juego no estereotipado y libre

—sin censuras de personas adultas, marcas, publicidades o pares—, en el cual los niños podían jugar a la familia y a las parejas, así como las niñas podían crear zombis y personajes fantásticos; constituyó la prueba de que el camino tomado fue el correcto.

Lograr un diseño simple que abordara una temática tan compleja, fue uno de los desafíos mayores. La simpleza del objeto, lo conocido de su propuesta —en sí, constituyen bloquitos de madera—, genera un producto fácil de introducir en el mercado y sencillo de comprender para nuestro paradigma actual. Al no ser una propuesta rupturista ni transgresora, hace que los conceptos puedan introducirse desde el propio juego, de manera activa pero no impuesta, respetando los tiempos y procesos de cada persona. Los estereotipos de género son concepciones muy arraigadas en nuestra sociedad, el poder deconstruirlos es un proceso que lleva su tiempo y al que no todas y todos estamos dispuestos, y menos desde la imposición.

Con este método subyacente pueden introducirse saberes y percepciones no estereotipadas sobre la vida en sociedad, construyendo miradas desde las claves de género, de derechos y de diversidad que mencionamos a lo largo de estas páginas.

Anhelamos que esta investigación sirva como base o inspiración para otros proyectos, capaces de generar nuevos aportes que contribuyan con una educación no sexista en el Uruguay.

Nuestro deseo es continuar trabajando en el producto de esta tesis, desarrollar y ampliar la propuesta para, en un futuro, lograr que llegue a las personas para las cuales fue diseñado —las niñas y los niños— y puedan apropiarse de él, aprender, transformarse y seguir creciendo.

7



BIBLIOGRAFÍA

- ABERASTURY, Arminda (2002): *El niño y sus juegos*, Buenos Aires: Paidós.
- ALBERS, Josef (1992): *La interacción del color*, Madrid: Alianza Editorial.
- ANDER-EGG, Ezequiel (2003): *Repensando la Investigación-Acción-Participativa: comentarios, críticas y sugerencias*, Buenos Aires: Lumen.
- ARAÚJO, Ana María, Luis E. BEHARES y Graciela SAPRIZA (comp.) (2001): *Género y sexualidad en el Uruguay*, Montevideo: Trilce.
- BONSIEPE, Gui (1999): *Del objeto a la interfase: Mutaciones del diseño*, Buenos Aires: Infinito.
- BOU, Louis (2009): *Toy land*, Barcelona: Instituto Monsa Ediciones.
- BROTO, Carles (2006): *Nuevo diseño en espacios de juego*, Barcelona: Links.
- BROWER, Cara, Rachel MALLORY y Zachary OHLMAN (2005): *Diseño eco-experimental*, Barcelona: Gustavo Gili.
- BUTLER, Judith (2008): *Cuerpos que importan: Sobre los límites materiales y discursivos del «sexo»*, Buenos Aires: Paidós.
- CANETTI, Alicia y otros (2001): *Desarrollo y familia: el niño de 0 a 5 años*, Montevideo: Aula.
- CASTRO, Matías y Roxana FERNÁNDEZ (2010): *Cazacurioso, más de 100 juegos tradicionales en Uruguay*, Montevideo: Estuario.
- CHATEAU, Jean (1958): *Psicología de los juegos infantiles*, Buenos Aires: Editorial Kapelusz.
- DINELLO, Raimundo (2007): *Tratado de educación: Propuesta pedagógica del nuevo siglo*, Montevideo: Grupo Magrú.
- DOH, Jenny (2012): *We make dolls! Top dollmakers share their secrets & patterns*, Nueva York: Lark Crafts.
- FREUCHTEL-DEARING, Erin (2011): *Natural wooden toys: 75 easy-to-make and kid-safe designs to inspire imaginations & creative play*, Pensilvania: Fox Chapel Publishing.
- GARVEY, Catherine (1985): *El juego infantil*, Madrid: Morata.
- GESELL, Arnold: *El niño de 1 a 5 años*, Barcelona: Paidós, 1985.
 — *El niño de 5 a 10 años*, Barcelona: Paidós, 1998.
 — *El niño de 7 y 8 años*, Barcelona: Paidós, 2000.
 — *El niño de 9 y 10 años*, Barcelona: Paidós, 2000.
 — *La personalidad del niño de 5 a 16 años*, Buenos Aires: Paidós, 1967.
- GONZÁLEZ, Ana y Carlos LOMAS (coord.) (2002): *Mujer y educación: educar para la igualdad, educar desde la diferencia*, Barcelona: Graó.
- GRAÑA, François (2006): *El sexismo en el aula: educación y aprendizaje de la desigualdad entre géneros*, Montevideo: Nordan Comunidad.
- HELLER, Eva (2006): *Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*, Barcelona: Gustavo Gili.

- HUIZINGA, Johan (2004): *Homo Ludens*, Madrid: Alianza.
- JACOB, André (1985): *Metodología de la investigación acción*, Buenos Aires: Humanitas.
- KAWIN, Ethel (1941): *La selección de juguetes: influencia de los juegos en la formación de la personalidad*, Buenos Aires: Claridad.
- KLANTEN, Robert (2007): *Dot Dot Dash: Designer Toys, Action Figures and Character Art*, Berlin: Die Gestalten Verlag.
- KOYANAGI, Mikado (2004): *EDU TOY. Edutainment toy series vol. 1: wood. EDU-TOY, NAEF and European wooden toys*, Tokyo: Petit Grand Publishing Inc.
- KÜPPERS, Harald (1980): *Fundamentos de la teoría de los colores*, Barcelona: Gustavo Gili.
- LASCANO, Diego (2004): *Juguetes uruguayos 1910-1960*, Santiago de Chile: Pictoria.
- LEBOVICI, Serge y René DIATKINE (1969): *Significado y función del juego en el niño*, Buenos Aires: Proteo.
- LEFTERI, Chris (2007): *Así se hace. Técnicas de fabricación para diseño de producto*, Barcelona: Blume.
- LOADER, Jeff y Jennie LOADER (1997): *Fun to Make Wooden Toys & Games*, Nueva York: Sterling Publishing Co., Inc.
- LÓPEZ, Alejandra (coord.) (2006): *Proyecto género y generaciones. Reproducción biológica y social de la población uruguaya*, Montevideo: Trilce.
- MASSÓ, Patricia (2008): *Toys for kids*, Bélgica: Tectum Publishers NV.
- MINGUET, Eva (2010): *Kids Design*, Barcelona: Instituto Monsa Ediciones.
- MUNARI, Bruno (2008): *¿Cómo nacen los objetos?: Apuntes para una metodología proyectual*, Barcelona: Gustavo Gili.
- MUÑOZ, Carlos Basilio (1996): *Uruguay Homosexual: culturas, minorías y discriminación desde una sociología de la homosexualidad*, Montevideo: Trilce.
- PIAGET, Jean (2009): *La psicología de la inteligencia*, Barcelona: Crítica.
- PROCTOR, Rebecca (2009): *Diseño ecológico, 1000 ejemplos*, Barcelona: Gustavo Gili.
- RODULFO, Ricardo (1996): *El niño y el significante: Un estudio sobre las funciones del jugar en la constitución temprana*, Buenos Aires: Paidós.
- SALAZAR, María Cristina (comp.) (1992): *La investigación-acción participativa: inicios y desarrollos*, Buenos Aires: Humanitas.
- VÁZQUEZ, Susana (2006): *Capacidad de comunicar de los objetos*, tesis de grado, Escuela Universitaria Centro de Diseño.
- WINNICOTT, Donald (2007): *Realidad y juego*, Barcelona: Gedisa.
- WRIGHT, Shawn (2009): *Flux, Designer Toys*, EE. UU.: Gingko Press.

RECURSOS EN FORMATO ELECTRÓNICO

- CABILDO INSULAR DE TENERIFE (2005): *Apuntes para la igualdad. Guía 7: Coeducación a través de la lectura*, Tenerife: Área de Juventud, Educación y Mujer del Cabildo Insular de Tenerife, <https://www.tenerife.es/wps/PA_1_CD5HDFH200K0F0I6GE6E1LJN53/contentfiles/c38e0c0043fc2b21bcf1be7d45d2f97a/Archivo1/Coeducaci%C3%B3n%20a%20trav%C3%A9s%20de%20la%20lectura.pdf> (3 de agosto del 2014).
- CARRASCO, Rosario y otros (2008): *La coeducación, una propuesta contra la violencia sexista y la violencia escolar*, Andalucía: Instituto Andaluz de la Mujer, <http://158.109.131.198/CATEDRA/images/biblioinfancia/Coeducacion_%20Instituto%20Andaluz%20de%20la%20Mujer%202008.pdf> (3 de agosto del 2014).
- DE LA CALLE, Raquel (2010): *Guía de lenguaje inclusivo*, Montevideo: Comisión Interdepartamental de Género del Congreso de Intendentes, <http://www.inmujeres.gub.uy/innovaportal/file/21489/1/6guia_lenguaje_inclusivo_imm.pdf> (3 de agosto del 2014).
- HERNÁNDEZ MORALES, Graciela y Concepción JARAMILLO GUIJARRO (2003): *La educación sexual de la primera infancia. Guía para madres, padres y profesores de Educación Infantil*, España: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. <http://www.educarenigualdad.org/media/pdf/uploaded/old/Mat_87_EducSexualInfancia.pdf> (3 de agosto del 2014).
- INSTITUTO NACIONAL DE LAS MUJERES (Uruguay). *Estadísticas de Género 2012. La importancia de los ingresos personales para la equidad*, <http://www.inmujeres.gub.uy/innovaportal/file/23479/1/estadisticas_de_genero_2012-1.pdf> (3 de agosto del 2014).
- *Estadísticas de Género 2011. Persistencia de desigualdades, un desafío impostergable para la Reforma Social*, <http://www.inmujeres.gub.uy/innovaportal/file/19225/1/estadisticas_de_genero_2011_final.pdf> (3 de agosto del 2014).
 - *Primer Plan Nacional de Igualdad de Oportunidades y Derechos. Políticas públicas hacia las mujeres 2007-2011*, <<http://www.inmujeres.gub.uy/innovaportal/file/18930/1/piodna.pdf>> (3 de agosto del 2014).
 - *Primeros pasos. Inclusión del enfoque de género en educación inicial. Manual para docentes, educadoras y educadores*, 2008, <<http://www.adasu.org/prod/1/234/Manual.INMUJERES.pdf>> (3 de agosto del 2014).
- LÓPEZ, Pablo (2005): *De princesas y superhéroes: un aporte a la reflexión crítica del impacto del juego en la construcción de los roles de género*, Montevideo, <<http://www.inau.gub.uy/biblioteca/sexu2.doc>> (3 de agosto del 2014).
- LÓPEZ, Pablo y Fernanda FERRARI (2010): *Apuntes para el trabajo en sexualidad desde los enfoques de género, derechos y diversidad*, Montevideo, <www2.msp.gub.uy/andocasociado.aspx?5679,21547> (3 de agosto del 2014).
- LÓPEZ GÓMEZ, Alejandra y Solana QUESADA (2005): *Material de apoyo en salud sexual y reproductiva con enfoque de género a equipos técnicos de los centros CAIF: Guía metodológica*, Montevideo, <www.inau.gub.uy/biblioteca/sexualidad/.../Guía%20en%20SSR.pdf> (3 de agosto del 2014).
- MARTÍNEZ REINA, María Carmen (2005): *Valores de género en el diseño de juguetes infantiles*, tesis de doctorado, Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Granada, <<http://hdl.handle.net/10481/792>> (3 de agosto del 2014).
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA (Uruguay). *La igualdad no es juego. Concurso nacional de diseño de afiches sobre juego, juguetes y género*, 2010, <http://www.cultura.mec.gub.uy/innovaportal/file/5515/1/2009_la_igualdad_no_es_juego.pdf> (3 de agosto del 2014).

— *La igualdad no es juego. Concurso nacional de juguetes no sexistas*, 2011, <http://www.cultura.mec.gub.uy/innovaportal/file/5517/1/2010_la_igualdad_no_es_juego.pdf> (3 de agosto del 2014).

RIELLA, Alberto (coord.) (2012): *El Uruguay desde la sociología X: Diversidad cultural, discriminación e inseguridad. Cuidados, fecundidad, educación y género. Desigualdades sociales, desarrollo territorial y movilidad. Gestión de recursos humanos, capital social y acción sindical*, Universidad de la República, Facultad de Ciencias Sociales, Departamento de Sociología, <<http://www.fcs.edu.uy/archivos/Brujas%20X-1.pdf>> (3 de agosto del 2014).

CATÁLOGOS DE JUGUETES

BRIO (2014). *Toy catalogue 2014 retail edition*. Suiza: Brio. <http://issuu.com/irlw/docs/brio_retailcatalogue_2014> (3 de agosto del 2014).

BRIO (2013). *Consumers catalogue*. Suiza: Brio. <http://issuu.com/irlw/docs/brio_rw_consumer_2013> (3 de agosto del 2014).

BRIO (2013). *Toy catalogue 2013 retail edition*. Suiza: Brio. <http://issuu.com/irlw/docs/brio_retail_catalogue_2013> (3 de agosto del 2014).

BRIO (2012). *Safe driving with BRIO toys! A roadmap to our quality demands, materials and production*. Suiza: Brio. <http://issuu.com/irlw/docs/brio_csr_folder_2012_en-1> (3 de agosto del 2014).

MUSEO TORRES GARCÍA (2005). *Aladdin. Juguetes transformables*. Joaquín Torres García. Montevideo: Museo Torres García. <<http://www.torresgarcia.org.uy/andocasociado.aspx?227,2326>> (3 de agosto del 2014).

SEVI (2014). *2014 Catalogue*. Italia: Trudi S.p.A. <http://issuu.com/trudi/docs/catalogo_generale_sevi_2014_singole> (3 de agosto del 2014).

SEVI (2013). *2014 Catalogue*. Italia: Trudi S.p.A. <http://issuu.com/trudi/docs/sevi_catalogue_2013> (3 de agosto del 2014).

TRUDI (2014). *Catalogo generale 2014*. Italia: Trudi S.p.A. <http://issuu.com/trudi/docs/catalogo_generale_trudi_14_sito_sin> (3 de agosto del 2014).

TRUDI (2013). *Catalogo generale 2013*. Italia: Trudi S.p.A. <http://issuu.com/trudi/docs/catalogo_generale_trudi_2013_pagine_singole> (3 de agosto del 2014).

WILSON, Donna (2013). *Products for you and your home 2013/14*. Londres: Donna Wilson. <http://donnawilson.com/_downloads/Donna_Wilson_Catalogue_2013_2014_Low_Res.pdf> (3 de agosto del 2014).

REFERENCIAS WEB

ORGANISMOS ESTATALES

Educación

<http://www.anep.edu.uy/>

Desarrollo Social

<http://www.mides.gub.uy/>

<http://www.inmujeres.gub.uy/>

Comisiones de equidad y género

<http://www.parlamento.gub.uy/parlamenta/comision.html>

<http://www.juntamvd.gub.uy/es/comisiones/19-equidad-y-g-nero.html>

ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL

Uruguay

<http://www.casadelamujer.org.uy/>

<http://www.mysu.org.uy/>

<http://www.cotidianomujer.org.uy/>

FABRICANTES DE JUGUETES INTERNACIONALES

Alemania

<http://www.cheekeyes.com/index.html>

Australia

<http://mymakedo.com/>

China

<http://noferin.com/>

Dinamarca

<http://www.hama.dk/>

EE. UU.

<http://www.habausa.com/>

<http://www.greentoys.com/index.html>

<http://www.knockknockstuff.com/clump-o-lump/>

<http://www.goldieblox.com/>

<http://www.4m-ind.com/>

<http://gogreentones.com/home/>

<http://www.montessaurus.com/>

<http://www.smarttangoes.com/>

<http://kidkraft.com/>

<http://www.lego.com/>

<http://www.playmobil.com/>

España

<http://www.imaginarium.es/>

Finlandia

<http://www.tactic.net/>

Holanda

<http://www.etsy.com/shop/WatermelonCatCompany>

Honduras

<http://www.tegu.com/>

Italia

<http://shop.alburno.com/>

<http://www.sevi.com/home.html>

<http://a4adesign.it/>

Japón

<http://www.plantoy.com/>

Noruega

<http://www.simbatoy.no/>

Suiza

<http://www.bilibo.com/en/enter/default.aspx>

<http://www.brio.net/en>

JUGUETERÍAS NACIONALES

<http://www.kalen.com.uy/>

<http://www.imaginarium.com.uy/>
<http://www.mosca.com.uy/>
<http://www.giroididactico.com/>
<http://www.jugueteriagiocattoli.com/>
<http://www.jugueteriapalacio.com/>
<http://www.toystore.com.uy/>

JUGUETERÍAS INTERNACIONALES

Reino Unido

<http://www.woodentoyshop.co.uk/>

España

<http://www.lospequenosmonstruos.com/>

DISEÑADORES DE JUGUETES DE AUTOR

Alemania

<http://hello.eboy.com/eboy/>

Argentina

<http://dgph.com.ar/>

<http://patriciooliver.com.ar/>

Bélgica

<http://toykyo.be/>

China

<http://www.bubiauyeung.com/>

EE. UU.

<http://friendswithyou.com/>

<http://jonburgerman.com/>

<http://www.tokidoki.it/>

<http://buffmonster.com/>

<http://undoboy.com/>

<http://marshallalexander.net/>

<http://superham.bigcartel.com/>

<http://jonknoxstudio.com/>

<http://www.stolleart.com/>

<http://garybaseman.com>

<http://www.teddytroops.net/>

<https://www.munkyking.com/>

<http://www.toyqube.com/>

<http://www.tamarmogendorff.com>

Francia

<http://zombitoys.com/>

Letonia

<http://rijada.lv/>

Reino Unido

<http://tado.co.uk/>

<http://donnawilson.com/>

Rumania

<http://www.shusha-toys.ru>

Suecia

<http://playsam.com/>

Uruguay

<http://tallerelmismobaires.blogspot.com/>

<https://www.facebook.com/sabandija.tallercitodediseno.9>

<http://juegosexeduca.wix.com/>

<https://www.facebook.com/pages/JUGUETES-PARA-CREAR/230664160353069>

<https://www.facebook.com/jugueteswaju>

DISEÑO DE JUGUETES (TEMÁTICA)

<http://www.toydesignserved.com/>

<http://www.drtoy.com/>

BIOPLÁSTICOS

<http://green-plastics.net/>

AGRADECIMIENTOS

INSTITUCIONES

Escuela Universitaria Centro de Diseño | Facultad de
Arquitectura | Universidad de la República
Agencia Nacional de Investigación e Innovación

TUTORA

Profa. Lic. Rita Soria

MESA EVALUADORA

Profa. Arq. Inés Sánchez
Prof. D.I. Esteban Esmerdiner

ASESORES EN DISEÑO

D.I. Agustín Menini
Prof. Lic. José de los Santos

ASESORES TÉCNICOS

Prof. Raimundo Dinello, en educación.
Prof. Horacio Dardanelli, en tecnología.
Marcelo Patiño, en tecnología y materiales.
Sebastián Cervetto, en tecnología.
Daniel Acerenza de NISA, en tecnología.
Ana Gómez, gracias por hacer leíble este informe.

JUGUETERÍAS EN LAS CUALES SE REALIZÓ EL RELEVAMIENTO DE JUEGOS Y JUGUETES PRESENTES EN EL MERCADO URUGUAYO

<i>Kalén</i>	María, Kary, Cecilia y todo el equipo
<i>Imaginarium</i>	Nuria Romero, representante de la firma en Uruguay
<i>Mosca Hnos.</i>	Lic. Pablo Barcelona, gerente de Marketing
<i>Giro Didáctico</i>	María Teresa e Ignacio Scholnik
<i>Palacio de los Niños</i>	Lilián Píriz Souto
<i>Giocattoli</i>	Mónica Smiderle
<i>Toy Store</i>	Carla Cerrutti

ASISTENTES AL GRUPO DE DISCUSIÓN Y TRABAJO EN DISEÑO CON PERSONAS PROFESIONALES Y EXPERTAS EN GÉNERO Y EDUCACIÓN

Antrop. Emilia Abin
Felipe Barú
Profa. Yannine Benitez Villar
Mtra. Mercedes Carlevaro
María Costa
Florencia Fernández
D.I. Pablo Gaione
Lic. Amparo García
Anaclara González
D.I. Lucía Guidali
D.I. Ana Inés Olivet
Profa. María Pascale
Mtra. Claudia Pías
Profa. Roxana Pyñeiro
Nuria Romero
Lic. Susana Tomé
Lic. Ana Ubal
D.I. Susana Vázquez
Gracias a Pablo Gaione que realizó el registro audio-
visual de la actividad.

A LAS 200 PERSONAS QUE CONTESTARON EL CUESTIONARIO PARA USUARIOS OPERACIONALES SOBRE JUEGOS Y JUGUETES INFANTILES

Gracias por brindar tan amablemente su tiempo para
contribuir con esta investigación.

AL JARDÍN N.º 283 DE PASO CARRASCO

Mtra. Claudia Pías
Mtra. Carla
Mtra. Andrea
Mtra. Marcela
A los niños y las niñas.

AL COLEGIO LATINOAMERICANO

Al Consejo Directivo

Al director, Mtro. Juan Morales

A las maestras de 1° grado: Mtra. Betina Gervasio, Mtra. Andrea Dragañenko y Mtra. Ana Laura Fraga.

A los niños y las niñas que jugaron con BILU: Tomás, Sol, Maia, Sofía, Juan, Lara, Lina, Maite, Julia, Emilia, Lucía, Diego, Mateo, Lua, Julieta, Clara, Mirko, Lucas y Anahí.

ASISTENTES A LA SESIÓN DE VERIFICACIÓN INFANTIL Y ADULTA

Lorenzo, Juan, Facundo, Daniela, Virginia, Sara, Leroy Pedro, Katherine y Federico.

Gracias a Sofía Martínez Frenkel que realizó el registro audiovisual de la actividad.

A Kalén por brindarnos tan amablemente su espacio.

A María y Lucila por su gran ayuda.

ASISTENTES AL GRUPO DE DISCUSIÓN Y VERIFICACIÓN DE JUGUETES POR PERSONAS PROFESIONALES Y EXPERTAS EN GÉNERO, EDUCACIÓN Y DISEÑO

Educ. Violeta Barlía

Cecilia Cardozo

María Costa

Camilo de León

Prof. Lic. Fernando Martínez Agustoni

Mtra. Claudia Pias

Profa. Lic. Rita Soria

Gracias a Fernando Martínez Agustoni que realizó el registro audiovisual de la actividad.

SINENERGÍA COGUORC

Santi, José, Manuel, Juan, Rubio, Barba, Diego, Fran, Martín y Juan Ignacio. Gracias por enseñarme los colores, a sistematizar, a pegar imanes y a barnizar.

A mi familia, amigos y amigas. Nada de esto sería posible sin su apoyo, gracias.

