



**Juguetes adecuados y seguros... nunca demasiados.  
Lo importante es el juego**

## **GUIA EDUCATIVA SOBRE EL JUEGO Y EL JUGUETE**

El **Instituto Aragonés de la Mujer**, del Gobierno de Aragón, en colaboración con la **Asociación Aragonesa de Psicopedagogía** ha promovido la elaboración y edición de esta Guía Educativa Sobre El Juego y el Juguete, dirigida a padres, madres y profesionales en general relacionados con el mundo de la infancia.

Las autoras han sido: **Mercedes Arribas, Ana Júdez e Inés Miranda** y el objetivo primordial de la Guía resaltar la importancia del juego como primer aprendizaje para los niños y niñas, como vehículo para educar su carácter y sensibilidad y como medio para fomentar valores solidarios, cooperativos y no discriminativos.

**Otro punto importante que queremos transmitir a través de esta publicación es la necesidad de que chicos y chicas jueguen indistintamente con todo tipo de juegos sin crear estereotipos por razón de sexo, favoreciendo el desarrollo integral de habilidades en un ambiente de tolerancia e intercambio.**

### **Contenido:**

**EL JUEGO INFANTIL: SIGNIFICADO PSICOLÓGICO**

**CLASIFICACIÓN DE JUEGOS**

**CONSEJOS PARA EJECUTAR UN JUGUETE**

**CLASIFICACION DE JUGUETES POR EDADES**

**LOS VIDEO JUEGOS**

**APTITUD DE LOS PADRES ANTE EL JUEGO**

**TENDENCIAS ACTUALES EN EL JUEGO Y EL CONSUMO DE JUGUETES**

**LA PUBLICIDAD**

**JUEGOS SIN JUGUETES**

**RECUERDA**

**LEYES**

## EL JUEGO INFANTIL: SIGNIFICADO PSICOLÓGICO

En la vida adulta, está clara la contraposición entre juego y trabajo, pero desde el punto de vista de la educación y la psicología infantil, el juego debe incluirse entre las actividades más serias, reivindicando su necesidad en la infancia, como instrumento de adaptación evolutiva privilegiada, presente sólo en algunas especies superiores y en el hombre.

La infancia prolongada es la que permite a la criatura humana el desarrollo de la inteligencia y la posibilidad de transformación del medio. El juego es la actividad infantil prevista por la naturaleza para hacer posible este desarrollo superior.

Aunque no es fácil definir experimentalmente qué es el juego, sí es posible señalar algunos elementos que permiten distinguir claramente las conductas lúdicas de las que no lo son:

1. - El juego es libre y espontáneo, no condicionado por intereses o acontecimientos externos.
2. - Produce placer por sí mismo. Tiene una función equivalente a los sueños como mecanismo de realización de deseos.
3. - La conducta lúdica tiene una organización específica, como es la ausencia de rasgos agresivos, semblante sonriente, embelesado, ciertos movimientos característicos (los perros mueven la cola...).
4. - Predominio de los medios sobre los fines. La satisfacción está en la propia ejecución. Tiene relación con los mecanismos instintivos, ya que parece que responde a unos patrones que no tienen que aprenderse, sino que surgen espontáneos.
5. - El juego se define por la actitud interna que tiene el sujeto ante la actividad, y no por la actividad o realidad externa.

## CLASIFICACIÓN DE JUEGOS

**AZAR:** Juego basado en una muestra aleatoria que determina en los jugadores unas condiciones de igualdad, inferioridad y superioridad arbitrariamente.

**CIRCUITO:** Juegos de recorrido de un punto a otro

**CONSTRUCCIÓN:** Encaje bidimensional de elementos o piezas.

**DISPOSICIÓN:** Encaje tridimensional bajo la forma de puzzles, mosaicos, etc.

**EJERCICIO:** Una acción se repite una y otra vez por el placer de los resultados inmediatos. Son experiencias olfativas, gustativas, visuales, etc.

**ENSAMBLAJE:** Se dan cuando el niño/a quiere conseguir una meta y hace todos los movimientos y manipulaciones necesarios para conseguirlo.

**ENSAMBLAJE ARTÍSTICO:** Montajes con materiales brutos: madera, escayola, etc.

**ESTRATEGIA ELEMENTAL:** Juego que combina una serie de acciones tácticas, desplegadas según un código de reglas simples, con el objetivo de vencer a uno o más jugadores.

**HABILIDAD:** Juego en el que deben ejecutarse tareas motrices sometidas a reglas concretas.

**IMITACIÓN:** Imitación de personajes, animales, acciones y objetos.

**MANIPULACIÓN:** Experiencias de juegos donde el niño/a ejercita los movimientos de su mano.

**MOTOR:** Ejercicios y experiencias de juegos con movimientos locomotores

**PREGUNTAS Y RESPUESTAS:** El jugador deberá responder a preguntas simples formuladas por la parte adversa.

**REFLEXIÓN:** Implica un alto nivel de eficacia en la realización de tareas cognitivas según unas reglas complejas.

**REGLAS:** Son juegos con reglas que los jugadores deben conocer y respetar para conseguir un objetivo previsto.

**REPRESENTACIÓN:** Actividad de dibujar, pintar, etc. con la intención de representar personajes, imágenes y objetos.

**VOCABULARIO:** Juego para construir palabras y frases con reglas simples.

**SIMBÓLICO:** Implica la representación de un objeto por otros.

**ROLES:** Representación de escenas específicas en las que intervienen personajes definidos.

**SENSORIAL:** Ejercicios que ofrecen estímulos visuales, táctiles, etc.

**DEPORTIVO ELEMENTAL:** Juego asociativo o cooperativo, que retoma bajo una forma socializada, actividades motrices globales, sometiéndolas a reglas concretas.

**JUEGO MATEMÁTICO:** Procedimiento lúdico para controlar aprendizajes matemáticos a partir de reglas simples.

**SECUENCIA:** Juego que incluye unos elementos que deben seguirse según un orden preciso a partir de instrucciones y reglas simples.

## CONSEJOS PARA ELEGIR UN JUGUETE

Debe ser deseado por el niño/a. De no ser así, carecería de interés.

Que sea seguro. Debe estar confeccionado con materiales que no se astillen o sean cortantes si se rompen. Los colores han de ser sólidos y no tóxicos. Cuanto más pequeño es el niño/a más grandes deben ser los juguetes.

Debemos comprarlos adecuados a su edad pensando, siempre, en la finalidad y actitudes que desarrollan en nuestros hijos.

Tengamos en cuenta su personalidad: un niño/a retraído necesitará juegos socializadores (varios jugadores); a un niño/a hiperactivo/a le resultarán adecuados juegos de atención, artísticos, etc...

Que sea simple. Esto aumentaría la gama de usos que se pueden hacer de él. Desarrollando su fantasía y su capacidad simbólica.

No comprarlos para satisfacer un capricho momentáneo del niño/a

Generalmente no deben ser utilizados para premiar o castigar a un niño/a

Debemos tener en cuenta que el exceso de juguetes mata la fantasía y produce aburrimiento

Conviene instruir a los familiares para que no regalen juguetes de forma indiscriminada.

El mejor juguete no es necesariamente el más caro.

## **CLASIFICACIÓN DE JUGUETES POR EDADES:**

**0-6 MESES:** Necesita juguetes que le ayuden a descubrir su cuerpo y distinguir diferentes texturas, formas y colores. Los sonajeros, móviles de cuna, muñecos de goma, mordedores, alfombras con actividades, etc.

**7-12 MESES:** El bebé empieza a explorar los objetos y a reconocer voces. Pelotas, muñecos de trapo, juguetes sonoros, tentetiesos, balancines y andadores.

**13-18 MESES:** Los niños/as saben andar y reconocen las propiedades de los objetos. Los cubos para encajar y apilar, las bicicletas de tres ruedas y los cochecitos.

**19-24 MESES:** EL niño/a habla y comprende, empieza a descubrir su entorno. Coches, bicicletas, pizarras, pinturas, instrumentos musicales, muñecas y animalitos.

**2-3 AÑOS:** Empiezan a sentir curiosidad por los nombres e imitan escenas familiares. Triciclos, palas, cubos, rompecabezas, pinturas, teléfonos y muñecas.

**3-5 AÑOS:** El niño/a empieza a preguntar, a aprender canciones y a jugar con sus amigos/as. Bicicletas, pizarras, magnetófonos, cuentos, marionetas y muñecos articulados.

**6-8 AÑOS:** El niño/a sabe sumar y restar, leer y escribir. Monopatines, coches teledirigidos, juegos manuales, de preguntas y de experimentos.

**9-11 AÑOS:** Se interesan por actividades complicadas. Complementos deportivos, juegos de estrategia y reflexión, audiovisuales, electrónicos y experimentos.

**MÁS DE 12 AÑOS:** Desaparecen las ganas de jugar y van construyendo su propia identidad. Libros, música y VIDEO JUEGOS...

## LOS VIDEO-JUEGOS

Los intereses infantiles y juveniles se desplazan cada vez más hacia los videojuegos en detrimento de otras actividades. Forman parte de las escuelas y de nuestra sociedad en general.

### Resultan atractivos, ya que:

Tienden un puente entre el juego y el aprendizaje. Se plantean y resuelven problemas. Ganar a una máquina que nunca se equivoca les hace sentirse seguros. El niño/a es protagonista de lo que allí ocurre. Se puede cambiar, investigar y pasar a niveles de mayor dificultad.

### Sin embargo:

Restan tiempo y dedicación a otros juegos. Enganchan y crean adicción. Las atractivas imágenes producen adormecimiento de la imaginación. Incrementan la introversión y fomentan el individualismo.

**Por ello**, los padres y educadores debemos controlar:

Que el tiempo dedicado a estas actividades sea el adecuado.

Que no utilicen videojuegos violentos, sexistas, racistas.

Deben estar adecuados a cada edad

Escoger aquel que ofrezca posibilidades alternativas. No estar obligados a seguir el ritmo que imponen, que dé tiempo a pensar y a decidir.

Que los contenidos y valores implícitos sean positivos.

Que tengan un objetivo concreto y asequible.

Atraer al niño/a hacia otras actividades socializadoras.

## **ACTITUD DE LOS PADRES ANTE EL JUEGO**

Proporcionar un ambiente rico en estímulos, para desarrollar sus capacidades mentales sociales y motoras.

Jugar con nuestros hijos/as frecuentemente sin inmiscuirnos en todos sus juegos.

No debemos aportar todas las soluciones. El niño/a debe aprender a solucionar los problemas que se le plantean. Podemos mostrarles como se hace, pero deben ser ellos/as quienes descubran sus posibilidades.

Debemos elegir los juguetes adecuados a su momento evolutivo.

Utilizar más de un tipo de juegos y juguetes para que no limitemos su desarrollo personal y social.

El juego no debe crear barreras entre niños y niñas. Nunca deben pensar que su futuro está más marcado por su sexo que por sus capacidades.

## TENDENCIAS ACTUALES EN EL JUEGO Y EL CONSUMO DE JUGUETES

Los juguetes para los más pequeños los eligen los padres; proyectan sus gustos y convencen al niño o niña de lo que tienen que adquirir, sobre todo por el precio.

En fechas señaladas, como la Navidad, los padres se vuelcan en regalos, existe una generosidad desbordada.

A veces existe chantaje afectivo, es decir, control de la conducta por medio del regalo.

En muchas ocasiones, los padres incitan al niño o la niña a ilusionarse, y finalmente no compran nada, dando como resultado escenas de llanto y rabietas.

Los chicos tienden a comprar juguetes más grandes.

Las chicas tienden a comprar detalles, adornos o juguetes más pequeños.

Entre los 6 y los 10 años se produce la edad crítica del juego y los juguetes.

Las actitudes sexistas en la elección de juguetes se dan en los padres, cada vez con menos frecuencia.

En determinados casos, el gasto en juguetes se puede calificar de auténtica barbaridad

Existen asiduos al consumo, que cada fin de semana necesitan comprar algo.

El afán de coleccionismo afecta a adultos jóvenes, más que a niños.

Los juguetes tienen cada vez mayor control de calidad y normas de seguridad.

Existe saturación de juguetes en muchos menores y ausencia de diversión y juego real.

La sobredosis de juguetes genera actitudes de derroche y destructividad.

Los niños o niñas con menos experiencia socializadora, tienen más dificultades para entrar en grupos de juegos y son rechazados en los recreos escolares.

Cuanto más escasas son las oportunidades de expansión y juego para los niños y niñas, más probable es que se desborden hacia juegos brutos y descontrolados.

Cuando el juego es destructivo o desbordado hay una tendencia a la pasividad por parte de los adultos, que se despreocupan y no corrigen, permitiendo al menos unas libertades mal entendidas.

## **LA PUBLICIDAD**

Actualmente la publicidad juega un papel decisivo a la hora de elegir juguetes. En las fechas Navideñas la mayoría de las cadenas de TV emiten más de 20 minutos de anuncios dirigidos al público infantil, a lo largo de cada hora (el límite legal está en 12). No hay, pues, un grupo social que reciba una presión publicitaria televisiva tan fuerte como el de la infancia. Es la avalancha de anuncios de juguetes y los chavales/as quedan embelesados frente a la pantalla de TV atraídos por los spots publicitarios confeccionando así sus gustos, dependiendo de lo que ven y oyen en los medios.

Son estos mensajes los que van a determinar a "que" van a jugar, "con qué" y "con quien".

### **Por ello debemos:**

Ser conscientes niños/as, del papel que juega la publicidad y las técnicas que utilizan para hacer los productos apetecibles.

Reflexionar sobre los "valores" que transmiten determinados juguetes. Beneficios y perjuicios.

Saber "ver" y aprender a "leer" la publicidad.

Ofrecer la posibilidad de construir y experimentar otras maneras de jugar.

### **¿Qué nos vende la publicidad?**

Afán de dominio y poder como valores en sí mismos

Discriminación por sexos

Convierte el juego en una obsesión consumista

Crea un mundo de valores ficticios

Reproduce estereotipos y prejuicios

Emplea formas y contenidos "agresivos" para aumentar las ventas

Utiliza al menor para conseguir el consumo del adulto

### **¿Qué trucos utiliza?**

Una imagen repetitiva, atractiva para llamar la atención

Música pegadiza, sonidos, ruidos que dan fuerza al mensaje publicitario

Ambientes no reales, decorados imaginarios, utilizando efectos especiales

Lenguaje engañoso

Colores discriminatorios. Vivos y brillantes para niños, dulzones para niñas

No respetan la relación del tamaño real con lo publicitario

Accesorios que no están incluidos en el juguete que se compra

### **Sugerencias...**

Saber decir NO al exceso de consumo

Adoptar una postura crítica

No dejarnos impresionar ni por la publicidad ni por la apariencia

Tomar conciencia del peso que sobre los niños/as, tienen los comportamientos y actitudes del adulto como modelo a imitar

Ser conscientes de lo dañina que puede llegar a ser la publicidad cuando actúa como un engañoso vehículo de falsos valores

Enseñar que con pocas cosas, se puede ser feliz frente a la imagen consumista que se nos vende

## **JUEGOS SIN JUGUETES**

Para pasar un rato divertido jugando no es preciso tener juguetes.

El juguete más divertido, más barato y que siempre tenéis con vosotras/os es, sin duda, el lenguaje, vuestra imaginación, fantasía y muchas ganas de divertirlos.

### **Os proponemos:**

Veo Veo

Pase Misi

Canicas

La Gallina Ciega

Adivinanzas

Letras desordenadas

Los disparates

Palabras encadenadas

El pañuelo

Rimas

La comba

La Rayuela

El escondite

Juegos con nombres

## **RECICLA Y CONSTRUYE**

Cualquier rato de ocio puede ser una ocasión para hacer una muñeca, una cometa, etc... podemos hacer juguetes con los objetos más simples: cajas, botes, chapas.

Aprovecha, repara y construye. Utiliza las manos y el pensamiento para la elaboración de tu juguete. Un juguete sencillo puede despertar más horas de entretenimiento que otros muy complicados.

Podemos realizar:

Trenes con cajas

máscaras

puzzles con fotografías

móviles

disfraces

## **RECUERDA**

Chicos y chicas deben de jugar con todo tipo de juguetes

La ternura no es solo cosa de niñas

El juguete y el juego, principales instrumentos para evitar conductas sexistas

Aprender a jugar, jugar para aprender

El exceso de juguetes mata la fantasía y produce aburrimiento

Dosificar los regalos para que los puedan disfrutar

Partir de las referencias y necesidades del niño/a y no de los gustos del adulto

Hay juguetes de calidad que jamás se han anunciado en TV

Los juguetes que lo realizan todo solos hacen niños/as pasivos/as

El mejor juguete, es el construido por uno mismo

Juguetes para compartir, no para competir

Juguetes para la violencia, no gracias

Juguetes con tensión, no son diversión

El que leyendo se emociona, piensa, aprende, despierta, adivina, escucha. Se divierte

modelado con arcilla

instrumentos musicales con envases

tu propio libro

## ¿LEYES QUE NOS PROTEGEN?

La Declaración de los Derechos del Niño y de la Niña, adoptada por la Asamblea de las Naciones Unidas tiene como fundamento el principio de que "el niño y la niña, por su falta de madurez física y mental, necesita protección y cuidados especiales. incluso la debida protección legal, tanto antes como después de su nacimiento".

Mencionamos algunos de estos derechos que conciernen, en gran medida, a los medios de comunicación y, especialmente, a la televisión.

**Artículo 12.1** El niño tendrá derecho a la libertad de expresión, ese derecho incluirá la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo, ya sea oralmente, por escrito o impresas, en forma artística o por cualquier otro medio elegido por el niño.

**Artículo 17.1** Los Estados partes reconocen la importante función que desempeñan los medios de comunicación social y velarán por que el niño tenga acceso a información y material procedentes de diversas fuentes nacionales e internacionales, en especial la información y el material que tengan por finalidad promover su bienestar social, espiritual y moral y su salud física y mental. Con tal objeto los Estados partes:

- A) Alentarán a los medios de comunicación de masas a difundir información y materiales de interés social y cultural para el niño con el espíritu del artículo 29.
- B) Promoverán la cooperación internacional en la producción, el intercambio y la difusión de esa información y esos materiales procedentes de diversas fuentes culturales, nacionales e internacionales.
- C) Alentarán la producción y difusión de los libros para niños.
- D) Alentarán a los medios de comunicación de masas a que tengan particularmente en cuenta las necesidades lingüísticas del niño perteneciente a un grupo minoritario o que sea indígena.
- E) Promoverán la elaboración de directrices apropiadas para proteger al niño contra toda información y material perjudicial para su bienestar teniendo en cuenta las disposiciones de los artículos 13 y 18.

**Artículo 19.1** Los Estados partes adoptarán todas las medidas legislativas, administrativas y educativas para proteger al niño contra toda forma de violencia, perjuicio o abuso físico o mental, descuido o trato negligente, incluido el abuso sexual, mientras el niño se encuentre bajo la custodia de los padres, de un tutor o de cualquier otra persona que lo tenga a su cargo.

**Artículo 29.1** Los Estados partes declaran que la educación del niño deberá estar encaminada a:

- a) El desarrollo de la personalidad, las aptitudes y la capacidad mental y física del niño hasta su máximo potencial.
- b) El desarrollo del respeto de los Derechos Humanos y de las libertades fundamentales y de los principios consagrados en la Carta de las Naciones Unidas.

## **NORMAS SOBRE PUBLICIDAD DIRIGIDA A LA INFANCIA:**

El Código de Ética Publicitaria, adoptado por el Consejo Ejecutivo de la Cámara Internacional de Comercio en Nueva Delhi el 10 de febrero de 1987, de las siguientes "guías" en torno a la publicidad y el niño.

"Guía I, identificación: debido a la particular vulnerabilidad de los niños y para proporcionar un vigor especial al artículo 2 del Código, si existe cualquier probabilidad de que algún anuncio sea confundido con material editorial o de programa, éste deberá ser etiquetado claramente como "anuncio" o deberá ser identificado de una manera igualmente efectiva.

"Guía II, violencia: para proporcionar vigor al artículo 13.2 del Código, debe tomarse en cuenta que no debe parecer que los anuncios toleran o perdonan la violencia en situaciones o acciones que puedan contravenir la ley y (o) las normas de conducta social generalmente aceptadas a nivel nacional.

"Guía III, valores sociales: los anuncios no deben minar los valores sociales sugiriendo que la posesión o uso de un producto dará al niño una ventaja física, social o psicológica sobre otros niños de la misma edad, o que el no tener ese producto pueda tener el efecto contrario.

"Los anuncios no deben minar la autoridad, responsabilidad, juicio y preferencia de los padres, tomando en cuenta los valores sociales del momento.

"Guía IV, seguridad: para vigorizar los artículos 12 y 13.2 del Código, los anuncios no deben contener ninguna afirmación o presentación visual que puedan tener el efecto de llevara a situaciones inseguras a los niños o que les anime a asociarse con extraños o entrar a lugares desconocidos o peligrosos.

"Guía V, persuasión: los anuncios no deben incluir ninguna apelación directa a los niños para que persuadan a otros a anunciar el producto anunciado por ellos.

"Guía VI, presentación veraz: con el fin de proporcionar vigor al artículo 4 del Código, se debe tener especial cuidado en asegurarse de que los anuncios no desorienten a los niños sobre el verdadero tamaño, valor, naturaleza, durabilidad y rendimiento del producto anunciado. Si se necesitan artículos extra para usarlos (por ejemplo, pintura), esto se debe explicar de forma clara. Un producto que es parte de una serie, debe ser claramente indicado como tal, así como el modo de conseguir la serie.

"Los anuncios no deben explicar inadecuadamente el grado de destreza requerido para usar el producto. Donde los resultados del uso de un producto sean mostrados o descritos, el anuncio debe representar lo que es razonablemente comprensible para el niño promedio en el rango de edades para el que se ha propuesto el producto.

"Guía VII, precio: la indicación del precio no debe presentarse de tal forma que conduzca a los niños a una percepción irreal de verdadero valor del producto, por ejemplo, usar la palabra "sólo". Ningún anuncio debe dar a atender que el producto anunciado está al alcance de todos los presupuestos familiares".

Otras normas de ámbito internacional: Resolución sobre los juguetes bélicos del Parlamento Europeo y Directiva sobre Televisión 89/522 de las Comunidades Europeas.

## **NORMAS DE EMISIÓN DE PUBLICIDAD POR TVE:**

"La publicidad a emitir por TVE, S.A., no deberá perjudicar a los menores y deberá respetar los siguientes criterios para su protección:

- a) no incitará directamente a los menores a la compra de un producto o a la contratación de un servicio, explotando su inexperiencia o su credibilidad, ni a persuadir a sus padres o a terceros para que lo hagan.
- b) No se explotará la especial confianza de los menores en sus padres, profesores y otras personal.
- c) No presentará a menores en situaciones peligrosas o susceptibles de inspirar actitudes violentas, injustas, insolidarias o antipedagógicas.

"Sin perjuicio de lo expuesto en la norma anterior, se aplicarán a la publicidad de juguetes las siguientes reglas:

- a) Se rechazará la relativa a juguetes que impliquen exaltación de belicismo o la violencia o que sean reproducción de armas. Asimismo de los que utilicen medios que puedan resultar peligrosos para los niños.
- b) Caso de que en el anuncio se realice una exhibición de juguetes en construcción, modelaje, pintura y similares, no se exagerarán las facilidades de su ejecución.
- c) En las demostraciones de usos de los juguetes quedará muy claro si se accionan de manera manual o mecánica, evitando a los niños cualquier confusión derivada de los efectos de animación de los anuncios.
- d) No se suscitará confusión entre los elementos que se vendan con los juguetes o separadamente del mismo.
- e) Cuando los juguetes estén destinados a edades específicas se expresará esta circunstancia con toda claridad.
- f) los juguetes deberán presentarse en el anuncio de modo que produzcan una impresión real de su tamaño.
- g) Los anunciantes acreditarán que los juguetes objeto del anuncio cumplen las normas establecidas sobre inocuidad.

Los niños no pueden ser los actores principales del anuncio, salvo en productos dedicados exclusiva o preferentemente a la infancia o de los que ésta sea beneficiaria, o que se refieran a la salud, higiene, ropa, literatura, alimentación, elementos deportivos, juegos educativos y juguetes infantiles.

Los niños actuarán y hablarán con naturalidad y no emitirán juicios o valoraciones impropias de su edad.