

Juguetes para el juego

en la sociedad del hiperconsumo

Los niños menos involucrados en la cultura del consumo son más sanos, un mayor involucramiento les provoca un deterioro en su estado psicológico (Juliet B. Schor)

“el juguete sólo es un instrumento, lo importante es el juego”



Juguetes para el juego

A. Los juguetes y el juego

La psicología infantil, desde Piaget hasta nuestros días, ha señalado la importancia del juego para el desarrollo integral de los niños. Muchos olvidamos que el juguete es una herramienta para el juego y que el juguete no es el juego. No basta con dar un juguete, hay que participar en el juego. Es sabido que la autoestima de los niños se fortalece, madura, cuando sus padres participan con ellos en el juego. Además, el juego entre los niños es la base de su desarrollo. El juego es una actividad esencial en el aprendizaje de los niños. El desarrollo y crecimiento de los niños es potenciado a través del juego.

No es fácil definir qué es un juguete ya que nosotros podemos convertir muchos objetos que no serían definidos en principio como juguetes, en una herramienta para el juego. Es el caso del libro de cuentos que al leerlo al niño pequeño podemos convertirlo en un juego de interacción y creación. Los niños tienden a aprenderse los diálogos del cuento y los pueden interpretar junto con el adulto, así que la lectura se convierte en un juego. Qué más puede promover el juego en sus expresiones de convivencia y desarrollo de habilidades físicas que la pelota y la cuerda.

En la sociedad de hiperconsumo, donde cada vez más ámbitos de la vida son comercializados, los juguetes no han sido la excepción. La mercantilización, generalmente, desvirtúa el sentido de las cosas. Así como la comida chatarra no alimenta y ha tendido a sustituir a las dietas tradicionales, contribuyendo a la epidemia global de obesidad, muchos de los juguetes que se publicitan

tienen un sentido contrario a estimular el juego, ¿qué puede estimular un muñeco de Elmo robotizado?, ¿qué puede estimular un videojuego violento en un niño que permanece absorto frente a una pantalla? Culturalmente, los niños han venido perdiendo la tradición y el conocimiento para saber jugar, para encontrarse, para desarrollar diversos juegos, para inventarlos. Lo más común es que busquen un estímulo externo que los ocupe.



El juguete se puede convertir en la primera mercancía de incorporación del menor a la sociedad de hiperconsumo. Los juguetes, como la mayoría de los artículos en esta era están inmersos en la carrera de la innovación efímera. Es decir, son la novedad del momento para de inmediato pasar de moda y ser desechados y sustituidos por otros más novedosos. De esta manera, se introduce a los pequeños en la insatisfacción permanente, en la ansiedad. Juliet B. Schor, que ha dedicado años al análisis del impacto del consumo en los niños, llega a la siguiente conclusión: "Los niños menos involucrados en la cultura del consumo son más sanos, un mayor involucramiento les provoca un

deterioro en su estado psicológico”. No se trata de mantener a los niños en un “castillo de la pureza”, se trata únicamente de no ser parte de esa inducción comercial y ofrecerles otras oportunidades. No se trata de angustiarse, sino de rescatar nuestra relación, nuestros encuentros y algo fundamental, nuestro juego.

En uno de los mejores estudios sobre la comercialización de juguetes y artículos para niños, Susana Gregoiry Thomas expone claramente el impacto de las Barbies en las niñas pequeñas, al modelar sus aspiraciones a ser adolescentes desde muy pequeñas, y adolescentes de cierto tipo de cuerpo, color de piel y sobretodo, realizadas a partir del consumo de una serie de artículos –los accesorios Barbie, desde vestidos hasta casas y automóviles. Un entrenamiento desde pequeños que se repite por todos los medios y en la mayor parte de los productos dirigidos a niños que los invaden por todos los medios. Tomemos por ejemplo el caso del hombre araña: película, disfraces, camisetas, cajas de lunch, pelotas, libros, cereales, dulces, refrescos, etc. El entrenamiento y sometimiento desde muy pequeños al dominio de las estrategias del mercado.

La mayor parte de los juguetes que se publicitan inducen a los niños al consumismo, la violencia y el aislamiento. Los padres no deben ser ingenuos, tienen la responsabilidad de elegir juguetes considerando sus impactos en la salud física y psicológica de los niños.

b. Criterios para distinguir el efecto de un juguete

El juguete, que anteriormente promovía el juego, el desarrollo y el encuentro, ha caído en las garras de la comercialización. Por esta razón, El Poder del Consumidor llama a los padres de familia a evaluar estos aspectos al momento de elegir juguetes para sus hijos:

1. Psicológicos

Evitar los juguetes que se promueven como inteligentes: se ha demostrado que los productos de la marca “Baby Einstein”, así como marcas similares, que se promueven como artículos que favorecen el desarrollo intelectual de los niños desde edades muy tempranas, están engañando a los consumidores. Ningún estudio ha convalidado lo que estas marcas afirman. Al contrario, se ha recomendado no usar videos para niños pequeños, señalando que éstos provocan un retardo en el desarrollo del lenguaje.

Evitar los juguetes vinculados a personajes: los niños están sometidos a agresivas campañas de publicidad que tienen como eje central los personajes creados en las películas de éxito del momento y en las series televisivas de moda.



Estos personajes son otorgados mediante licencias multimillonarias a grandes empresas fabricantes de juguetes, al mismo tiempo que se venden licencias para que estos personajes aparezcan en la publicidad y empaques de comida chatarra. El personaje se convierte en la motivación central para la compra de un juguete o la demanda de un alimento o bebida que nada bueno traerá a la salud del pequeño. Los publicistas saben que la manera de vincular a los niños a una marca es a través de personajes, invaden su entorno y crean un vínculo que puede durar toda la vida. Actualmente, los productores de películas infantiles de éxito obtienen

mayores beneficios económicos por la venta de licencias para juguetes y comida chatarra que por lo que entra en taquilla. La venta de cereales azucarados, una amenaza a los buenos hábitos de alimentación, se basa en publicidad con personajes animados propios o de licencias (hombre araña, Shrek, etc). Enganchar al niño con el personaje es engancharlo con una larga lista de productos, es entregarlo a las garras de la publicidad.

Evitar los juguetes que promueven estilos de vida ajenos y el consumismo: la publicidad de los juguetes está diseñada para incorporar a los niños a hábitos de consumo y que demanden los productos durante el mayor periodo de sus vidas. El mejor ejemplo es Barbie. Los especialistas señalan que el modelo promovido a través de Barbie –casas de ensueño, automóviles, vestidos y accesorios vendidos por separado– entrena a las niñas en la cultura del consumismo, convirtiendo el crecimiento en sinónimo de materialismo. El impacto de Barbie sobre la Generación X está siendo aprovechada por Mattel que recientemente sacó una línea de ropa



“Barbie Luxe” para adolescentes y mujeres entre los veinte y treinta años. Las implicaciones psicológicas, culturales, económicas e, incluso, ambientales, de introducir a una niña en estos modelos de consumo a través de un juguete, deben ser consideradas por los padres.

2. Seguridad

Evitar juguetes tóxicos y peligrosos: no adquirir productos elaborados con plástico que puedan llevarse a la boca y que no contengan la leyenda “libre de Ftalatos”. Esta sustancia, utilizada para reblandecer el PVC, se desprende y es cancerígena.

Evitar los juguetes con imanes: muchos juguetes se han diseñado con la incorporación de imanes pequeños, si se desprenden y son ingeridos pueden provocar, incluso, la muerte.

Evitar los juguetes que contengan partes pequeñas desprendibles: las partes pequeñas pueden ser ingeridas por los niños pequeños y esto ha sido identificado como causa de muerte. Mattel, la mayor empresa de juguetes del mundo, se vio obligada en 2007 a retirar 20 millones de juguetes del mercado, la mayor parte por contener piezas pequeñas. La corporación **Mattel** intentó engañar a la opinión pública argumentando que el retiro se debía a la presencia de plomo en la pintura de los juguetes, pero esto sólo ocurrió con 10% de los juguetes retirados, los demás tenían graves problemas de diseño.

3. Responsabilidad como consumidor

Una preocupación generalizada tiene un carácter ético: ¿en qué condiciones se producen los juguetes? La mayoría de los juguetes que encontramos en el mercado se producen en naciones asiáticas o en países donde los derechos laborales no son reconocidos o son permanentemente violados. Este año, se dieron a conocer las condiciones en que menores de edad elaboraban en China la última

versión del personaje de Elmo, trabajando hasta más de 12 horas diarias, sin pago de horas extras, sin días de descanso durante meses y con salarios bastante menores a los ya miserables salarios mínimos chinos. En este caso, como en muchos más, se ha comprobado que los trabajadores se enfrentan a riesgos de salud y seguridad.



Esta forma de producción en la que no existen derechos sindicales, donde existe el trabajo infantil y donde es permanente la discriminación por género, raza, edad, es algo común en los establecimientos. Todas estas condiciones son violatorias de los convenios internacionales de la Organización Internacional del Trabajo. Algunas de las grandes empresas de **marcas reconocidas** mundialmente se lavan las manos argumentando que ellas subcontratan a maquiladoras para que elaboren los productos y que las condiciones laborales que persistan al interior de esas factorías no son su responsabilidad.

C. Recomendaciones para elegir un juguete

EPC sugiere a los padres de familia hacerse las siguientes 6 preguntas cuando van a comprar un juguete:

- 1.- ¿Es seguro?
- 2.- ¿Ayuda a mi hijo a interactuar positivamente con los demás?
- 3.- ¿Promueve la armonía o la violencia?

- 4.- ¿Le permite desarrollar su creatividad o la limita?
- 5.- ¿Le da elementos para desarrollar su intelecto, su motricidad, su sociabilidad?
- 6.- Como consumidor preocupado por el impacto de su compra ¿la adquisición de este juguete está ayudando a otros niños a llevar una vida digna?, ¿está contribuyendo a mejorar la calidad de vida de quien lo elabora?, ¿contribuye al cuidado del medio ambiente?

Diversas organizaciones de consumidores en todo el mundo coincidimos en recomendar lo siguiente:

- Buscar juguetes elaborados de manera artesanal o en pequeñas empresas locales.
- Evitar los juguetes electrónicos que requieren el uso de pilas por su impacto contaminante.
- Además, el uso que hacen los niños de estos productos, generalmente, es muy breve.
- Buscar juguetes elaborados con materiales biodegradables.
- Evitar juguetes sexistas y bélicos.
- No fijarse en la marca, sino en el juguete.
- Buscar juguetes que promuevan la creatividad, el juego, la socialización, el desarrollo.

Recomendaciones de juguetes por edad: La siguiente es una lista de juguetes que la Academia Americana de Pediatría y otras instituciones recomiendan para los niños a edades específicas. Utilice estas recomendaciones al ir a comprar juguetes. Tenga en cuenta que estas son solamente recomendaciones. Todos los juguetes pueden ser peligrosos si no se usan apropiadamente o si no están en buenas condiciones. Los padres deberán comprobar que los juguetes estén etiquetados correctamente y siempre deberán supervisar a los niños pequeños.

Bebés recién nacidos a 1 año de edad. Seleccione juguetes de colores, de peso ligero, que le sean atractivos a la visión, el tacto y el oído de su bebé.

- Libros de tela, plástico o cartón con dibujos grandes
- Bloques grandes de madera o plástico
- Ollas y sartenes

- Sonajeros o maracas
- Animales, muñecas o pelotas suaves y lavables
- Objetos brillantes, móviles que estén fuera del alcance del bebé
- Tableros de jugar para bebés
- Juguetes flotantes para la bañera
- Juguetes oprimibles

Niños que están aprendiendo a andar, de 1 a 2 años de edad. Los juguetes para estos niños deben ser seguros y poder resistir la naturaleza curiosa de estos niños.

- Libros de tela, plástico o cartón con dibujos grandes
- Muñecos sólidos y resistentes
- Coches de juguete
- Trompos musicales
- Bloques de formas geométricas para empalmar o apilar
- Juguetes de empujar y tirar (sin hilos largos)
- Juguetes apilables
- Teléfonos de juguete (sin cordones)

Niños de edad preescolar, de 2 a 5 años de edad.

Los juguetes para este tipo de niños pueden ser creativos o pueden imitar las actividades de los padres y los niños mayores.

- Libros (historias cortas o historias de acción)
- Pizarras y tizas
- Bloques de armar
- Lápices de colores, pinturas no tóxicas para los dedos, barro, plastilina, etc.
- Martillos y mesas de trabajo
- Juguetes de limpieza para la casa
- Juguetes para el exterior: cubos areneros (con tapa), resbaladillas o toboganes, columpios, casas de juego, etc.
- Juguetes de transporte (triciclos, coches, vagonetas)
- Reproductores de música (tocacintas o cassettes, tocadiscos, discos compactos)
- Rompecabezas simples con piezas grandes
- Ropa para disfrazarse
- Utensilios para jugar al té

Niños de 5 a 9 años de edad. Los juguetes para este tipo de niños deberán ayudar a que desarrollen nuevas aptitudes y creatividad.

- Tijeras sin filo, juegos de costura
- Juegos de cartas
- Juegos de médicos y enfermeros
- Títeres
- Pelotas
- Bicicletas (con casco)
- Juguetes para manualidades
- Trenes eléctricos
- Muñecas de papel
- Cuerdas de saltar
- Patines con equipo de protección
- Equipo deportivo
- Juegos de mesa

Niños de 10 a 14 años de edad. Las actividades de pasatiempo y las actividades científicas son ideales para esta edad.

- Juegos de ordenador (creativos, educativos, limitando el tiempo del niño en el ordenador)
- Equipos de costura, tejido, trabajo de punto (sin distinción de sexo)
- Microscopios, telescopios
- Juegos de mesa y juegos de tablero
- Equipo deportivo
- Colecciones y pasatiempos

La selección de un juguete puede parecer compleja pero entendiendo ciertos principios generales, no lo es. Es importante que no la hagamos a la ligera, entendamos que un juguete transmite valores y busquemos aquellos que promueven el juego con otros, el compartir, el conocimiento, las habilidades físicas, el amor por el arte y la naturaleza, el apoyo mutuo.

Lo más común es encontrar este tipo de juegos y juguetes en pequeñas tiendas más que en grandes centros comerciales. Y hay que recordar que: **a)** el juguete no es el juego, **b)** lo importante es el juego y **c)** nosotros podemos inventar las herramientas para el juego, es decir, los juguetes.



EL PODER DEL CONSUMIDOR

Si deseas recibir este tipo de información suscríbete gratuitamente en www.elpoderdelconsumidor.org
El Poder del Consumidor A.C. (EPC) es una organización civil, independiente de partidos políticos, empresas y grupos religiosos. Su objetivo es la defensa de los derechos de los consumidores y la promoción de sus responsabilidades. EPC es miembro de Consumers International, del Consejo Consultivo para el Consumo de la Procuraduría Federal del Consumidor, del Consejo latinoamericano y del Caribe de Organizaciones de Consumidores y de la Red por los Derechos de la Infancia. Para mayor información consultar www.elpoderdelconsumidor.org.

