



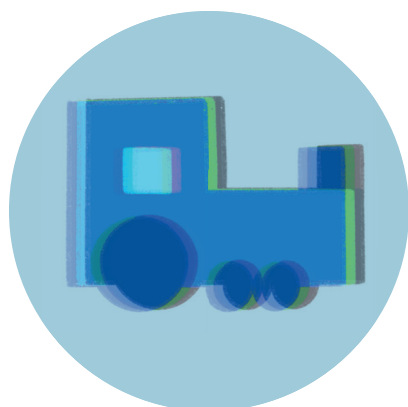
Universidad del Desarrollo

**Percepciones y Paletas cromáticas:
analizando estereotipos de género
en juguetes infantiles**

Camila Herrera Montaldo
Tesina presentada a la Facultad de Diseño
de la Universidad del Desarrollo para
optar al Título Profesional de Diseñador
Gráfico.

Profesores guía: Sra. Catalina Cortés y Sra.
Úrsula Bravo

Santiago, Diciembre de 2023



Motivación

Desde que tengo memoria existió en mí, un gran interés por el color, lo considero un potente elemento de comunicación y expresión, además un factor importante en nuestras vidas. Luego estudiando la carrera, me fui por la mención gráfica y comencé a ser ayudante de semiótica de la visualidad y composición y color y encontré mi mundo. Es desde ahí que vino la motivación de querer abordar alguna problemática que existiera relacionada con los colores. Luego de una larga búsqueda encontré una problemática que me parece muy interesante de abordar, y relevante para los tiempos actuales.

Agradecimientos

Quiero agradecer a mis amigas por toda la contención y apoyo y por la constante ayuda. A mi familia y quienes han estado conmigo en este importante año, sobre todo a Gladys y Simón quienes participaron constantemente en el proceso. Finalmente agradecer a mis profesoras guía, por los consejos, ideas, y conocimiento que me entregaron para lograr mis objetivos.

01

Introducción

a) Formulación del problema	16
b) Objetivos	18
c) Justificación	19

02

Marco teórico

2.1 Color	24
2.2 Infancia y desarrollo	27
2.3 Juguetes y juego	30
2.4 Relación diseño y tema estudiado	32

03

Metodología

3.1 Enfoque de la investigación	74
3.2 Métodos y técnicas de recolección	76

04 Desarrollo de la investigación

4.1 Mapeo cromático	86
4.2 Cuestionario guiado	94
4.3 Análisis	107

05 Conclusiones

5.1 Conclusiones generales	130
5.2 Implementación	131

06 Referencias

136

6.1 Referencias bibliográficas	
6.2 Referencias de imágenes	
6.3 Anexos	

Resumen

En el ámbito de los juguetes, persiste la presencia de productos y publicidades dirigidos de manera diferenciada a niños y niñas, ideas como que el color rosado es para niñas y el azul para niños influyen en la consolidación de estereotipos de género desde la infancia. Debido a eso surgieron tres interrogantes: ¿Los colores de los juguetes se vinculan a estereotipos de género? Para responder, se realizó un estudio de literatura y mapeos cromáticos de los juguetes, específicamente en los de rol, analizando los colores. ¿Existe una paleta de color asociada a ciertos géneros según la categoría del juguete? Se resolvió mediante la creación de paletas de color a partir de los mapeos cromáticos anteriores y cuestionarios guiados con dos grupos (niños-niñas y adultos). De aquí surge la tercera interrogante ¿Cómo varía la percepción de niños y adultos respecto a las paletas de

juguetes de rol? Para eso, se trabajó con las mismas paletas obtenidas anteriormente para una segunda parte del cuestionario, buscando comprender percepciones de ambos grupos. Luego, se analizaron las percepciones obtenidas respecto al color y cómo estas se vinculan a estereotipos de género. Los resultados mostraron asociaciones a estereotipos en el grupo adulto, mientras que en los niños aún no se evidencian estereotipos en gran medida. La investigación valida la presencia de estereotipos de género a través de los colores de los juguetes infantiles y destaca que las asociaciones a ellos se van adquiriendo a lo largo de la vida, y es acá donde el rol de los adultos así como de los juguetes es importante.

Palabras Clave: Juguetes infantiles de rol - Color - Estereotipos de género - Percepciones

Abstract

In the field of toys, the presence of products and advertisements aimed at boys and girls in a differentiated manner persists, ideas such as the color pink is for girls and blue for boys influence the consolidation of gender stereotypes from childhood. As a result, three questions arose: Are the colors of toys linked to gender stereotypes? To answer this question, a literature study and chromatic mappings of toys were carried out, specifically in role-playing toys, analyzing the colors. Is there a color palette associated with certain genders according to the category of the toy? This was solved by creating color palettes from the previous chromatic mappings and guided questionnaires with two groups (children and adults). From this, the third question arises: How does the perception of children and adults vary with respect to the palettes of role-playing toys? For this, we worked with the same

palettes obtained previously for a second part of the questionnaire, seeking to understand the perceptions of both groups. Then, we analyzed the perceptions obtained regarding color and how these are linked to gender stereotypes. The results showed associations to stereotypes in the adult group, while in the children stereotypes are not yet evident to a great extent. The research validates the presence of gender stereotypes through the colors of children's toys and highlights that associations to them are acquired over time.

Keywords: Children's role-playing toys - Color - Gender stereotypes - Perceptions.





1. Introducción

- A) Formulación del problema
- B) Objetivos
- C) Justificación

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, los juguetes desempeñan un papel fundamental en el desarrollo de los niños, ya que no solo son una fuente de entretenimiento, sino que también contribuyen al desarrollo de diversas habilidades y preparan a los más pequeños para enfrentar situaciones futuras. Sin embargo, en el mundo de los juguetes todavía persiste una marcada diferenciación entre los productos dirigidos a un género en particular. Los juguetes y el juego de los niños se modifican en función de cómo cambia la sociedad. Así, cuanto mayor es el grado de igualdad social, mayor es el compromiso de familias y educadores por reforzar la adquisición de juegos didácticos y educativos para ambos sexos (Hinojal, 2021). En Chile, aún hay una gran diferencia respecto a este tema. Por esta razón, se ha decidido llevar a cabo una investigación que estudia los colores presentes en diferentes juguetes de rol del retail, específicamente las grandes

tiendas (París, Falabella y Ripley) con el principal objetivo de identificar la posible influencia del color en etiquetas de género y, a su vez, entender las percepciones de las personas respecto al color y asociaciones a ciertos géneros en el contexto chileno. El diseño no solo se limita a la apariencia estética de los juguetes, sino que también abarca aspectos como la temática, la funcionalidad y la interacción que estos ofrecen. Al comprender cómo los colores presentes en los juguetes pueden transmitir mensajes de género, se abre la posibilidad de crear alternativas más inclusivas y libres de estereotipos.

Debido a lo anterior, se llevó a cabo un proceso de investigación que involucró el análisis detallado de los juguetes de rol existentes en el mercado del retail chileno, prestando especial atención a los colores presentes en su diseño. Para eso se realizó un mapeo cromático de diferentes categorías de juguetes de rol para obtener una paleta de colores

por categoría y así poder analizarla. A partir de los hallazgos, se formaron dos grupos, uno de niños y niñas y otro de adultos, para entender las percepciones que tienen respecto al color, y así buscar la relación de esas percepciones con estereotipos de género. El resultado de este proceso permitió identificar las asociaciones y percepciones de ambos grupos de estudio (niños-niñas, adultos) con respecto a los colores extraídos de los juguetes de rol. De esta manera, se podrá determinar la relación entre el color y la consolidación de estereotipos de género en juguetes infantiles.

En resumen, esta investigación busca entender percepciones del color y cómo estas se relacionan a posibles estereotipos de género presentes en los

juguetes infantiles, al analizar el color de los juguetes de rol en el retail chileno y contrastarlos con las percepciones de los niños y niñas y adultos. Se busca comprender el tema estudiado y que cada niño y niña desarrolle sus intereses y habilidades de manera plena y sin restricciones.

A) FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El juego y los juguetes son elementos fundamentales en el desarrollo infantil, proporcionando a niñas y niños herramientas para explorar, crear, relacionarse, expresarse y compartir experiencias. Además de su función recreativa, los juegos y juguetes desempeñan un papel crucial en la transmisión de ideas, valores sociales, y en la modelación de comportamientos y expectativas. En cuanto a los juguetes infantiles de rol, principalmente en el retail chileno, la elección de colores ha estado vinculada en muchos casos a estereotipos de género, asignando ciertos juguetes a un género específico, excluyendo al otro, por consiguiente, afectando las elecciones y el desarrollo íntegro de los niños y niñas.

Por lo tanto, esta investigación, se basa particularmente, en el ámbito de los juguetes de rol, donde la asignación tradicional de ciertos colores a ciertos roles en juguetes, ha perpetuado la idea de colores “para niñas” y “para niños”, así como también, juguetes “para niñas” y juguetes “para niños” (Carretero Sáez, 2011). Cabe destacar que el enfoque de la investigación no pretende hacer juicios respecto al tema, sino más bien, mostrar un fenómeno ocurrente. En este contexto, surge la interrogante sobre la influencia del color en la formación de estereotipos de género a través de los juguetes infantiles de rol, por lo que se plantea estudiar las percepciones y asociaciones de las personas respecto al color de los

juguetes infantiles de rol, en relación a posibles estereotipos de género mediante encuestas y cuestionarios guiados, semiestructurados. En la investigación, realizada en diseño busco entender el problema planteado desde la perspectiva de lo que las personas asocian y perciben lo que permitirá comprender el fenómeno ocurrente desde los niños como adultos y saber que perciben o asocian respecto a los colores de los juguetes infantiles de rol y si esas asociaciones están o no conectadas a estereotipos de género.

Preguntas

1. ¿Los colores de los juguetes de rol se asocian a estereotipos de género?
2. ¿Existe una paleta de color asociada a ciertos géneros de acuerdo a su categoría de juguete?
3. ¿Cómo varía la percepción de los niños y de los adultos respecto de las paletas de las categorías?

B) OBJETIVOS

Específico 1: Analizar el color de los juguetes infantiles del retail chileno existentes.

Específico 2: Identificar la asociación entre colores y género en juguetes infantiles

Específico 3: Visualizar los resultados de la investigación

General: Determinar la relación entre el color y la consolidación de estereotipos de género en juguetes infantiles

C) JUSTIFICACIÓN

Esta investigación en diseño, busca estudiar los colores de los juguetes de rol y su relación con los estereotipos de género, mediante el análisis de las percepciones y asociaciones que tienen las personas respecto a esos colores. Esta investigación tiene gran relevancia en cuánto a temas relacionados al desarrollo de los niños y niñas, para lograr que tengan libertad de elección en cuánto a sus juguetes e intereses sin ser juzgados por elegir algo que no va acorde a lo que se espera de ellos según su género.

Por otro lado, en Chile el retail ha generado una industria de relevancia económica para el país (aproximadamente 20% del PIB chileno) y es dónde la mayoría de los chilenos

compran sus juguetes (La Tercera, 2019), por lo que me parece interesante abordar el tema desde los juguetes vendidos en las grandes tiendas, donde los juguetes más vendidos, por lejos, son los autos de juguete. En 2018 representaron el 20% del total, seguidos de cerca por las muñecas, con un 14,1%, según datos de GFK. Ambos, pertenecientes a categorías relacionadas a juegos de rol. Finalmente, estudiar un fenómeno tan vigente, me parece relevante ya que comenzamos a comprender problemáticas de las generaciones actuales permitiéndonos reflexionar sobre nuestros valores con algo tan presente en nuestras vidas, como lo son los juguetes.



2. Marco teórico

2.1 Color

2.2 Infancia y desarrollo

2.3 Juguetes y juego

2.4 Relación del diseño y tema estudiado

2.1 Color

Comúnmente, se denomina teoría del color a las reglas básicas necesarias para mezclar colores, lograr algunos efectos, combinar colores lumínicos o pigmentos, y también comprender de mejor forma cómo manejar el color (Comuniza, 2022).

Durante la historia, la teoría del color ha ido variando entre materias, desde el arte, diseño gráfico, fotografía, imprenta, etc, así como también diferentes expertos han ido expresando diferentes opiniones al respecto (Comuniza, 2022). Podemos decir que Isaac Newton fue de los pioneros en abordar este tema, de ahí que se conoce el disco de Newton, una rueda con varios colores, que al girarla rápidamente da el color blanco, sin embargo, sus estudios

estaban enfocados en un área científica que ha sufrido muchos cambios desde entonces.

Aparecen diferentes estudios sobre este tema luego de Isaac Newton y me gustaría comenzar con Goethe (1810), para este hombre, el color tenía un efecto sensible-moral, donde la percepción humana era una gran rama dentro de sus estudios, otorgándoles una significación simbólica y no solamente científica. Algo que se relaciona de mejor forma a la investigación. Goethe habla incluso de una teoría de las polaridades, donde explica que las polaridades del color (luz-oscuridad) se relacionan de manera dinámica, y según eso es que se producen diferentes percepciones en las personas (Calvo, s/f).

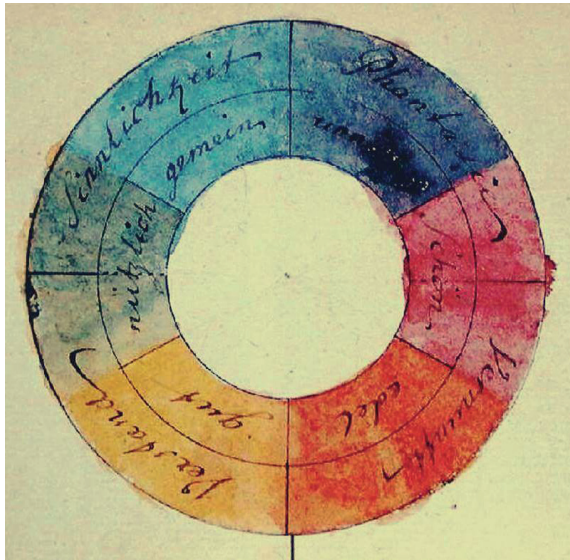
Además, Goethe, formuló una de las primeras ruedas cromáticas, con 6 colores para explicar su relación donde además de explicar las relaciones intrínsecas de los colores, explicará su simbología. Su círculo responde a las ruedas tradicionales creadas anteriormente, pero esta vez con algunos cambios.

Donde no realiza una selección explícita en su teoría respecto a la simbología, pero queda proyectada ya que lo abordó en diferentes ocasiones de forma abstracta, y en relación a su círculo cromático (Calvo, s/f).

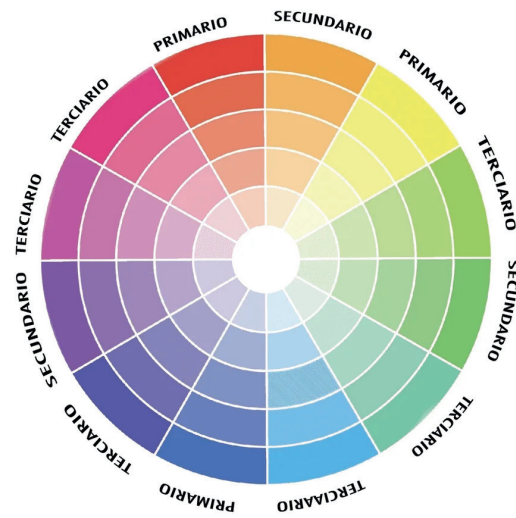
Por otro lado, existen otros expertos importantes que abordan la teoría del color, un poco más actuales, como Joseph Albers, profesor Bauhaus y

de la Universidad de Yale en Estados Unidos, que aborda la investigación de Goethe en su libro "la interacción del color", agregando nuevos principios, pero siempre dándole importancia a la experimentación, al uso del color y a la práctica, teniendo en cuenta solamente la percepción visual y reformulando la rueda de 6 colores de Goethe.

Para Albers, existe la relatividad respecto a la sensación cromática, donde el contexto, la luminosidad, el objeto y el observador actúan como diferentes estímulos que pueden alterar la percepción visual que tenemos sobre el color. Es por eso, que buscaba entrenar y afinar la sensibilidad de sus estudiantes para estudiar el color (Caivano, 2020).



IMÁGEN 3 RUEDA GOETHE



IMÁGEN 4 RUEDA CROMÁTICA

El círculo cromático que conocemos hoy viene de todos estos cambios mencionados, y funciona a través de los tres colores primarios (cian, magenta y amarillo), luego vienen los secundarios (verde, morado y naranja), y luego los colores terciarios que son la mezcla entre un primario y un complementario. Bajo esta misma lógica funciona lo que viene a continuación respecto a los modelos de la teoría del color actuales (Círculo cromático : Qué es la rueda cromática y cómo utilizarla, s/f).

Existen dos modelos de la teoría del color, uno llamado modelo aditivo y otro llamado modelo sustractivo. El primero, aplica a objetos digitales, lo que conocemos como RGB, que funciona con ondas de luz y que con la

combinación de los colores base verde azul y rojo, se producen otros, y el segundo a lo que llamamos pigmento, que se utiliza, para todo el material físico, tangible, ya sea material impreso, pinturas, y diferentes tintes existentes, que a partir de cian, amarillo y magenta se logra el espectro de colores que ya conocemos

(Teoría del color, 2022).

En resumen, la teoría del color viene siendo estudiada desde hace muchos años, y ha sido replanteada por diferentes expertos a lo largo de la historia, llegando a lo que conocemos hoy como rueda o círculo cromático que nos ayuda a comprender de mejor manera el color y así poder utilizarlo a nuestro beneficio.

B) SICOLOGÍA DEL COLOR

El color desempeña un importante rol respecto a nuestras emociones, sentidos, ideas, formas de expresarnos, etc. Es un elemento que habla muchas veces de nuestro mundo interno, donde por ejemplo, al vestir de negro, quizás estamos inconcientemente buscando no querer llamar la atención (Martínez Callejas, s/f).

El ser humano se ve influenciado por el color, al cual la humanidad le ha atribuido significados que van más allá de su aspecto superficial. Los efectos del color abarcan aspectos fisiológicos y psicológicos, teniendo la capacidad de generar impresiones y sensaciones de considerable importancia. Cada color posee una vibración específica en nuestra visión, lo que repercute

directamente en nuestra percepción (Psicología del color, s/f). El color tiene la capacidad de generar estímulos positivos o negativos, puede evocar sentimientos de alegría o tristeza. Además, ciertos colores pueden inducir actitudes activas o, por el contrario, pasivas. A través de los colores, se pueden influenciar sensaciones térmicas, creando la impresión de frío o calor, y también pueden contribuir a generar percepciones de orden o desorden (Psicología del color, s/f).

Un ejemplo claro de esto es el experimento del científico Alexander Schauss en 1979, que persuadió a una institución correccional de la Armada de los Estados Unidos para que aplicara pintura rosada en algunas de sus celdas.

Su teoría, basada en investigaciones previas, sostenía que el color rosado podría tener un impacto positivo en el comportamiento de los reclusos, ayudando a reducir su agresividad, produciendo calma.

Los resultados obtenidos indicaron que su hipótesis era correcta. Un informe elaborado por la Oficina de Personal Naval señaló que los prisioneros sólo requerían 15 minutos de estar expuestos a la celda rosa para experimentar una disminución en su conducta agresiva y su potencial de violencia. El color rosado utilizado, oficialmente designado como P-618 pero apodado por Schauss como rosa Baker-Miller en reconocimiento a los directores del centro de detención naval donde se

implementó inicialmente, ha recibido varios nombres en diferentes contextos, desde “rosa tanque de borracho” hasta “rosa refrescante” Sin embargo, este estudio en la actualidad no se ha replicado nuevamente con éxito (Ellwood, 2022).

Según Eva Heller, en su libro psicología del color, los colores producen un efecto en los demás, esto avalado por un estudio que hizo sobre las percepciones de los colores de diferentes personas. Los resultados de su estudio, reflejan que los sentimientos y asociaciones de las personas respecto al color, son bastante universales, y tienen mucho que ver con experiencias de nuestra infancia, enraizadas en nuestra mente inconscientemente (Heller, 2000).

También explica que los colores muchas veces producen diferentes sentimientos que incluso pueden llegar a ser contrarios, donde un mismo verde lo podemos asociar a saludable como a venenoso. Esto se debe al acorde cromático de cada color (proporciones que los componen). Además, el contexto en el que se relaciona un color, también es un detonante de cómo será percibido. Siguiendo los estudios de Eva Heller, ella explica que el efecto de un color está determinado por su contexto, ya que un mismo color, será visto de manera diferente en vestuario, un objeto o en una habitación. Y eso se suma al contexto cultural donde el significado que le otorgamos a un color puede ser influenciado por el lugar en

el que vivimos, donde un mismo color puede significar cosas completamente opuestas (Heller, 2000).

Por otro lado, existen varios códigos visuales que se fundamentan en asignar significados específicos a cada color. Por ejemplo, en el tráfico, el rojo representa peligro o prohibición, el amarillo indica precaución, y el verde se utiliza para permitir la circulación, como se observa en semáforos y señales. Todos estos “códigos” también afectan en nuestras asociaciones al color y psicológicamente los relacionamos con este tipo de situaciones (Psicología del color, s/f).

C) PERCEPCIÓN DEL COLOR

En la parte posterior del ojo, se encuentran millones de células especializadas encargadas de detectar las longitudes de onda provenientes del entorno. Estas células, principalmente los conos y los bastones, captan los diversos componentes del espectro de luz solar y los convierten en impulsos eléctricos. Estos impulsos son posteriormente transmitidos al cerebro a través de los nervios ópticos. La responsabilidad de hacer consciente la percepción del color recae en el cerebro, específicamente en la corteza visual ubicada en el lóbulo occipital. La percepción del color se atribuye a los conos, y se postula la existencia de tres tipos de conos, cada uno sensible a los colores rojo, verde

y azul, respectivamente. Debido a su conexión con las terminaciones nerviosas que se dirigen al cerebro, los conos desempeñan un papel crucial en la definición espacial. Por otro lado, los bastoncitos tienen mayor sensibilidad a la intensidad luminosa en comparación con los conos, por lo que contribuyen especialmente en términos de brillo y tono. Asimismo, desempeñan un papel fundamental en la visión nocturna. Tanto los colores cálidos como los fríos reciben sus nombres según su posición en el espectro electromagnético, donde los cálidos corresponden a ondas más largas y los fríos a ondas más cortas. Las sensaciones experimentadas por el observador se relacionan con asociaciones térmicas, siendo los amarillos, rojos y



IMÁGEN 4 PERCEPCIÓN DEL COLOR

sus tonalidades afines asociados con conceptos de sol, calor y fuego, mientras que los azules, verdes y muchos violetas evocan frescura, profundidad, humedad, agua y hielo (Psicología del color, s/f). Los colores cálidos generan una sensación de expansión y destacan cuando contrastan con otros, pareciendo avanzar hacia el observador. En cambio, los colores fríos absorben la luz, tienen un efecto entrante y dan la impresión de alejamiento. La intensidad de la salida o la retracción de un color está relacionada con su tonalidad; los colores más rojos o amarillos tienden a destacarse y llamar la atención, mientras que los azules dan la impresión de retroceder y distanciarse. Sin embargo, la percepción de un color como frío o cálido puede variar

dependiendo de la proporción de otros colores presentes en su mezcla, así como de la interacción con los colores del entorno (Psicología del color, s/f). Cada vez que se recibe un mensaje, se está interpretando la transmisión de un conjunto organizado de datos e información. Este conjunto se asocia de inmediato con significados, situaciones, circunstancias o conocimientos específicos, lo que conduce a la emisión de una respuesta, con el color, pasa exactamente lo mismo, todos los seres humanos lo percibimos según nuestro entorno, edad, creencias, capacidad de visión, entre otros, y según eso, le otorgamos diferentes significados (Diez, 2012).

C) COLOR Y DECISIONES DE COMPRA

El color constituye una porción del espectro lumínico y, en última instancia, se manifiesta como energía vibratoria. La manera en que esta energía afecta al ser humano varía según su longitud de onda, es decir, el color específico, generando diversas sensaciones que, por lo general, no somos plenamente conscientes (Cuervo Díez, 2012).

Los artistas y profesionales en campos como el diseño, la decoración y la publicidad son conscientes del lenguaje del color, un medio atractivo que actúa sobre el observador, ya sea de manera consciente o subconsciente. Estas características del color son explotadas por estos profesionales en la elaboración de sus productos (Psicología del color, s/f).

“No es una exageración decir que la gente no sólo compra el producto por se, sino también por los colores que lo acompañan. El color penetra en la psique del consumidor y puede convertirse en un estímulo directo para la venta”, escribe el publicista Luc Dupont en su libro 1001 trucos publicitarios (Cuervo Díez, 2012). La relevancia del color es innegable. Los anuncios exhiben de manera evidente los impactos funcionales, emocionales y estéticos de los colores, captando la atención, expresando significado y evocando emociones. Además de impresionar y comunicar, los colores en la publicidad también poseen un valor como signos. El color es la primera impresión visual y es lo que permanece en la memoria

de manera más destacada. La luz atraviesa diferentes regiones cerebrales, descomponiéndose en la parte posterior antes de ser procesada en otra área que maneja la información. Este trayecto tiene un impacto evidente en el estado emocional del individuo. Los valores cromáticos pueden influir en el ánimo, generando estímulos, ilusiones, fantasías o tristeza (Cuervo Díez, 2012). Según lo anterior, podemos deducir, que el color, es un importante influyente en las personas.

Un claro ejemplo de esto, podría ser un avión negro, o de una botella de agua color café, creo que nadie querría tomar ninguna de las dos opciones mencionadas. Posiblemente, porque un avión de color negro evoca luto y

muerte, lo cual no resulta apropiado para un viaje en avión. Del mismo modo, un envase con tonalidades similares al barro nos sugeriría que el agua está contaminada. Aunque estos son ejemplos extremos, ilustran cómo los colores alteran nuestras percepciones y afectan nuestras decisiones. Los profesionales del marketing son conscientes de esto y emplean conscientemente estos efectos para dirigir nuestras elecciones de compra (Cuervo Díez, 2012).

Esto se puede relacionar a que el color si es femenino puede afectar en que alguien decida o no comprarlo, en el caso de un niño o viceversa.

2.2 Infancia y desarrollo

Cada niño es un mundo como se dice comúnmente, y es por eso que no todos los niños se desenvuelven y desarrollan de la misma manera, lo que es fácil para un niño, puede resultar muy difícil para otro. Sin embargo, aunque todos tienen sus procesos hay ciertos puntos en que se encuentran. Para un óptimo desarrollo, todos los niños deben tener ciertos aspectos equilibrados. Todos necesitan un ambiente sano, un contexto que lo sustente, que lo oriente de la mejor manera posible, etc. Pero no todos los niños se desarrollan en un contexto ideal.

Dentro de cada proceso de desarrollo de los niños, es en la infancia la etapa en que más influirá a futuro a los niños, es acá dónde los niños construyen en

cierta forma, lo que será de ellos. Según UNICEF, la infancia es un periodo crucial del desarrollo que establece las bases para el bienestar futuro, el aprendizaje y la participación de las niñas y niños (Desarrollo de la primera infancia, s/f-b). En cuánto, al desarrollo podemos definirlo como los cambios de comportamiento provocados por el contexto y determinados por una sociedad o cultura, dónde las conductas pueden ser intervenidas, pero en la mayoría de las ocasiones no es fácil, por lo que para la optimización del desarrollo es preferible la prevención antes que la intervención (Historia y conceptos de la psicología del desarrollo., s. f.). Para el desarrollo de los niños, el juego es necesario y fundamental,

ya que es una herramienta que les permite experimentar, desarrollando habilidades motoras, emocionales, destrezas cognitivas, etc. Es a través del juego que los niños en gran medida, se desenvuelven y desarrollan. La niñez, es una etapa que implica muchos cambios en las vidas de los niños. Es cuándo comienzan a explorar otras áreas, conocer otros niños, ir al colegio, etc. Es por esos cambios que es fundamental que los niños se desarrollen en un ambiente sano y seguro, dónde puedan estimular todos sus sentidos e investigar la mayor cantidad de áreas. Es la etapa en que están forjando su personalidad por lo que es relevante incrementar la confianza en ellos mismos. Esa confianza se puede estimular de muchas

maneras y una de ellas es mediante sus juguetes y el juego.

También, hay ciertos factores que influyen en los niños, en este caso, respecto a sus esquemas mentales sobre los estereotipos de los juguetes, los que más influyen en ellos son:

- 1.Familia: es su entorno más cercano y en el que pasan mayor parte del tiempo junto al colegio. Es por eso que es desde aquí donde es importante educar primero.

- 2.Escuela o colegio: Es un lugar en que los niños pasan mucho tiempo y en donde se relacionan en todo sentido con otros niños y niñas, por lo que es un factor influyente en sus actitudes y en cómo mira el mundo que lo rodea. Es acá dónde probablemente

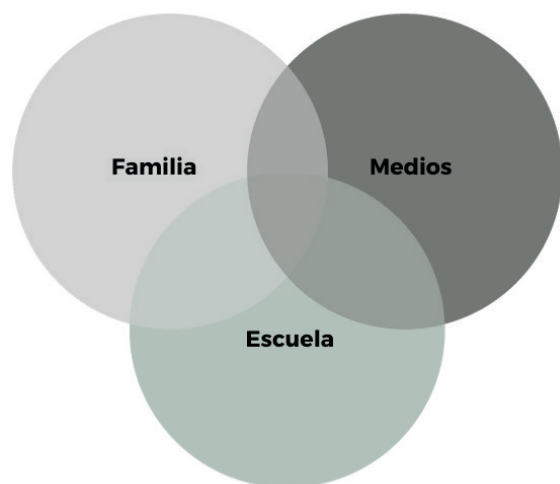
encontrará a sus amigos, dónde tendrá que aprender actitudes y valores para poder relacionarse, como por ejemplo, la flexibilidad, ya que tendrá que hacer cosas que tal vez no quiere, pero debe, entre muchas otras cosas que aprenderá en un contexto que es fuera de su hogar.

3. Medios de comunicación: Cada día que pasa, la tecnología avanza más y más, y es así como hoy en día es inimaginable pensar en un niño sin tecnología. Los niños de hoy consumen información constantemente a través de celulares, ipads, computadores, etc, y es muy difícil controlar toda la información que ellos ven. La influencia que tiene la tecnología para los niños es enorme, y así como antes uno veía revistas y catálogos de juguetes en ellas, ahora

los niños consumen propagandas por medio de anuncios que ven en internet. De ahí, la importancia para que estos medios transmitan cosas sanas y buenas para los niños (Zapata, 2012).

De ahí, como dice María Montessori que los niños son como esponja y absorben de una manera muy rápida lo que consumen, por lo que hay que sacar provecho a eso y entregarles lo mejor posible, teniendo en cuenta que sean cosas sanas y óptimas para su correcto desarrollo. Es importante ofrecerle a los niños actividades que les ayuden a sentar las bases correctas (María Montessori y su pedagogía, 2023). Según un estudio hecho en Chile, los estereotipos de género afectan incluso en los comportamientos académicos. Esto se

basa en un estudio de Steele y Aronson (1995) que plantea que en situaciones que se presentan estereotipos de género de manera negativa, los niños y niñas afectados actuarán según lo que se espera de ellos y no por sus intereses o vocaciones (Del río et al., 2016)



IMÁGEN 5 ELABORACIÓN PROPIA

A) COLOR EN LA INFANCIA

Los colores aparecen desde que un niño o niña nace, es desde ahí que comienzan a ver el mundo en diferentes colores y a medida que van creciendo, van teniendo ciertas preferencias a ciertos colores que otros.

Como hemos visto anteriormente, los colores tienen diferentes significados, y el efecto que tienen los colores en cada uno, dependen de factores como el contexto en el que vivimos. Según eso, también podemos decir que hay causantes que influyen en las preferencias de los niños, estas causantes están en su entorno y pueden ser desde publicidades, hasta personas que los rodean (González, 2017).

Con el paso de los años, se ha notado que los niños usan el color según sus gustos, intereses, su personalidad o su estado de ánimo, donde por lo general suelen irse por colores llamativos o brillantes, sin embargo, hay veces que los vemos usar colores oscuros, donde eso en varias ocasiones se debe a efectos

prácticos (simplemente quieren hacer una sombra) o en otras ocasiones se debe a su estado de ánimo momentáneo (Martínez Callejas, s/f).

Por otro lado, en las preferencias de color que tienen los niños y las niñas, hay casos que pueden notarse ciertos sesgos de estereotipos de género, responsables de la diferencia entre colores para “niñas” y colores para “niños” mientras que otros colores simplemente son neutros. Esto se debe principalmente por la información que reciben los niños, donde muchas veces vienen cargadas con esos tipos de diferencias (González, 2017).



B) ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN LA INFANCIA

Según las Naciones Unidas, los estereotipos de género son ideas preconcebidas sobre los papeles o roles que deberían desempeñar las personas según su género, como por ejemplo, una mujer debe cocinar mientras que el hombre debe ir a trabajar. El problema está cuando estos estereotipos limitan las capacidades para desarrollarse en las áreas de interés de cada uno, limitando muchas veces su toma de decisiones (Unidas, s/f). Siguiendo esa idea, las limitaciones por estereotipos de género, están afectando directamente a los niños y niñas. Se les limita la oportunidad de elegir, explorar, y conocer sus gustos y por tanto a ellos mismos. Se les está enseñando que hay ciertas cosas que son para niñas y otras que son para niños, y es por eso que terminan aprendiendo ciertas conductas que diferencian a niños de niñas y viceversa. Esto trae consigo un gran problema y es que se están adoptando ciertas creencias donde el niño por ejemplo

crea que no puede jugar a cocinar, ya que las cosas de casa, vienen diseñadas con elementos socialmente propuestos como femeninos, negándole a futuro pensar que el puede desenvolverse en esas áreas (Lumbreras, 2013). Cuando el adulto compra o elige un juguete para un niño, lo primero que tiene presente y se pregunta, es el sexo del niño y su edad, basándose en esto se toma la decisión principalmente, y luego también por su funcionalidad, estética, precio, etc (del Carmen Martínez Reina, 2005). A veces, esto puede llevar a no promover en las niñas ciertos tipos de juguetes, como juegos de acción, estrategia o aventura, así como juguetes como autos, herramientas relacionadas con ciertos oficios y profesiones, etc., puesto que no solemos regalárselos. Este enfoque puede implicar que ciertos juegos que podrían proporcionar experiencias divertidas y enriquecedoras a las niñas se pasen por alto (del Carmen Martínez Reina, 2005). Este ejemplo no sugiere

que los niños deban limitarse a jugar con muñecas y las niñas con autos, sino que destaca la importancia de reconocer que los juguetes no tienen género. Por lo tanto, se enfatiza la necesidad de proporcionar una amplia variedad de juguetes tanto a niñas como a niños, permitiéndoles elegir según sus preferencias individuales en lugar de verse limitados por prejuicios sociales. Como consecuencias de los estereotipos de género en la infancia, además de las mencionadas anteriormente, hay que nombrar que promueven actitudes de baja autoestima y poca confianza, y así también al sentimiento de no encajar, con esto nos referimos que si una niña está interesada en jugar a algo masculino, probablemente sea

rechazada o clasificada por ejemplo, de poco femenina. Esto en muchos casos, trae consigo el hecho de que la niña deje de lado esos intereses por temor a ser juzgada o desestimada por el resto, por lo que no podrá desarrollar sus propios intereses, limitando sus oportunidades de un desarrollo íntegro (Juguetes no sexistas para romper los roles de género, s/f).

C) ROLES DE GÉNERO EN LA INFANCIA

Alrededor de los seis o siete años, los niños comienzan a reconocer que la identidad es duradera y constante, independientemente de su voluntad. Empiezan a notar las diferencias en identidad y roles de género, aunque mantienen la percepción de que deben ajustarse al papel que la sociedad les ha asignado. A lo largo de la etapa escolar hasta la adolescencia, esta identidad se consolida y aumenta la comprensión de los estereotipos de género (Lasarte, 2019). Los modelos de feminidad y masculinidad presentes en los productos culturales están idealizados en la imaginación colectiva. Por lo tanto, las personas tienden a conformarse estrictamente a uno de los grupos, masculino o femenino, con el fin de sentirse aceptadas en la sociedad y ajustarse a las normas sociales establecidas (Lasarte, 2019). Por otro lado, el cuerpo desempeña un papel significativo en las distinciones de género. En este contexto, se podría

caracterizar la masculinidad como la representación de fuerza y vigor, mientras que la feminidad se asocia con la delicadeza y la debilidad. En términos de habilidades intelectuales, se suele atribuir a los hombres un mejor rendimiento en tareas técnicas y manuales, mientras que a las mujeres se les asignan habilidades cooperativas y organizativas. En el ámbito emocional, se atribuye una mayor emotividad al género femenino y un mayor control emocional al masculino. Finalmente, en las interacciones sociales, se asigna a las mujeres una mayor competencia comunicativa en comparación con los hombres (Lasarte, 2019).

Esto es muy interesante ya que según esto, es que en los juguetes se puede asignar a niñas ciertas características mientras que a los niños otras, reduciendo su capacidad de desarrollarse integralmente en diferentes áreas y no en ideas preconcebidas. La comprensión de los comportamientos que hombres

y mujeres adoptan en la sociedad es esencial a través del concepto de rol de género. Estos comportamientos están alineados con las percepciones sobre lo que implica ser hombre o mujer.

Estos roles de género en los juguetes también se ven reflejados. Por lo que a la hora de elegir un juguete muchas veces esa decisión está influenciada por roles (una muñeca con el mensaje “aprende a ser mamá” automáticamente deja de lado a un niño de género masculino que quizás estaba interesado en adquirir esa muñeca) a esto se le suma el color, y otros elementos visuales y casi automáticamente un niño descarta esa opción (Lasarte, 2019). Mediante juegos, conversaciones e incluso conflictos, los niños y niñas se enseñan mutuamente cómo deben comportarse. Estas interacciones contribuyen a establecer pautas en el entorno educativo, donde las diferencias en las preferencias de los niños y niñas desempeñan un papel significativo. Los estereotipos de género

asociados a los colores juegan un papel crucial en la distinción de género entre los niños y las niñas. En cuanto a las actividades recreativas de niños y niñas, durante momentos de juego libre, se identificó la predominancia de juegos tradicionales y estereotipados. Específicamente, se observó que los juegos socio-dramáticos o de rol que involucran la representación de escenas, presentaban diferencias entre niños y niñas y tendían a reproducir roles tradicionales asociados a lo femenino y lo masculino, esto basado en un estudio realizado por Javiera Pérez Veloso para la tesis de pregrado de sociología en la universidad de Chile (Veloso, s/f).

Según un estudio realizado en niños de 4 a 9 años por Irene Solbes en la Universidad Complutense de Madrid, en relación con la aplicación de esquemas de género en profesiones, es importante señalar que una parte significativa de los participantes opinó que las profesiones presentadas deberían ser

ejercidas de manera equitativa por hombres y mujeres. A pesar de esto, los datos indican que se aplicaron en gran medida estereotipos de género tradicionales al asignar profesiones. De manera similar a la tarea de atributos personales, se notó una tendencia mayor a estereotipar las profesiones masculinas en comparación con las femeninas. Esto refleja nuevamente la presencia de una asimetría de género, caracterizada por una mayor rigidez en las percepciones relacionadas con la masculinidad. Además, las profesiones consideradas como más prestigiosas socialmente fueron frecuentemente asociadas con hombres, en contraste con aquellas percibidas como menos remuneradas y con menor estatus (Solbes, 2020).

Debido a lo anterior, la selección de juguetes se ve fuertemente afectada por las ideas preconcebidas de lo que se considera masculino y femenino, lo que da lugar a una socialización diferenciada por género. Este fenómeno tiene un impacto significativo en la infancia. En este sentido, se podría afirmar que el juego refuerza los estereotipos, así como reproduce los roles tradicionales de género (Lasarte, 2019).



2.3 juguetes y juego

El juego por definición es: “actividad que se realiza generalmente para divertirse o entretenerse y en la que se ejercita alguna capacidad o destreza” (oxford languages) y eso se hace por medio de los juguetes que por definición son “objeto con el que los niños juegan y desarrollan determinadas capacidades” (Real academia española: diccionario de la lengua española, 2023). Siguiendo esa idea, el juego debe ser una actividad libre y divertida y a la vez que desarrolle ciertas habilidades en los niños.

Desde el siglo XX, las sociedades han necesitado distinguir entre lo que consideran tiempo productivo o de trabajo, con tiempo de ocio, entendido como el tiempo dedicado a la cercanía con la familia y a tareas

ajenas al concepto de trabajo. Hoy la sociedad está experimentando cambios en los valores sociales y considera el entretenimiento, el placer y el disfrute cultural, es decir, el tiempo de ocio, como factores promotores del bienestar social (Cañón, 2021).

Los juguetes y los juegos forman parte de esta nueva conducta social al ser considerados objetos importantes para desarrollar actividades que involucran al ser humano en situaciones fuera del ámbito laboral y del tiempo de trabajo productivo.

Hoy en día existen muchos usos y tipos de juguetes, pueden ser juguetes para terapia, juguetes fabricados de forma sostenible, juguetes coleccionables y fabricados por artistas o diseñadores, de

edición limitada conocidos como art-toys, etc, todos ellos, son ejemplos de las nuevas facetas del juguete y de las constantes necesidades que el diseño de estos objetos debe satisfacer como productos.

Según lo anterior, podemos decir que los juguetes funcionan no sólo como objetos, sus diseños e ideas, sino también como constructores de mundos y referentes culturales en las primeras etapas de la humanidad (Cañón, 2021).

Características del Juego

El juego debe tener ciertas características fundamentales para que sea provechoso. En primer lugar, el juego debe ser iterativo, quiere decir, que no sea monótono ya que puede llegar a aburrir e incluso no llevar

a algo muy profundo, y por definición, debe ser divertido, si no lo es, no es un juego. Sin embargo, hay que tener en cuenta que dentro del juego van a existir ciertas frustraciones o desafíos pero deben estar al nivel de no ofuscar el juego, y los niños deben aprender a manejar también esos retos. Por lo tanto, a modo general, debe entretener, generar emoción, y desarrollar capacidades. En segundo lugar tenemos que invite a la participación activa, con esto nos referimos a que haya distintas áreas abarcadas, para que los niños tengan que usar sus habilidades tanto físicas como mentales, como su rapidez o ingenio respectivamente. Finalmente debe ser socialmente interactivo, donde permita a los niños comunicarse, ser flexible con los otros niños que están

jugando, y generar lazos con otros niños. Esto para que aprendan a relacionarse de buena manera ante otros. En el caso de los juegos individuales, muchas veces se cree que no se fortalece esta área, pero un buen juego puede contener ciertos desafíos que a pesar de estar jugando individualmente, igual se desarrollan habilidades sociales, como por ejemplo, en los juegos de roles, cuando un niño juega que es un superhéroe, aunque esté jugando solo, con su imaginación está simulando que salva a otras personas, fortaleciendo así, esas habilidades sociales (Unicef, 2018). Se puede decir que el juego, es una forma de ejercitar la creatividad, representar y recrear situaciones de la vida cotidiana, mostrar su forma de ver el entorno, y así conocer y aprender a través de la diversión. Para concluir, sin el juego, los niños y niñas no se desarrollarían de manera óptima, y se limitarían ciertas habilidades que se obtienen de este, además es muy beneficioso para que los niños se conozcan y conozcan su entorno.

Impacto

El juego como herramienta educativa trae muchos beneficios en el desarrollo integral de la persona, como por ejemplo, comprender el entorno que los rodea, conocer sus habilidades, frustraciones, entre otros. Y es por eso, que en este capítulo busco evidenciar esa importancia de juegos y juguetes para un desarrollo completo de los niños y niñas. El juego infantil es indispensable para que las personas se encuentren consigo mismas y logren conocerse de mejor manera, y así poder adaptarse de mejor forma a su entorno (López, 2018). Según Claparède (1932) neurólogo, pedagogo y psicólogo infantil suizo, “el juego persigue fines ficticios, para poder vivir las actividades que se realizan en la edad adulta y que los niños no pueden realizar (por ser prohibidas) o por no estar capacitados para ellas” (Delgado, 2004). Siguiendo esa idea, es importante que los niños sean capaces de jugar para poder comprender mejor su vida cotidiana,

donde el niño crea una realidad que le permite reafirmar su identidad, autoestima y protagonismo (Delgado, 2004). Dentro de la teoría mencionada anteriormente, existe una crítica respecto a que no todos los juegos o juguetes buscan recrear un mundo ficticio, pero en el caso de esta investigación, enfocada en juegos de rol, creo importante mencionarla y retomarla más adelante.

Por otro lado, las teorías de la psicología del desarrollo, especialmente las propuestas por Piaget (1961), Vygotsky (1956) y Schiller (1990), han evidenciado que el juego proporciona oportunidades para la construcción del conocimiento y facilita el proceso de aprendizaje. Asimismo, un enfoque más contemporáneo concibe el juego como un acto integrador y generador de mundos, donde la dinámica de sus diversas intervenciones y actividades abarca la complejidad inherente a los seres humanos, promoviendo su participación y libertad (Cañón, 2021).

Para Vygotsky, jugar busca representar realidades actuales en la vida del niño, donde a través del juego comprenden su entorno, lo que lo hace una fuente importante para su óptimo desarrollo. Además, afirma que existe una conexión entre lo que es jugar, y el contexto sociocultural donde se encuentra el niño, por lo que en el transcurso del juego, los niños y niñas idean actividades adultas de su cultura, encontrando, poco a poco, sus valores, y sus futuros papeles en su vida (López, 2018).

Beneficios

Entre los beneficios del juego encontramos que mejora las habilidades cognitivas, sociales, emocionales y lingüísticas en los niños. Les proporciona oportunidades para desarrollar habilidades como la resolución de problemas cotidianos, la espera de turnos, la regulación del comportamiento, la construcción de confianza en sí mismos y la práctica del

compartir, entre otros beneficios (De educación, s/f).

Ahora, nombraremos diferentes beneficios considerados importantes que los juguetes aportan en el desarrollo, primero está la afectividad, que principalmente es cuando comienza a formarse la identidad y personalidad, promoviendo la autonomía. En este contexto, el juego se convierte en una actividad fundamental para el desarrollo afectivo, pasa a ser un recurso esencial que permite al niño expresar de manera diversa sus sentimientos, intereses y pasatiempos (Izabela Zych, Rosario Ortega Ruiz, Sonia Sibaja, 2016).

Luego tenemos la motricidad, donde el juego contribuye al desarrollo físico y constituye una de las razones fundamentales por las cuales es importante que los niños jueguen, permite a los niños comprender su funcionamiento corporal, facilitando la adquisición de habilidades como el equilibrio y la coordinación (Meneses Montero & Monge Alvarado, 2001).

La Inteligencia, es otro beneficio que traen los juguetes en el progreso de los niños ya que se desarrolla el área sensoriomotor que desempeña un papel fundamental en la formación de la inteligencia. La educación a través del movimiento, utilizando el juego, proporciona beneficios significativos al niño, favoreciendo el desarrollo de su potencial cognitivo, así como la destreza perceptiva, la activación de la memoria y las habilidades lingüísticas (Meneses Montero & Monge Alvarado, 2001).

De igual manera, el juego tiene un impacto positivo en el crecimiento psicológico, realizando valiosas contribuciones en áreas como el lenguaje y la socialización, habilidades cognitivas, destrezas motoras gruesas y finas, así como el autocuidado (Damián Díaz, 2007).

Finalizando, tenemos la creatividad que activa el estímulo del pensamiento creativo experimenta mejoras,

promoviendo el desarrollo de aspectos como la fluidez, flexibilidad, elaboración y originalidad (García, 2023). Todas estas habilidades se desenvuelven mediante el juego, por lo que en conclusión los juegos y los juguetes son muy beneficiosos para los niños y niñas e impactan positivamente en su crecimiento.

De este modo podríamos decir que, el juego es una necesidad vital, una actividad que estimula el desarrollo psíquico y físico de manera placentera. Es uno de los medios de aprendizaje del que dispone el niño durante sus primeros años de vida, para conocerse a sí mismo y a su entorno. El juego es una actividad universal de la raza humana e incluso de los animales, es un impulso casi instintivo que se fundamenta en el aprendizaje de las necesidades básicas de la forma de vida de cada especie. Mediante el juego se aprende a desarrollar instintos naturales como la supervivencia, la socialización, la

afectividad, el placer e incluso aquellas aptitudes latentes e individuales que caracterizan a cada individuo. Asimismo, se puede considerar como la representación simbólica del afán por la vida (del Carmen Martínez Reina, 2005).

Es a través de los juguetes y el juego, que los niños declaran sus gustos, entienden el mundo, las estructuras o roles de la sociedad y las habilidades que necesitará en su vida adulta.

A) ASPECTOS SOCIALES EN LA ELECCIÓN DE UN JUGUETE

Desde el origen de la creación humana, el color ha sido condicionado a diferentes contextos y factores culturales, es por eso, que entender cómo se manifiesta en diferentes contextos, es importante para complementar lo que se sabe sobre una cultura (Cruchaga, 2016).

En algunos casos, los juguetes pueden ser un revelador del avance cultural de una sociedad, donde sus materiales, sus dinámicas, sus representaciones y sus colores generalmente responden a una realidad social (Cañón, 2021).

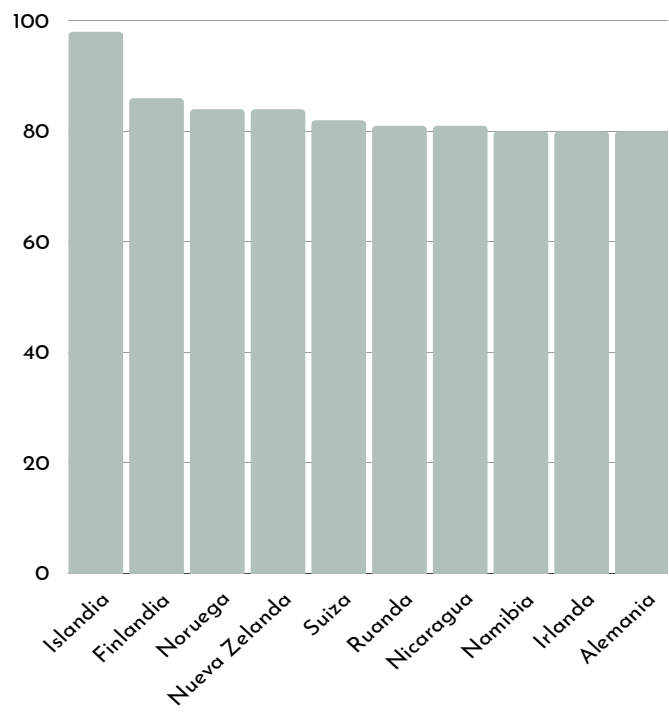
Sutton-Smith, pedagogo y teórico del juego, en su teoría de la enculturación, que responde al proceso por el cual un individuo incorpora y pone en práctica las normas, creencias, tradiciones y costumbres de una cultura en la cual se inscribe (Enculturación, 2019). Sugiere que hay una conexión entre los valores transmitidos por una cultura específica y el tipo de juegos que cada cultura promueve con el propósito de asegurar la transmisión de los valores predominantes

en esa sociedad particular (López, 2018). Por ejemplo, durante el Renacimiento, el juego se concebía más como una actividad destinada al entretenimiento de las clases aristocráticas que como una práctica esencial para la infancia o las clases populares. Los juguetes de la época representaban auténticas obras de arte, elaboradas por maestros artesanos especializados, como relojeros, tallistas, pintores, sopladores de vidrio, ebanistas, entre otros, quienes los confeccionaron a medida para los niños y niñas pertenecientes a la nobleza. Estos juguetes más destacados eran autómatas, piezas diseñadas principalmente para ser admiradas. Se consideraban altamente valiosos para el público adulto, generalmente con propósitos coleccionistas (Gallardo-López & Gallardo Vázquez, 2018). Las enseñanzas que los niños y las niñas recibían mediante el juego en aquella época, estaba influida por las construcciones sociales y de género predominantes en ese tiempo. Este factor constituía la razón principal por la cual

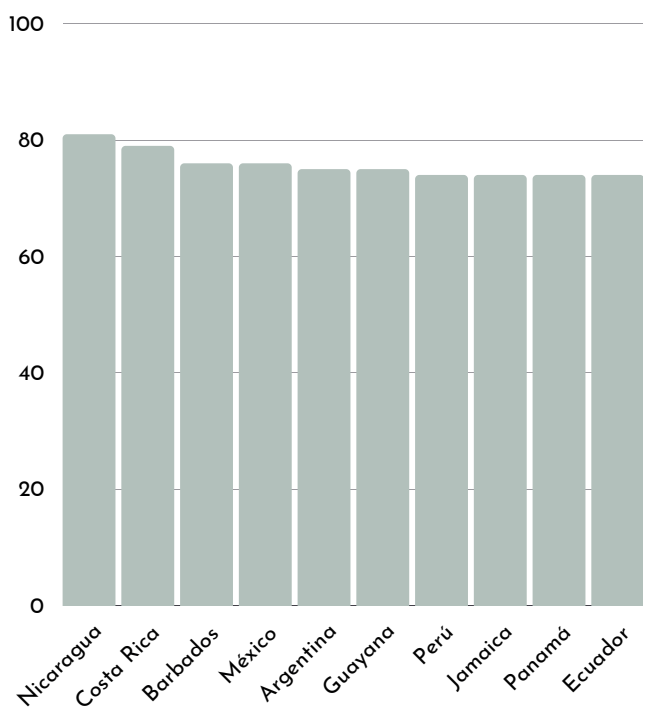
los niños y las niñas raramente compartían actividades lúdicas, ya que sus intereses educativos, comportamientos e inquietudes en el juego eran considerablemente distintos. Incluso en situaciones en las que ambos sexos podrían participar en los mismos juegos, las niñas tendían a asociarse principalmente con niñas, y viceversa. Las familias más acomodadas proporcionaban a sus hijas pequeñas casas de muñecas que replicaban de manera precisa la realidad en miniatura. Estas casitas estaban meticulosamente decoradas, inclusive con muñecos a escala que representaban al personal doméstico. Este juguete se volvió muy popular en el siglo XIX y su finalidad educativa consistía en familiarizar a las niñas de familias adineradas con los utensilios domésticos y los hábitos familiares. La idea era enseñarles a gestionar el hogar y a ocupar su rol correspondiente en la familia y la sociedad. De igual manera, se familiariza al niño con el arte de la guerra y se cultivaba su interés por la

lucha, las armas y el poder. Dependiendo de la clase social a la que perteneciera el niño, la apariencia del juguete podía variar, ya fuera elaborada por un artesano o creada por la imaginación del propio niño, pero su simbolismo y función permanecían inalterados. A pesar de eso, resultaba razonable replicar en tamaño reducido del entorno adulto para el niño, dado que, por lo general, los pequeños heredaron la misma función o posición que ocupaban sus padres (en el caso de los niños) o sus madres (en el caso de las niñas) en la sociedad. Sin embargo, hoy en día, la realidad ha cambiado bastante, ya no existen diferencias tan grandes, pero aún persisten ciertas diferencias lógicas de una sociedad, donde por ejemplo, la situación económica si va a influir en las elecciones de los juguetes existentes. Una persona con menor situación económica, probablemente no elija un juguete no masivo importado de alemania ya que son más caros, y probablemente, buscará en el retail algo más económico, por lo

tanto, menos regularizado en cuanto a su diseño. A rasgos generales, un país con mayor posicionamiento económico tendrá juguetes de mayor valor social. Un ejemplo actual de esto se puede observar a través del Foro Económico Mundial (FEM) donde los países nórdicos Islandia, Finlandia, Noruega y Suecia ocupan cuatro de los cinco primeros puestos de la lista de países con menor brecha de género (Whiting, 2022), esto coincide lógicamente con los puestos económicos de esos países que se encuentran muy bien posicionados. Y que además dentro del índice de bienestar infantil se desenvuelven dentro de los 10 primeros de la lista (Biblioteca del congreso nacional de Chile, s/f).



IMÁGEN 8 GRÁFICO ASPECTOS SOCIALES GLOBAL



IMÁGEN 9 GRÁFICO ASPECTOS SOCIALES LATINOAMERICA

Los gráficos anteriores representan la brecha de género, en el primer gráfico a nivel global y en el segundo latinoamericano. Mientras más alto, menor brecha existe.

Según lo anterior podemos afirmar que el desarrollo del niño se va a haber afectado e influenciado por su ambiente y contexto en el que habita. Y van a reproducir lo que ellos aprenden de su entorno. Es por eso, que sus valores se verán reflejados por los valores que la sociedad impone sobre ellos. Siguiendo esta idea, y relacionándola a los estereotipos de género podemos decir que los niños van a reproducir lo que la sociedad en que viven consideran apropiado según su género.

C) JUGUETES COMO TRANSMISORES DE ESTEREOTIPOS

Como hemos dicho en capítulos anteriores, el juego es importante y necesario para el aprendizaje, personalidad, intelecto, destrezas cognitivas, motoras y socio emocionales. Por lo que en la infancia es relevante estimular a los niños y niñas con juegos que fomenten un amplio desarrollo de sus habilidades. Los juguetes son buenos para estimular el cerebro y es porque es cuando más rápido está creciendo (Raúl Bermejo Cabezas, s/f). Por lo tanto, si los juguetes están hechos para entretener y/o aprender, no deberían tener estereotipos que limitan a los niños y niñas a aprender y entretenerse en cualquier área que ellos quieran abarcar (Mireia P, s/f). Los estereotipos son asimilados a través del proceso de aprendizaje, especialmente en el entorno social inmediato. Por lo tanto, la educación juega un papel en la internalización de las normas de género que están arraigadas en una sociedad, y esto es particularmente evidente en el ámbito del juego (Lasarte, 2019). Muchas veces se reproducen valores que

la sociedad espera de los niños según su género o el rol que deben cumplir según esté, privando la libertad de los niños de elegir sobre qué les gusta o qué roles quieren cumplir en la sociedad, y el juego y los relatos son de suma importancia, ya que constituyen medios a través de los cuales se potencian habilidades físicas, cognitivas y socioafectivas. Asimismo, proporcionan herramientas para que los individuos comprendan el entorno social que los rodea, además de internalizar valores culturales. Según lo anterior, es que me gustaría citar como referente tenemos a la diseñadora de juguetes estadounidense, Cas Holman, que cuando empezó con sus diseños veía que los juguetes estaban hechos para mantener ocupados a los infantes o para vender, pero no estaban diseñados tomando en cuenta el valor de la creatividad. Entonces, decidió que construiría objetos con partes y piezas manipulables que inspirarán juegos constructivos, formas imaginativas e interacciones cooperativas y que además

no tuvieran un género específico. Por eso, sus creaciones no responden a los cánones tradicionales: son más bien abstractas. Y como dice Cas: “Cuando diseño juguetes, quiero que los niños creen con su imaginación en vez de seguir instrucciones” (Cas Holman, 2019). Su primera creación estuvo inspirada en una medusa ósea y los corales, Geemo tiene extremidades magnéticas y flexibles que se agarran y repelen entre sí de formas impredecibles. Es un juguete que tiene tres puntas con un centro desalineado y sus piezas se unen con imanes. Los extremos magnéticos se usaron para convertirlo en un juguete altamente creativo. Este juguete cobra vida a medida que las piezas se van uniendo mientras forman nuevas y extrañas figuras (Holman, 2022). Su color blanco también tiene una razón de ser, y es que Cas está convencida de que los niños son sofisticados y lo suficientemente inteligentes como para saber que el color no define al juguete, sino la experiencia que tienen con él (Cas

Holman, 2019). Cas dice que busca que jugar sea una actividad tan importante como comer, dormir o respirar, pues dice que “los buenos juguetes hacen buenas personas” (Cas Holman, 2019). Lo que destaca de este primer referente es la conceptualización y el propósito del juguete en sí, que además de lograr que los niños jueguen, busca algo más profundo que eso, busca transmitir un mensaje a los niños y que además de aprender con el juguete en sí, aprendan de ese mensaje que va entre líneas. Que un juguete no tiene género, que puede ser para todos, que al jugar debemos sentirnos libres y buscar soluciones a nuestros problemas sin que nos den las instrucciones. Busca ser un juguete intuitivo además de que sea libre para cualquiera que quiera jugarlo.



Luego en segundo lugar me gustaría nombrar a “Let Toys be Toys” que es una organización en Uk que está pidiendo a las industrias de juguetes y editoriales que dejen de limitar los intereses de los niños al promover algunos juguetes y libros como solo aptos para niñas y otros solo para niños. La campaña ha tenido éxito en persuadir a la mayoría de los principales minoristas de juguetes del Reino Unido para colocar carteles de “niñas” y “niños” en la tienda y en la navegación del sitio web para permitir que los niños tengan la libertad de elegir con qué quieren jugar, libres de estereotipos de género. Pero incluso después de que se hayan eliminado los letreros y las etiquetas, muchos productos aún se comercializan para niños de una manera muy diferenciada por género, y lo que buscan en Let Toys be Toys es visibilizar y alentar a la industria del juguete a actualizar el empaque y la publicidad de sus juguetes. Esto mediante campañas y actividades que

realizan cada cierto tiempo. También ofrecen una variedad de recursos gratuitos para padres y maestros para ayudar a desafiar los estereotipos de género en el hogar, las escuelas y los entornos de la primera infancia (Let toys be toys organization, 2020). Hoy en día han llegado tan lejos, que tienen una forma de reconocer a los minoristas de juguetes, bicicletas y libros infantiles del Reino Unido que están contribuyendo a acabar con los estereotipos con un premio Toymark por buenas prácticas que aparece en el mismo juguete. Let Toys Be Toys es una campaña de base que no recibe financiación pública. Están compuestos en su totalidad por activistas y voluntarios no remunerados. Aunque ocasionalmente se asocian con otras organizaciones para trabajar en un proyecto en particular. Lo destacable de este referente es la importancia que le asignan a los juguetes como transmisores de estereotipos de género, por lo que el mensaje que buscan

comunicar es disminuir juguetes que puedan comunicar estereotipos de género para no limitar a los niños y niñas, y que sólo a través de campañas y actividades visibilizan el problema y han logrado hacer un gran cambio en el sistema de Uk. Incluso logrando que exista un sello que ellos otorgan a juguetes libres de estereotipos de género, promoviendo así que cada día más fabricantes de juguetes, busquen ideas menos estereotipadas.

María Gijón Sánchez es experta en género y coeducación y está formándose como técnica de igualdad de género y agente de Igualdad y dice que acabar con los estereotipos al 100% es imposible actualmente porque, como personas, las madres, los padres y el resto de la familia hemos crecido y sido educados con estereotipos... lo importante es ser consciente de ello, sin culpa y tener ganas de deconstruirnos". Ella tiene una cuenta en instagram que se llama @educarsinestereotipos donde compartir

recursos e ideas para educar en igualdad, espacio que impulsó tras darse cuenta de la cantidad de estereotipos con los que estaban creciendo su hija y su hijo y busca a través de sus redes visibilizar lo que ocurre (Gijón, s/f). Lo que destaco de ella es que constantemente informa sobre estereotipos de género y temas a fin, y lo hace desde su conocimiento experto de educación, lo que hace que sea relevante en mi investigación ya que los estereotipos de género influyen en el desarrollo de los niños, además de que tiene una visión sobre el tema similar a la del estudio actual, donde busca mostrar lo que ocurre, sin juzgar ni hacer juicios de valor respecto a ello, sino más bien, con un fin de informar (S. López, 2022).

María Guijón (¿Se puede educar sin estereotipos de género?, 2022)

Acabar con los estereotipos al 100% es imposible porque, como personas, las madres, los padres y el resto de la familia hemos crecido y sido educados con estereotipos... lo importante es ser consciente de ello, sin culpa y tener ganas de deconstruirnos"

Para finalizar esta sección quiero destacar la importancia que tiene el juguete como transmisor de estereotipos y lo fundamental que es para el desarrollo por lo que se deben promover diversos juguetes. Se señala que los estereotipos de género presentes en juguetes pueden limitar el aprendizaje y la diversión de los niños. La educación y el entorno social influyen en la internalización de estos estereotipos, especialmente en el ámbito del juego. Para eso se hace un estudio de referentes que confirman el papel que adquieren los juguetes como transmisores de estereotipos y buscan diferentes formas de abordarlo, desde creación de juguetes libres hasta campañas y visualizaciones en redes sociales.

C) DERECHO AL JUEGO LIBRE

En Chile, existe un derecho al juego que tienen todos los niños, niñas y adolescentes donde la Convención de los Derechos del Niño (CDN), reconoce el juego como un derecho fundamental y declara en su artículo N° 31 que “Los Estados partes reconocen el derecho del niño y la niña al descanso y al esparcimiento, al juego y a las actividades recreativas propias de su edad y a participar libremente en las artes y la cultura” (Superintendencia de educación, 2020). Claudia Marín, docente de la Universidad Católica y coordinadora académica del programa de formación “Promotoras para la Vida Activa”, de Fundación Arcor Chile, sostiene que el juego es una acción natural para niños y niñas, y es dónde conocen el mundo que los rodea y aprenden constantemente. Con el juego se les abren posibilidades, y pueden expresarse de la forma más natural, poniendo en práctica sus valores, creatividad, ingenio, entendiendo sus

gustos y emociones (País, 2021). El juego entonces es un derecho de los niños y es fundamental para su crecimiento y aprendizaje ya que fortalece a los niños en muchos aspectos. Por esta razón, las oportunidades de juego deben ser amplias y favorecer tanto a los niños como a las niñas. Como dice Cas Holman diseñadora de juguetes a la que nos referimos en secciones anteriores, que aunque el juego a veces se menosprecie y sea percibido como una actividad trivial propia de la niñez, es esencial reconocer que para los niños constituye su universo. En este sentido, el juego libre, caracterizado por la ausencia de respuestas definitivas, les brinda la sensación de autonomía y la posibilidad de crear por sí mismos, dice que “Si podemos darles las herramientas para ganar confianza, para entender cómo ser creativos, empáticos, gente buena... creo fervientemente que harán un mejor futuro para todos nosotros” (El activismo de Cas Holman es diseñar

juguetes, 2020). El juego es una acción libre y espontánea de carácter alegre y placentero que surge de la relación o suma entre el mundo de la fantasía o elementos subjetivos y el mundo exterior o elementos objetivos (Huizinga, 1938). Además, no sólo está ligado al desarrollo de la infancia puesto que, también está presente en las diferentes etapas de la vida del hombre formando parte de su personalidad y cotidianeidad.

En resumen, es importante darse cuenta que el juego no es solo un tema de diversión (aunque sí un factor importante y necesario) si no que además, es un derecho de los niños ya que es necesario para su correcto desarrollo y aprendizaje. Es por esto que es relevante que sea libre de estereotipos de género o cualquier limitación, ya que interrumpe los descubrimientos que los niños y niñas obtienen de sus juegos.

D) JUEGOS DE ROL

Los juegos de rol o simbólicos, tienen un nombre bastante descriptivo, sin embargo, me gustaría desglosarlo para comprender mejor qué son y la importancia de abordarlos en este estudio.

El rol según Oxford Languages es la “función que una persona desempeña en un lugar o en una situación”. Mientras que los juegos de rol se definen como “juego organizado en el que cada participante desempeña el papel de un personaje en una aventura” (Oxford University Press, 2023). Según lo anterior, podemos decir que los juegos de rol, buscan representar modelos de comportamiento que no son los suyos, de manera lúdica.

Para Vygotsky, “la imitación es una regla interna de todo juego de representación”. Y es a través de ella que “el niño se apropia del sentido sociocultural de toda actividad humana”.

(López, 2018). Por otro lado, Elkonin (1985) psicólogo y educador ruso,

destaca que la esencia del juego es fundamentalmente social, ya que su naturaleza y origen están intrínsecamente vinculados a ello. Subraya que la comprensión de los juegos infantiles solo puede lograrse al considerar la vida del niño en la sociedad. Además, indica que el origen del juego simbólico está estrechamente ligado al desarrollo cultural del niño, que es guiado por los adultos. Ambos autores mencionados recientemente sostienen que la forma esencial del juego infantil es el juego protagonizado, que es típico de los últimos años de la etapa preescolar. En consecuencia, este tipo de juego se define como una actividad social y cooperativa que implica la reconstrucción de roles adultos y de sus interacciones sociales (López, 2018). En los juegos de roles se establecen las bases para el desarrollo psicológico de la personalidad del niño, en específico en lo que se refiere a tener en cuenta la perspectiva del otro, establecer vínculos

afectivos con los otros en la interacción comunicativa, tomar en cuenta el efecto de las decisiones en el otro (razonamiento moral), la construcción de vínculos sociales y hacer algo por el otro (González-Moreno, 2021).

La teoría histórico-cultural y la teoría de la actividad consideran al juego como la principal actividad o actividad rectora en la edad preescolar (Smirnova y Ryabkova, 2010; Elkonin, 1980). El juego provoca cambios cualitativos en la psiquis infantil en la edad preescolar y se van conformando en ella las bases de su desarrollo (González-Moreno, 2021). Las temáticas de los juegos de roles se repiten de acuerdo con los intereses, motivaciones y solicitudes de los niños. De esta manera, ellos tienen la posibilidad de participar en diversos roles y están más conscientes de lo que dicen y de lo que hacen. Según eso, si el juego está dirigido específicamente a un género, limitamos al otro género a poder jugar, y desarrollarse en esa área

específica. En un primer momento, en el juego de roles sociales es el adulto quien ayuda a orientar y desplegar las acciones de los niños; después los niños utilizan su propio lenguaje verbal externo durante la realización de las acciones (Vigotsky, 1995). El contenido de la intervención incluye los conocimientos de las temáticas de los juegos de roles que se proponen (la clínica veterinaria, el hospital de juguetes, el supermercado, el restaurante). Por esta razón, el contenido de la intervención establece la familiarización con las condiciones concretas de la acción, por lo que si el contenido está orientado a un género específico, muchas veces excluye al otro a pesar de tener interés en ese contenido (González-Moreno, 2021). En el juego temático de roles los niños empiezan a actuar sobre los demás (juguetes, adultos, otros niños), y después, a través de los otros, empiezan a regular su propio comportamiento (planificando acciones y llevando a cabo su plan,

anticipando las consecuencias), por lo que cambian de actitud y consideran la postura de los demás; esto significa que los niños logran ponerse en el lugar de los otros. Además, el juego de roles sociales posibilita la comprensión de los estados emocionales de los personajes que participan, así como lo propone Bruner (1988). El juego se desarrolla en un ambiente que proporciona seguridad emocional a los participantes, aquí los niños pueden probar los límites de sus acciones al considerar lo que pueden o no hacer. En el juego temático de roles sociales los niños tienen la posibilidad de reflexionar respecto a las situaciones imaginarias. Esta característica posibilita que el niño se incluya en las auténticas relaciones sociales (González-Moreno, 2021).

Incluso, en un estudio de la Universidad de Cardiff (Reino Unido) se realizaron pruebas para ver los beneficios de jugar con muñecas. Se hizo a través de una tecnología llamada FNIRS que permite

mirar el cerebro mientras una persona, en este caso, niños, se mueven libremente y lo que hace es observar las regiones del cerebro y cómo estas diferentes áreas se activan frente a ciertos estímulos. En este caso, se observó a los niños y niñas jugando individualmente, es decir, sin compañía, a las muñecas para ver qué sucedía y se activaron las regiones del cerebro que tienen que ver con lo que equivale a la información social, como lo es la empatía, por ejemplo. Por lo que el estudio concluyó que jugar con muñecas es beneficioso para que los niños desarrollen habilidades sociales (Gerson, 2020).

Para finalizar, cabe destacar que los juegos sociales, de rol o simbólicos, comienzan a manifestarse alrededor de los 7 años, ya que es en esta etapa cuando el niño incorpora los patrones de actitudes sociales y se dan situaciones reales de colaboración y juego en equipo (Mir, Corominas y Gómez, 1997). Estos juegos contribuyen al desarrollo de la

capacidad de relación interpersonal y promueven el aprendizaje sobre otras personas y culturas (J. A. G. López, 2018). Es por esta razón que este estudio se centra principalmente en niños entre 6-10 años, ya que es la etapa donde mayor se manifiestan los juegos de rol, que en este caso, son los juguetes a estudiar.



IMAGEN 11 OSO ROSADO Y OSO AZUL

2.4 relación diseño y tema estudiado

Según Joan Costa, destacado diseñador e investigador español, el diseño se presenta como una forma de comunicación que abarca todas las variantes del diseño y la tecnología, desde la señalética hasta la publicidad. En este sentido, no hay justificación para considerar al diseño y la comunicación, en sus diversas manifestaciones, como entidades separadas. Costa sostiene que la misión más noble del diseño es contribuir a mejorar nuestro entorno visual, hacer el mundo comprensible y colaborar en la creación de un lugar mejor. Esta disciplina se especializa en la transmisión de emociones, sensaciones, información y conocimiento. Al ser parte integral de la comunicación social, el diseño, según esta perspectiva, implica que, a través

de los juguetes, estamos comunicando paradigmas, valores, y otros elementos que forman parte de nuestra cultura o con los cuales estamos de acuerdo (Costa, 2003). Por otro lado, el arquitecto Charles Eames y su pareja y artista Ray Eames dicen que los juguetes y los juegos deben ser de calidad en todas sus versiones, donde el diseño aporta con los detalles que se ponen en valor. Decían que los niños son la conexión con la visión futura del mundo, por lo que los juguetes de ellos son los que van marcando los valores de la sociedad, así como su evolución (Miró, 2016). Es por eso, que es acertado estudiar los juguetes y su color desde la disciplina del diseño ya que con el color de los juguetes estamos comunicando. En el caso de esta investigación en

específico, podemos decir que el color es parte fundamental del diseño de una cosa, ya que el color comunica como hemos dicho anteriormente, por lo tanto, es importante estudiar qué está comunicando el color en este caso a través de los juguetes en este caso ya que los estereotipos de género se heredan en cierta forma de nuestro entorno, y para los niños, que aún se están desarrollando y creciendo, los juguetes y juegos, son cruciales para marcar los valores y la evolución de la sociedad a través de la visión futura de ellos y desde la disciplina del diseño, el color de los juguetes se convierte en un medio de comunicación importante, siendo esencial estudiar cómo influye y qué comunica en el contexto de esta investigación.

3. Metodología

3.1 Enfoque de la investigación

3.2 Métodos y técnicas de recolección

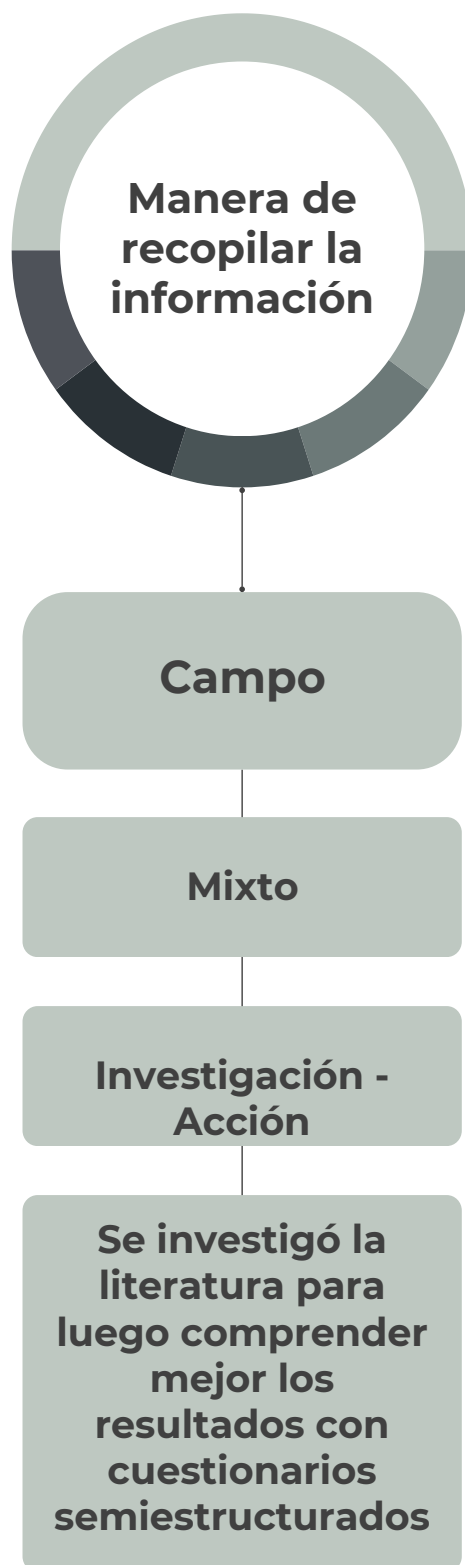


3.1 Enfoque de la investigación

La presente investigación que plantea como objetivo general determinar la relación entre el color y la consolidación de estereotipos de género en juguetes infantiles, se desenvuelve principalmente de la motivación de comprender un fenómeno existente y reconocer si realmente existe una relación o influencia del color en la consolidación de estereotipos de género en los juguetes de rol del retail chileno, para esto se estudiaron en profundidad las percepciones y asociaciones de dos grupos de estudio. La investigación es de carácter mixto, ya que estudia la relación entre colores y género en juguetes infantiles a través de comprender en profundidad las asociaciones y percepciones de los grupos a estudiar, pero se utilizan datos cuantitativos respecto a la cantidad y

porcentaje de personas en relación a los resultados, lo que incluye además, análisis estadísticos, como tablas de frecuencia, y representaciones gráficas.

Lo anterior me permitió responder a las interrogantes planteadas al comienzo de la investigación, donde se cuestionó en primer lugar si los colores de los juguetes de rol se asocian a estereotipos de género, o si existe una paleta de color asociada a ciertos géneros de acuerdo a su categoría de juguete, y por último si la percepción de los niños y los adultos varía respecto a los colores de esas paletas a través de diferentes datos (cualitativos y cuantitativos) y así obtener conclusiones respecto a los resultados de manera cualitativa pero a través de métodos de recolección mixtos.



3.2 Métodos y técnicas de recolección

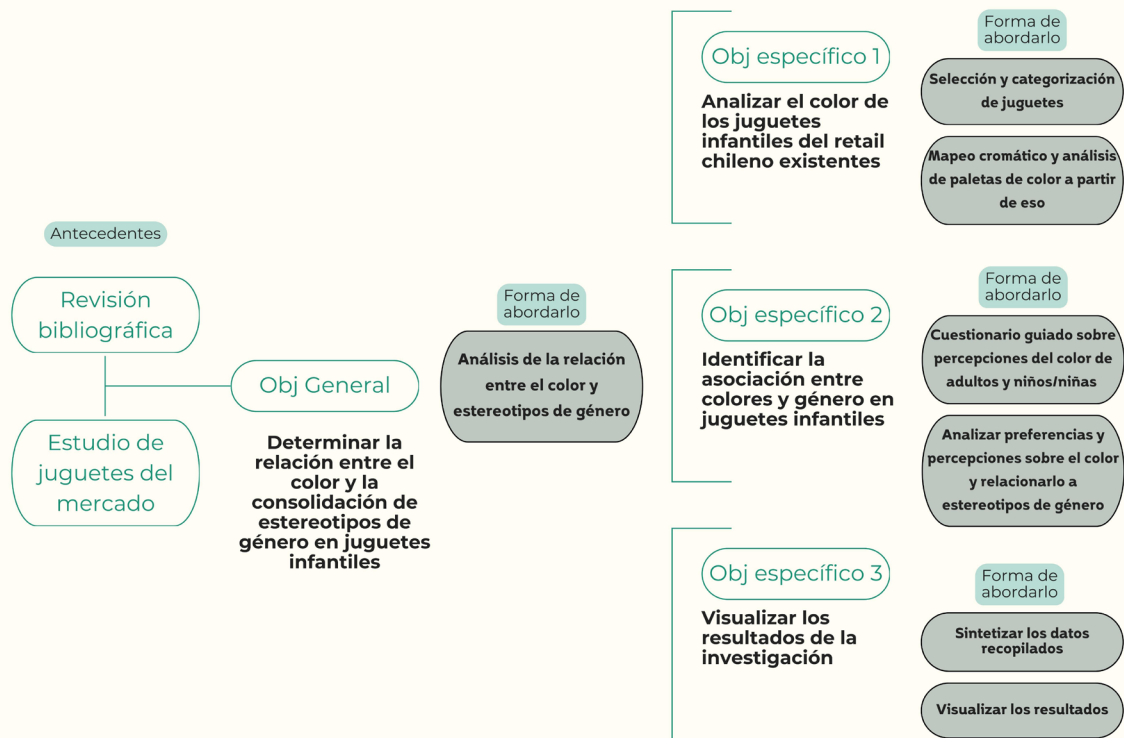
En este capítulo se muestran los esquemas correspondientes de cada objetivo y cómo se fueron abordando. También la carta gantt que se elaboró para lograr llevar a cabo la investigación

CARTA GANTT

CARTA GANTT

2020 VÍDIA PRODUÇÃO C/BOBORA 713 CARTA GANTT 41 NEGÁMI

Actividades	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
1. Preparación										
1.1 selección de tema										
1.2 Delimitación del tema										
1.3 Formulación del problema										
1.4 Oportunidad de diseño										
1.5 Objetivos y pregunta de investigación										
1.6 Metodologías										
2. Percepción										
2.1 Estudio en terreno										
2.2 Fichas de estudio										
3. Exploración										
3.1 Actividades clave										
3.2 Cuestionarios										
3.3 Conclusiones										
3.4 Reformular										
4. Producción										
4.1 Propuestas										
4.2 Memoria										
4.3 Carta Gant										
4.4 Implementación										



IMÁGEN 15 MÉTODOS Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN

A) DISEÑO DE LA METODOLOGÍA

Para el desarrollo de la investigación, se adoptó una metodología existente para luego desarrollar una nueva basada en ella. Ya que la investigación aborda la influencia del color en los juguetes infantiles en relación a estereotipos de género, se definieron juguetes a estudiar lo que se realizó de manera aleatoria, teniendo en cuenta el criterio de las edades de los niños y niñas a estudiar (6 a 10 años). La selección se abordó dentro de lo que se conocen como juguetes de rol, específicamente en tres categorías: muñecas y accesorios, figuras y acción, y juegos simbólicos. Para la selección de los colores, se concretó un mapeo cromático a través del programa Tin Eye (Color search, 2023) que a través de una imagen hace un seguimiento o tracking, arrojando una paleta de color por imagen, en este caso, se utilizaron imágenes del catálogo web de las tiendas retail (Falabella - Ripley - Paris) de los juguetes seleccionados para el estudio. Esto arrojó una paleta de color por juguete lo que luego se sintetizó a

una paleta de color general por categoría de juguetes, obteniendo los colores que se usaron para la investigación.

Los instrumentos de recolección utilizados fueron el registro del catálogo, lo que permitió estudiar en profundidad con imágenes de buena resolución los diferentes juguetes y sus colores y luego se elaboró un cuestionario semiestructurado para complementar todo lo anterior, además de encuestas previas para poder cruzar los datos con lo estudiado en el cuestionario guiado. Para ello, se establecieron dos grupos de estudio acorde a lo que se necesitaba investigar, estos grupos son en primer lugar, niños y niñas entre 6 y 10 años, y en segundo lugar, adultos, considerados como tal, de los 30 a los 55 años ya que se consideró una edad aproximada donde las personas podrían ser los padres o madres de los niños y niñas del estudio. Esto buscaba indagar en las percepciones respecto al color y analizar asociaciones a géneros específicos. Para la metodología utilizada

y explicada más adelante, se utilizó como referente la investigación de Isabel Araneda en su estudio del color en personas con discapacidad visual (Araneda, 2022) para luego diseñar una metodología propia, acorde a lo que buscaba investigar.



4. Desarrollo de la investigación

- 4.1 Mapeo cromático
- 4.2 Cuestionario guiado
- 4.3 Análisis e interpretación

Como hemos dicho en capítulos anteriores, esta investigación de diseño se centra en explorar la relación entre los colores de los juguetes de rol y los estereotipos de género, para lograr avanzar en el desarrollo del primer objetivo específico, que consiste en “entender la relación entre el color y la consolidación de estereotipos de género en juguetes infantiles de roles”. Para eso, inicia con una revisión de la literatura existente sobre el tema para comprender las percepciones culturales y sociales asociadas a los colores y géneros en el contexto de los juguetes infantiles. Posteriormente, se realiza un análisis detallado de la paleta de colores de los juguetes seleccionados, específicamente en la categoría juegos de rol, extrayendo información clave para llevar adelante

el estudio.

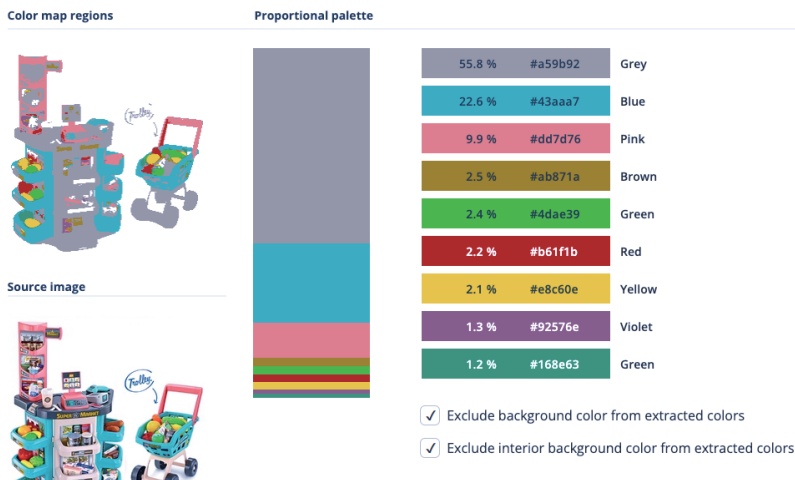
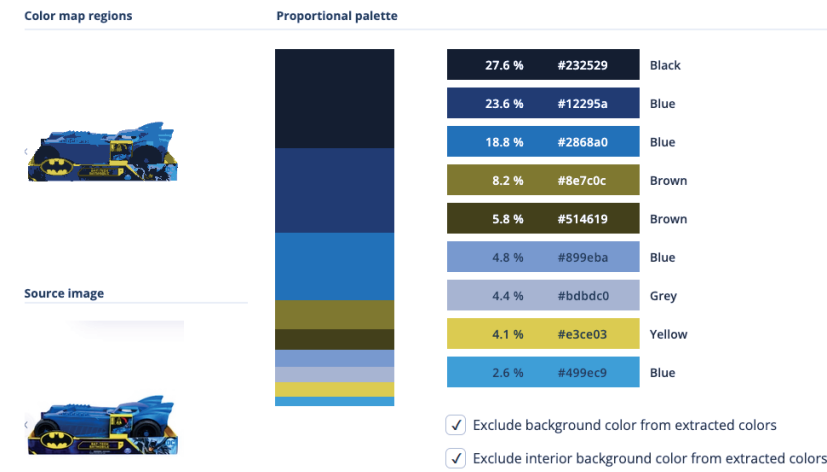
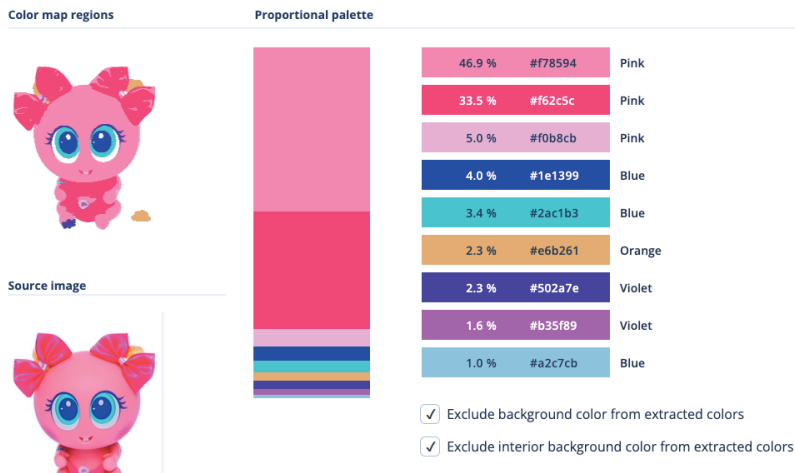
Para recopilar datos empíricos, se diseña un cuestionario guiado que se administra a niños, niñas y adultos. Este cuestionario presenta conceptos específicos vinculados a colores, géneros y profesiones, solicitando a los participantes que establezcan asociaciones. El objetivo es identificar si hay relaciones significativas entre ciertos colores y estereotipos de género, así como explorar posibles conexiones entre colores y roles profesionales. El análisis de los resultados obtenidos permite extraer conclusiones sobre las percepciones y asociaciones de los participantes en relación con los colores de los juguetes de rol y sus connotaciones de género. Finalmente, la investigación propone visualizar estos hallazgos, para

comprender y abordar la influencia de los colores en la construcción de estereotipos de género en juguetes infantiles. A partir de lo anterior, se desarrolla el segundo objetivo del que nos vamos a referir en la siguiente sección.

4.1 Mapeo cromático

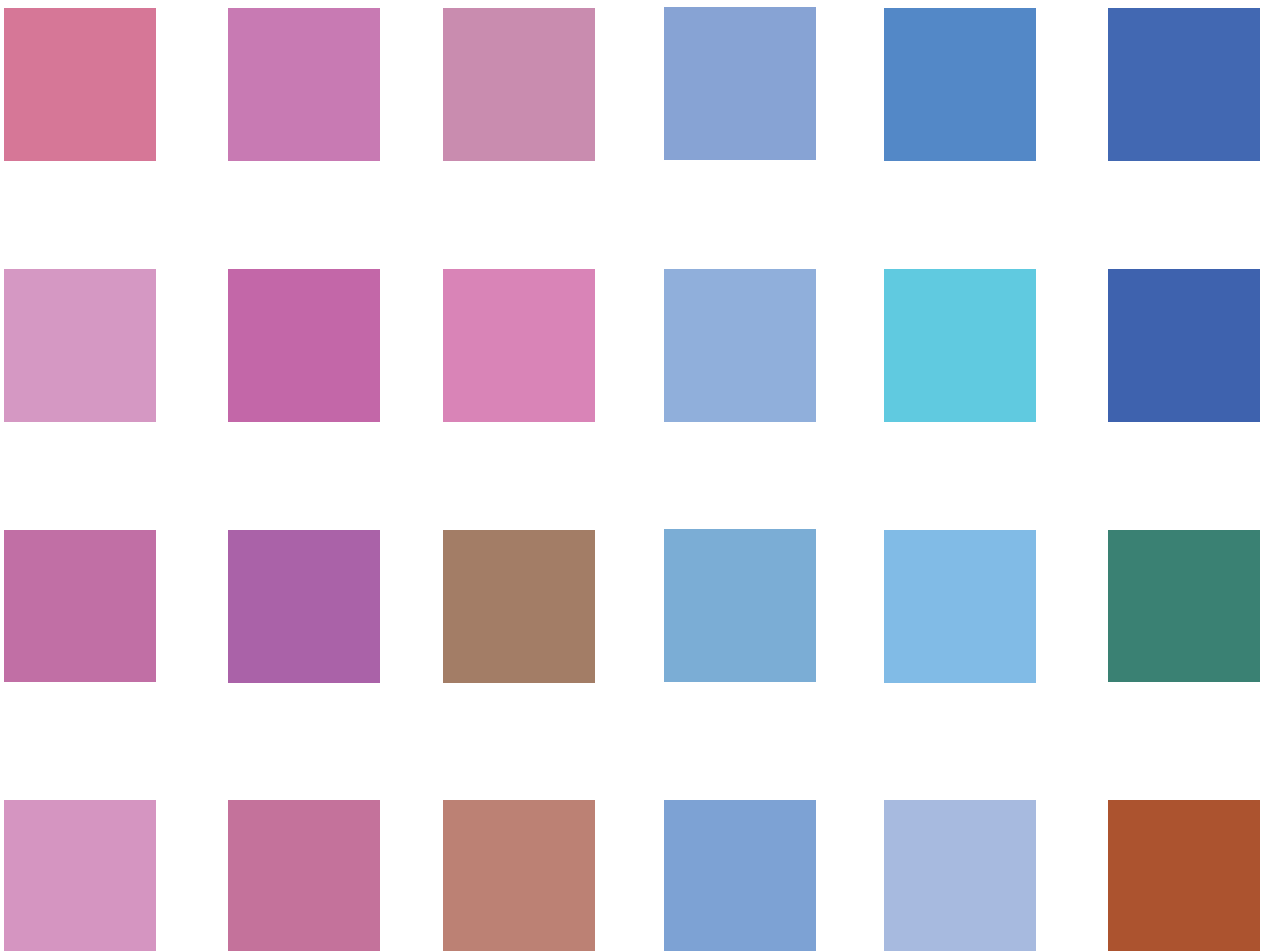
En este segmento, se aborda el segundo objetivo específico, que implica “analizar el color de los juguetes de roles infantiles del retail chileno”, para poder llevarlo a cabo, en primer lugar, se realizó una selección aleatoria de juguetes del retail chileno, acotando el estudio a juegos de rol dirigidos a las edades de 6 a 10 años en las tres categorías previamente nombradas (muñecas y accesorios, figuras y acción y juegos simbólicos). Esta selección se hizo a través de sus respectivos catálogos online. Una vez seleccionados los juguetes del estudio, se utilizaron las imágenes de los catálogos web mencionados anteriormente para realizar un mapeo cromático a través de un software que funciona a través de imágenes rastreando los colores de

ellas, arrojando una paleta de color con los colores más predominantes de cada juguete (anexo). Según eso es que se tomaron los dos colores con mayor porcentaje en cada juguete para formar una nueva paleta de color por categoría, obteniendo así, una paleta de color general de la categoría muñecas y accesorios, otra para figuras y acción y una tercera para juegos simbólicos (anexo 6.3a)

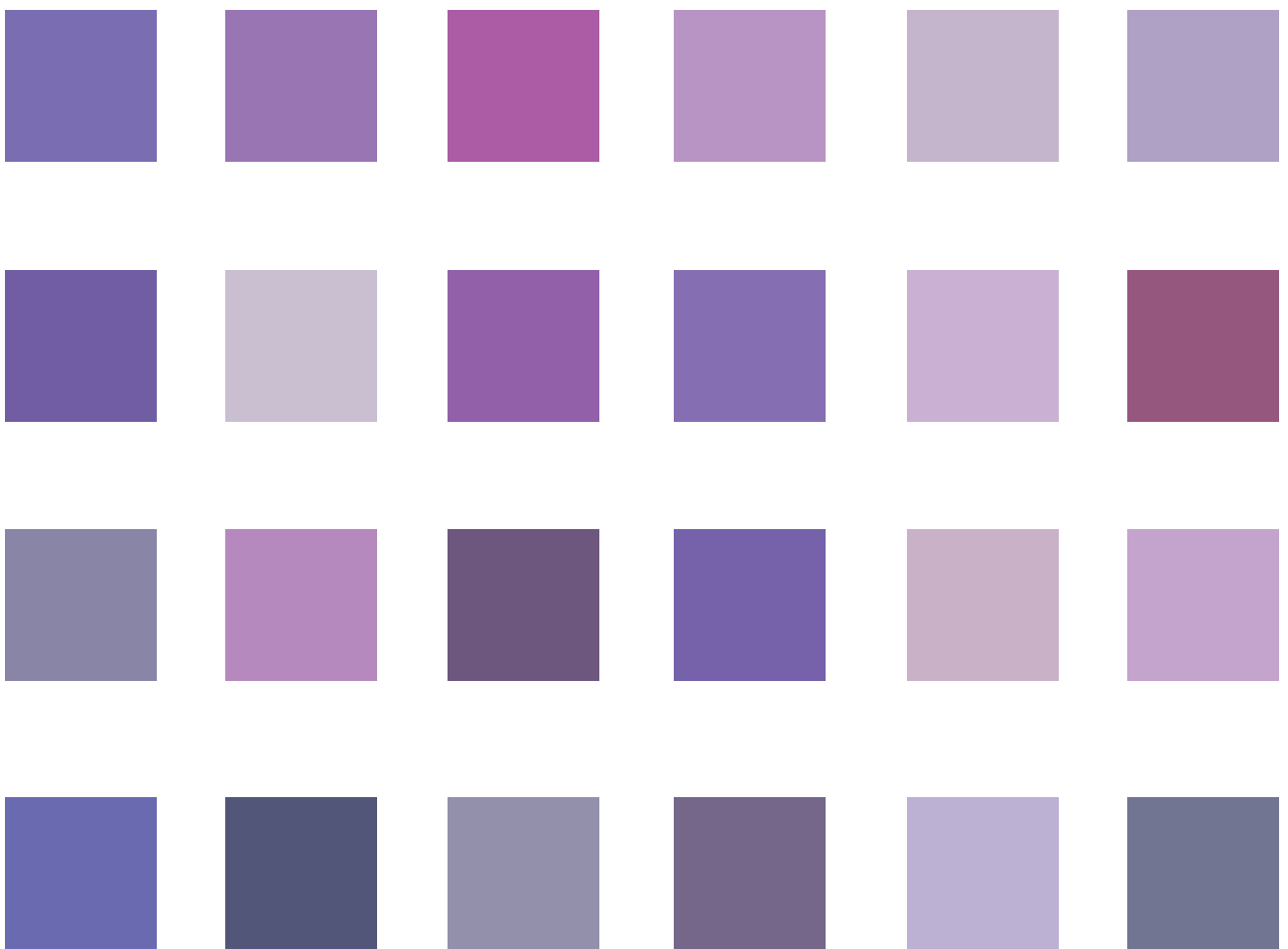


PALETAS OBTENIDAS

MUÑECAS Y ACCESORIOS

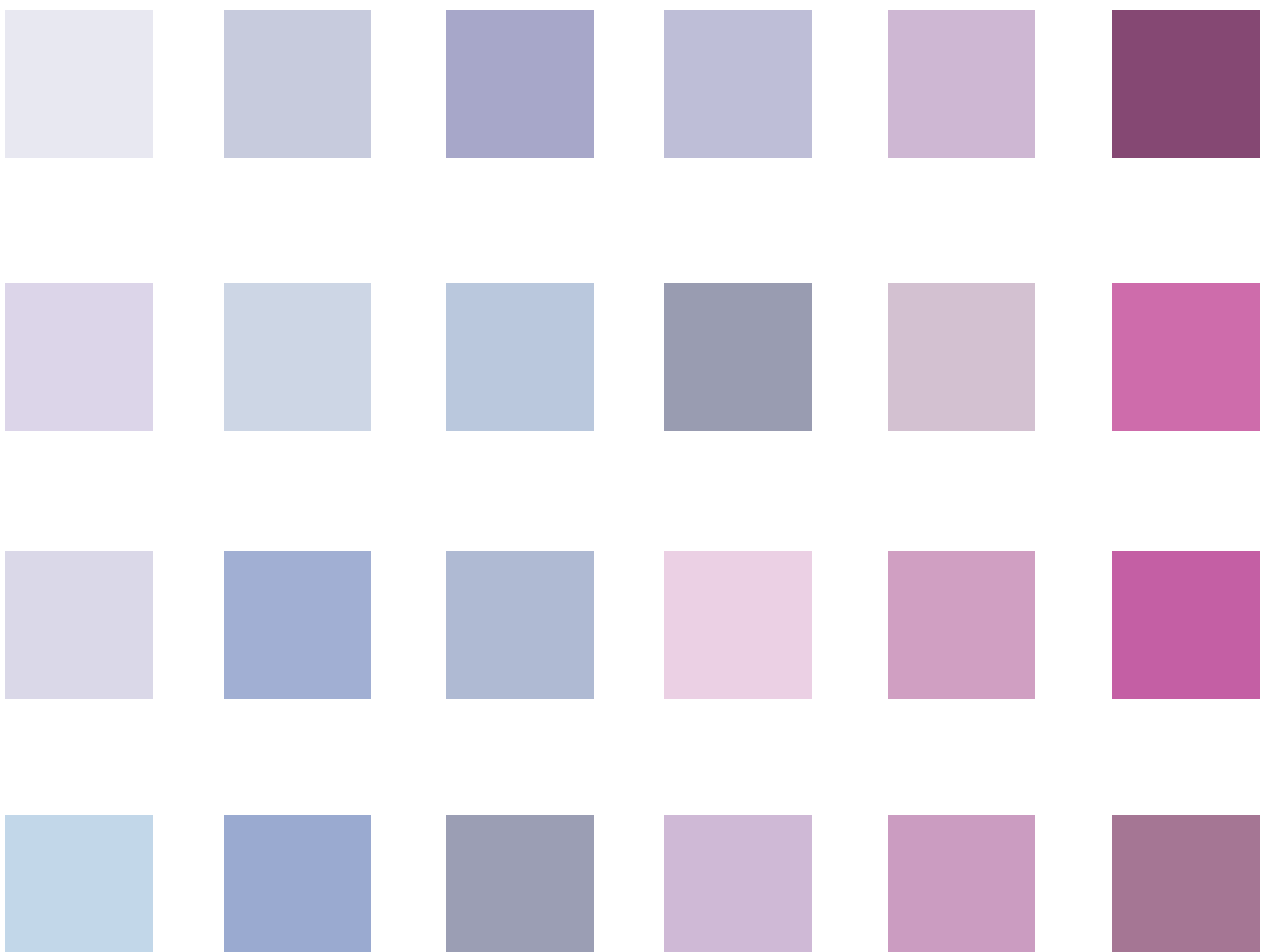


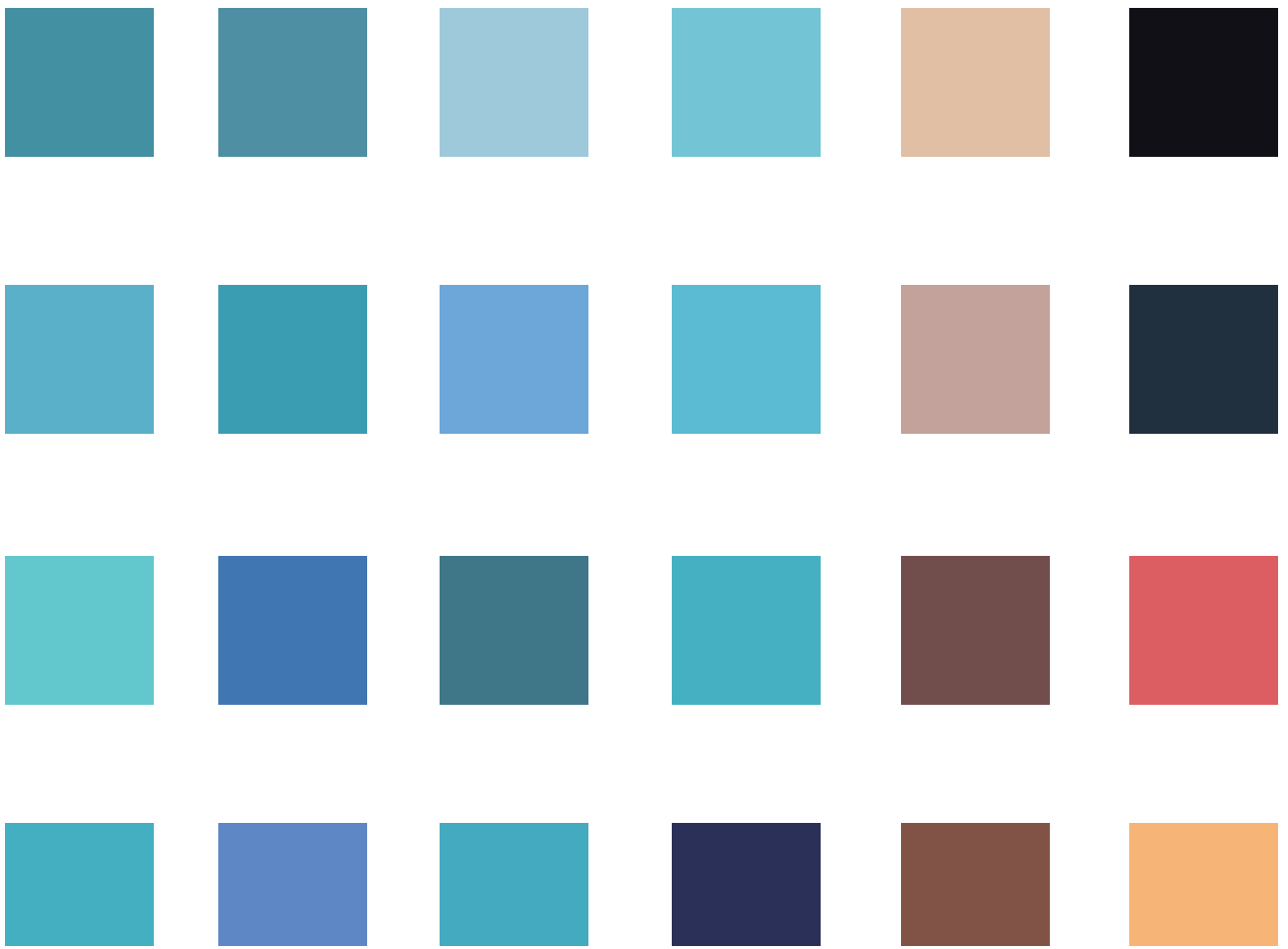
IMÁGEN 20, 21, 22, 23, 24, 25 PALETAS DE COLORES ELABORACIÓN PROPIA



PALETAS OBTENIDAS

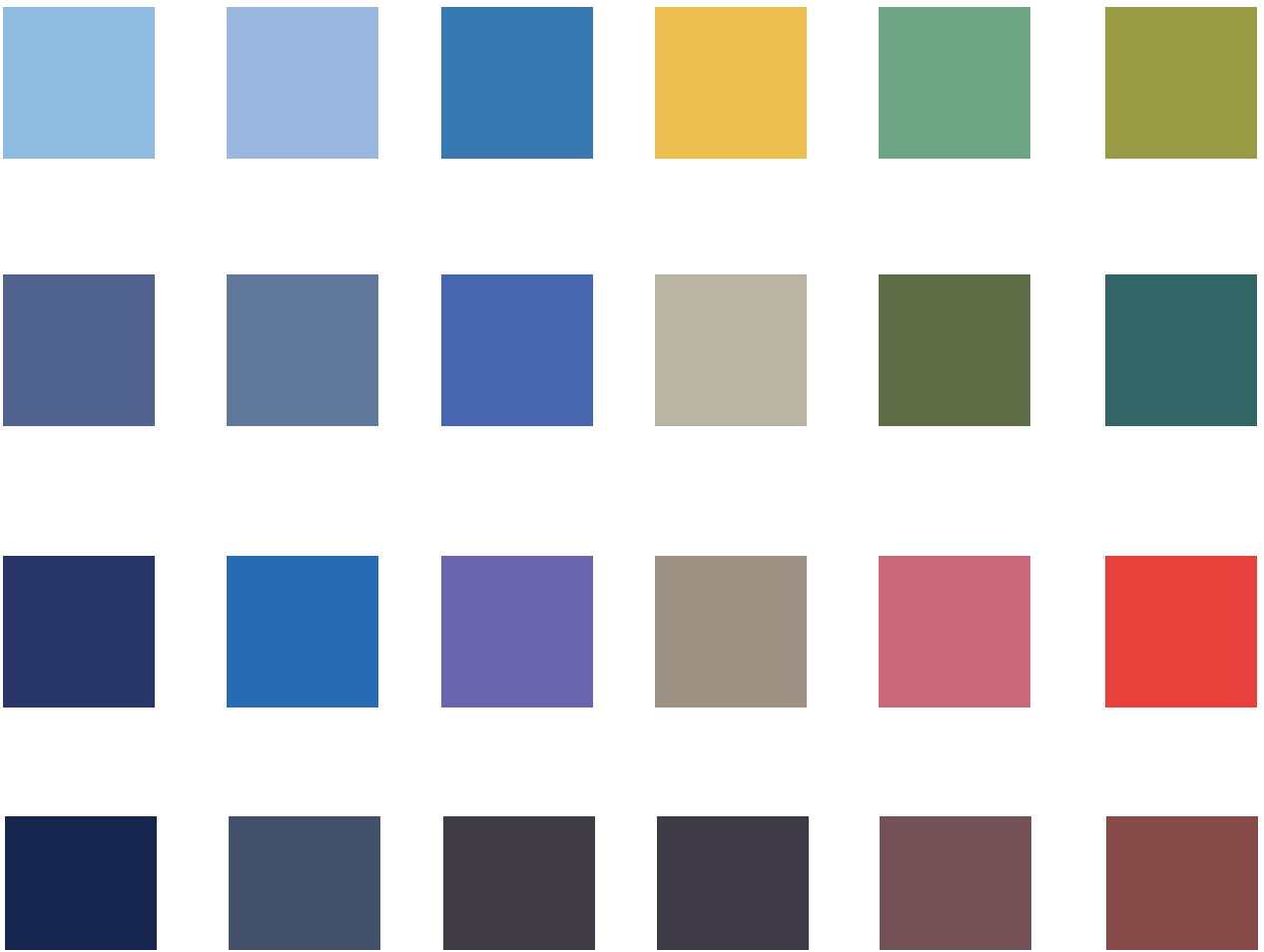
SIMBÓLICOS





PALETAS OBTENIDAS

FIGURAS Y ACCIÓN





4.2 Cuestionario guiado

En virtud de los hallazgos, se plantea resolver el objetivo específico número dos, que busca “identificar la asociación entre colores y género en juguetes infantiles”. Para eso se realizó un cuestionario guiado con dos grupos de estudio, uno para niños y niñas y uno similar para los adultos, que se divide en tres partes principales, además de la preparación previa.

Preparación

A partir del mapeo cromático realizado en la sección anterior, se definieron paletas de color por cada categoría de juegos de rol: muñecas y accesorios, figuras y acción y juegos de simbólicos. Con las paletas obtenidas sintetizadas, se realizó esta parte del estudio. Además se llevó a cabo una encuesta de manera

digital a 52 personas aleatorias donde se les preguntó qué palabras o conceptos asocian a mujeres y hombres y así obtener conceptos que las personas relacionan a ciertos géneros determinados, para estudiarlos en relación al color (anexo 6.3b). Los conceptos más nombrados se utilizaron para el cuestionario de ambos grupos. Asimismo, se sumaron ciertos conceptos del libro: Psicología del color de Eva Heller para incorporar conceptos ya estudiados.

Parte uno: Concepto - Color

Para comenzar el cuestionario guiado, se nombró uno a uno los conceptos seleccionados, y se les pidió a los niños que los fueran relacionando con un color. Para esto, se elaboraron stickers con los

diferentes conceptos y los niños debían ponerlos sobre el color al que relacionaban el concepto preguntado.

color. Para esto, se elaboraron stickers con los diferentes conceptos y los niños debían ponerlos sobre el color al que relacionaban el concepto preguntado.

Parte 2: Roles y profesiones - Color

Para la segunda parte del cuestionario, en conjunto con profesionales del área de la educación, se seleccionaron oficios o profesiones que los niños entre 6-10 años ya han aprendido y conocen, para así, hacer un listado de profesiones y ver si hay una relación entre los roles asociados a un género determinado y los colores a los que se asocian esas profesiones o roles y así poder comprender si los estereotipos

de género también se reflejan en esta área, ya que los juguetes a estudiar se relacionan bastante a los roles. Para esto, al igual que en la parte uno, se elaboraron stickers con las diferentes profesiones y los niños debían ponerlos sobre el color que asociaban con cada profesión.

Parte 3: Conceptos - Paleta de color

En la etapa final del cuestionario se busca establecer una relación entre las paletas de color por categoría de juguetes de rol y conceptos asociados a ellas.

Para esto se les mostró las diferentes paletas de colores de cada categoría y se les preguntó a los usuarios que conceptos o palabras relacionaban a cada paleta cromática, para así confirmar si por ejemplo la categoría de “muñecas

y accesorios” las personas la asocian a conceptos relacionados a un género específico o no. Esto se fue escribiendo en un cuaderno para luego traspasar los resultados.

CONCEPTOS OBTENIDOS PARTE UNO

Eva Heller	Encuesta
Tranquilidad	Delicado
Diversión	Belleza
Aburrido	Suavidad
Amor	Ternura
Energía	Fuerza
	Valentía
	Velocidad
	Aventura
	Poder

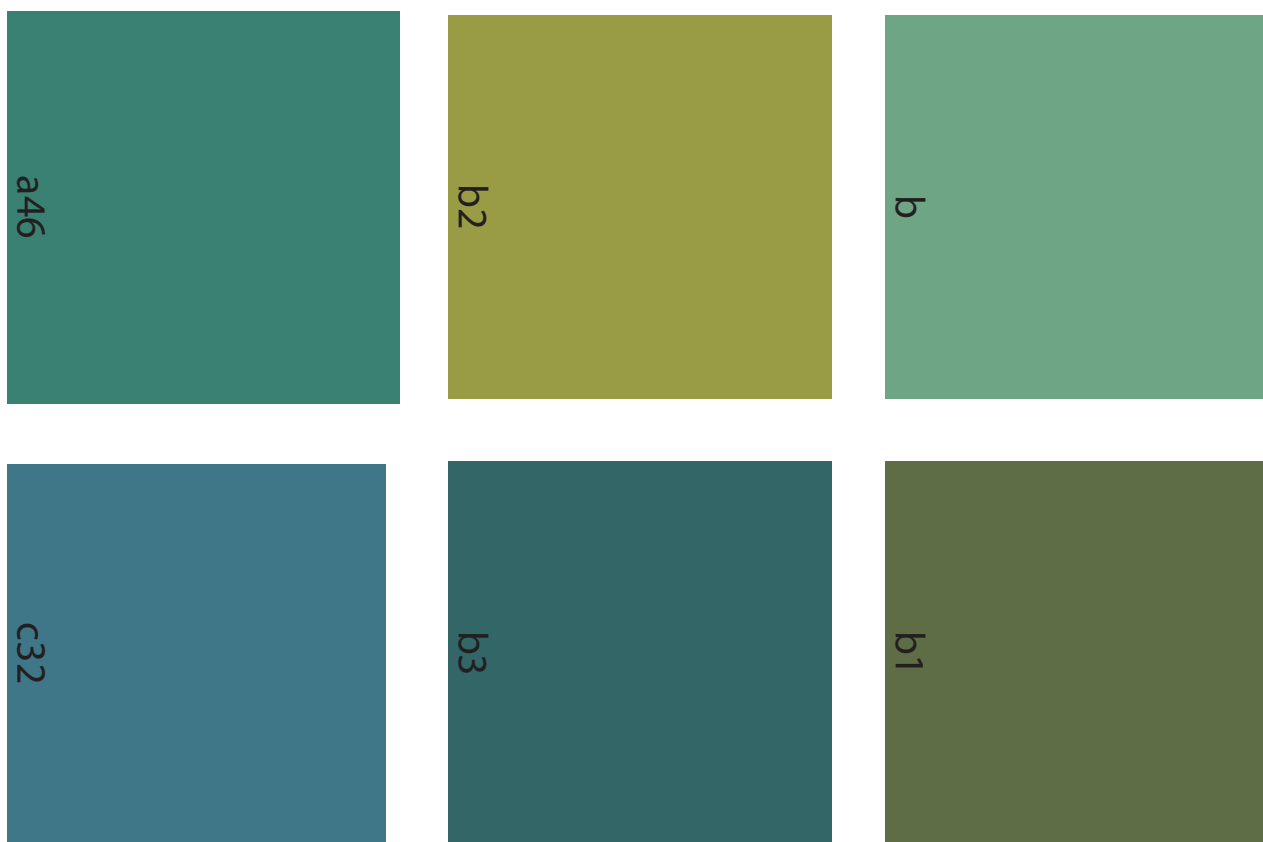
IMÁGEN 25 CONCEPTOS OBTENIDOS

PROFESIONES OBTENIDAS PARTE DOS

Profesiones
Futbolista
Profesor/a
Doctor/a
Veterinario/a
Artista
Constructor/a
Piloto
Bombero
Enfermero/a
Cocinero/a

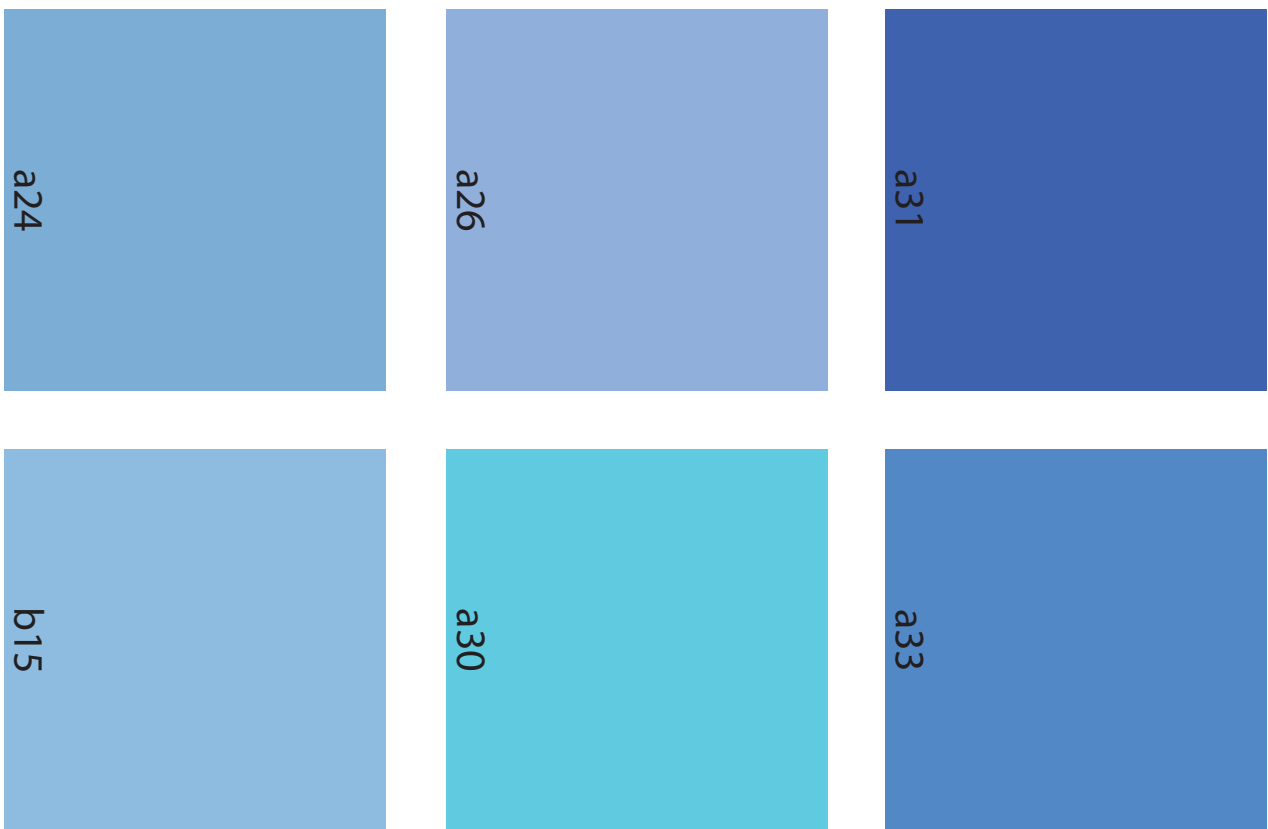
IMÁGEN 26 PROFESIONES OBTENIDAS

PALETAS DE COLOR SINTETIZADAS



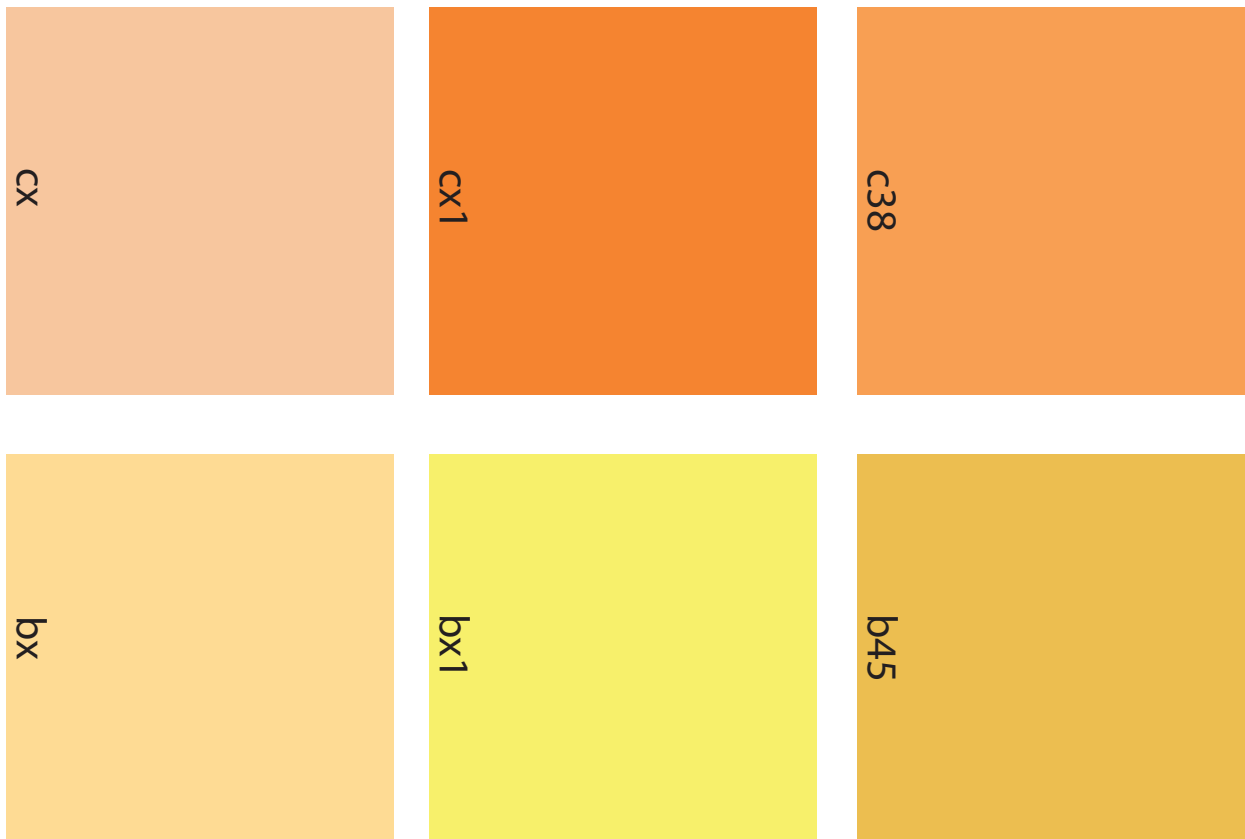
IMÁGEN 27 PALETAS FINALES

PALETAS DE COLOR SINTETIZADAS



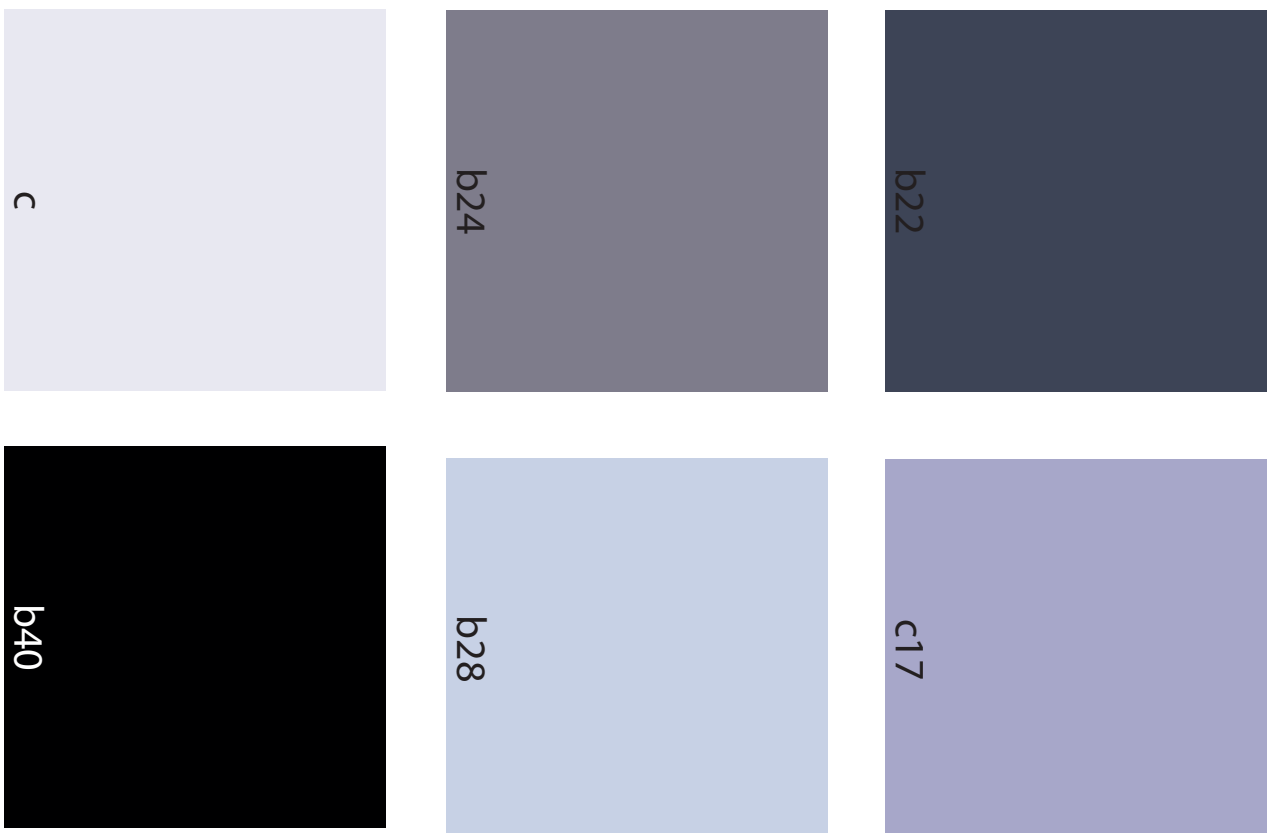
IMÁGEN 28 PALETAS FINALES

PALETAS DE COLOR SINTETIZADAS



IMÁGEN 29 PALETAS FINALES

PALETAS DE COLOR SINTETIZADAS



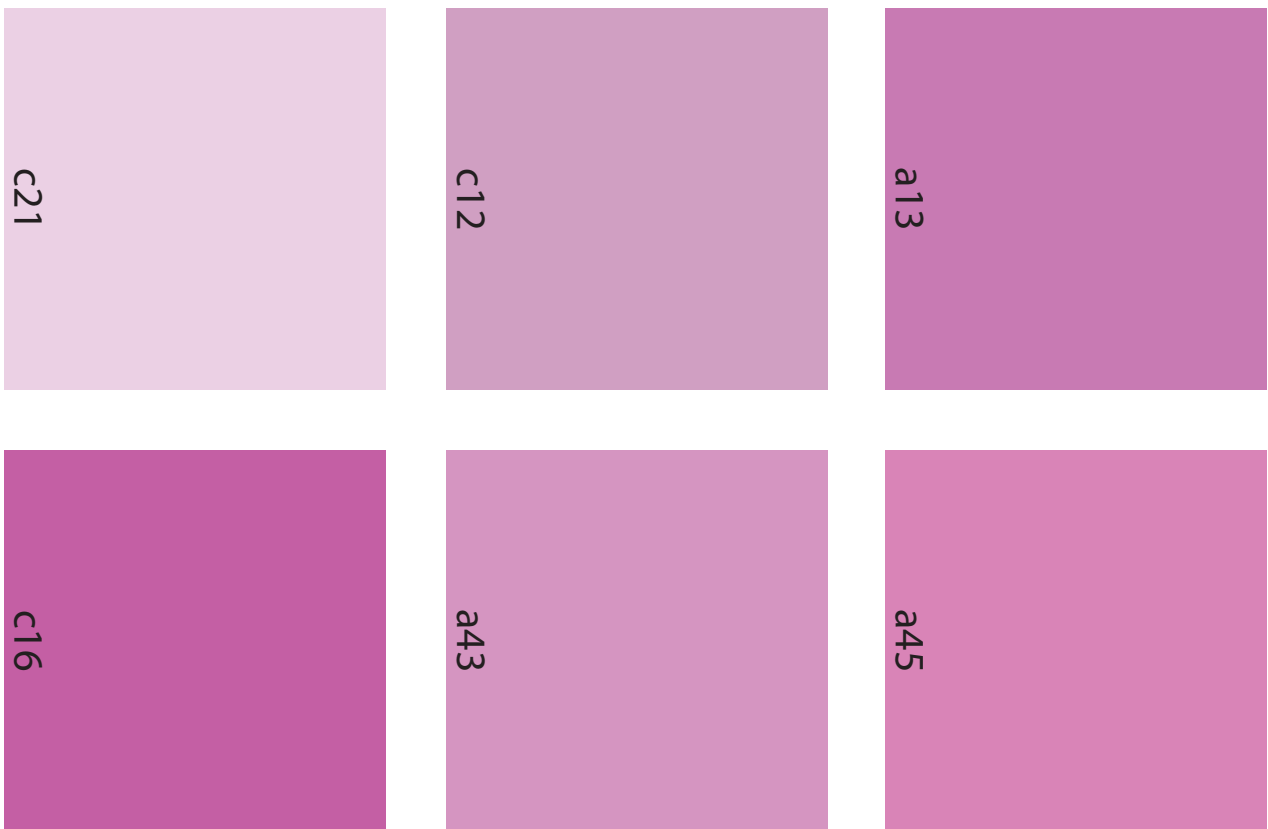
IMÁGEN 30 PALETAS FINALES

PALETAS DE COLOR SINTETIZADAS



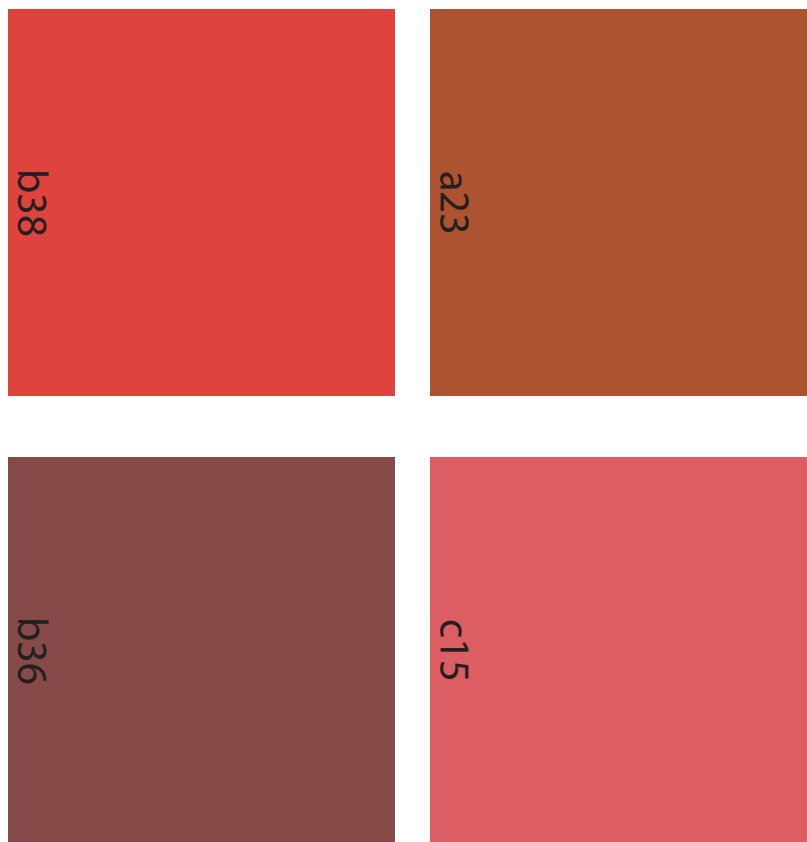
IMÁGEN 31 PALETAS FINALES

PALETAS DE COLOR SINTETIZADAS



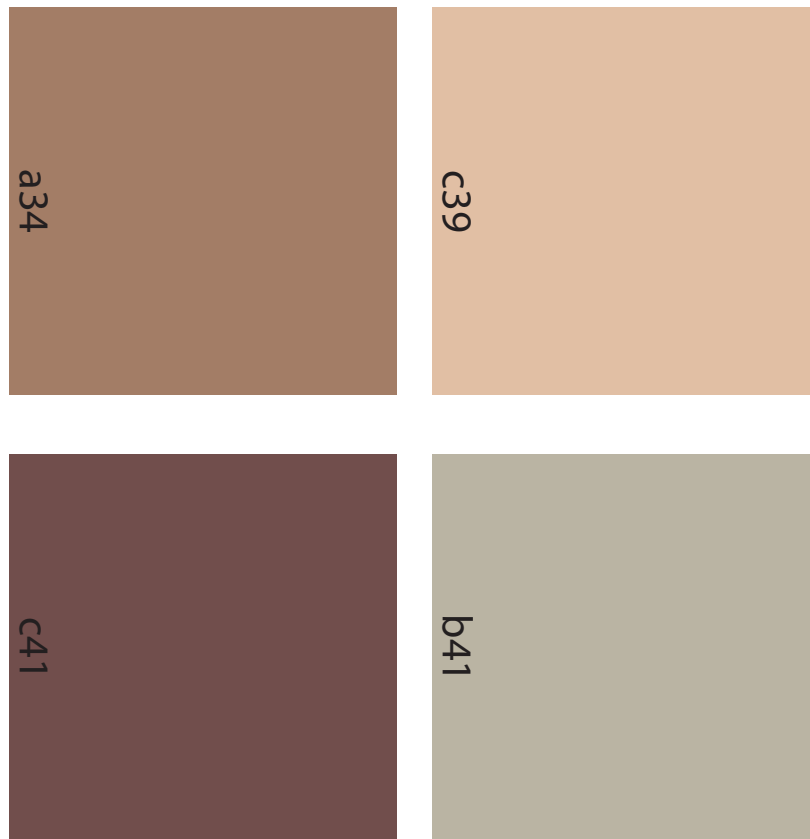
IMÁGEN 32 PALETAS FINALES

PALETAS DE COLOR SINTETIZADAS



IMÁGEN 33 PALETAS FINALES

PALETAS DE COLOR SINTETIZADAS



IMÁGEN 34 PALETAS FINALES

4.3 Análisis e interpretación

El análisis de los resultados obtenidos durante el cuestionario guiado, será descrito a continuación, y sigue abordando el objetivo número dos que es identificar la asociación entre colores y género en juguetes infantiles.

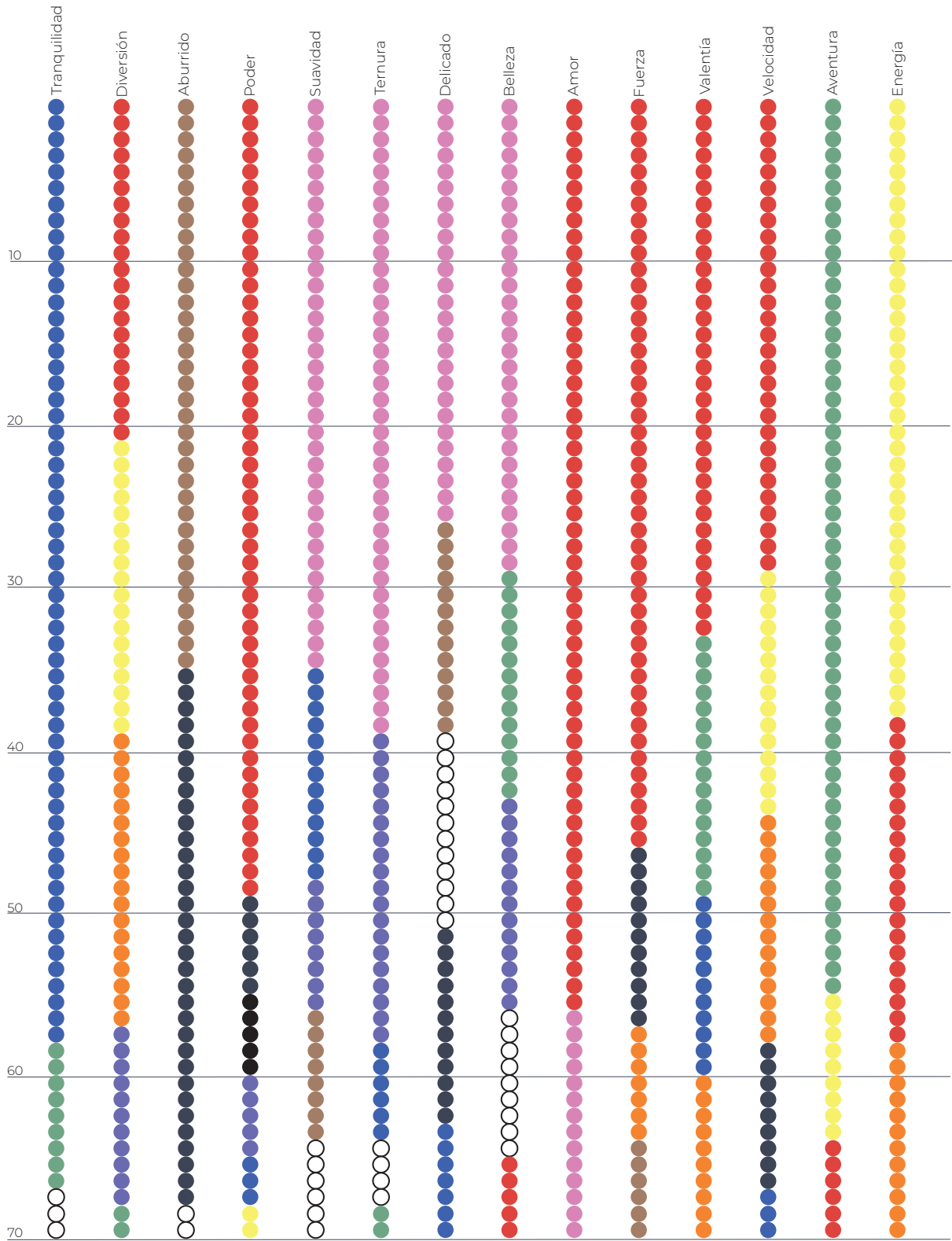
Para eso fue necesario cruzar la información del estudio de literatura con lo obtenido a partir de los cuestionarios. El análisis se realiza a través de esquemas, visualizaciones, tablas y diferentes medios para un estudio más estructurado.

Se elaboraron tablas donde resumen los resultados obtenidos con los niños y niñas, y los adultos según la frecuencia que se seleccionó cada opción. Cada columna (vertical) es para un concepto y cada círculo equivale a una persona. Esto se fue completando con la cantidad de

personas que realizaron cada cuestionario, por lo tanto en los adultos hay un total de 70 círculos y en los niños un total de 25. El color del círculo es el color con el que se asoció el concepto, por lo que si existen tres círculos violetas en una columna, significa que para ese concepto se asoció tres veces ese color.

En la segunda tabla, se hizo lo mismo con las profesiones. Una vez registrado estos datos se fueron analizando y comparando con los hallazgos más relevantes.

TABLAS GENERALES



IMÁGEN 35, 36, 37, 38 TABLA RESULTADOS

TABLAS GENERALES

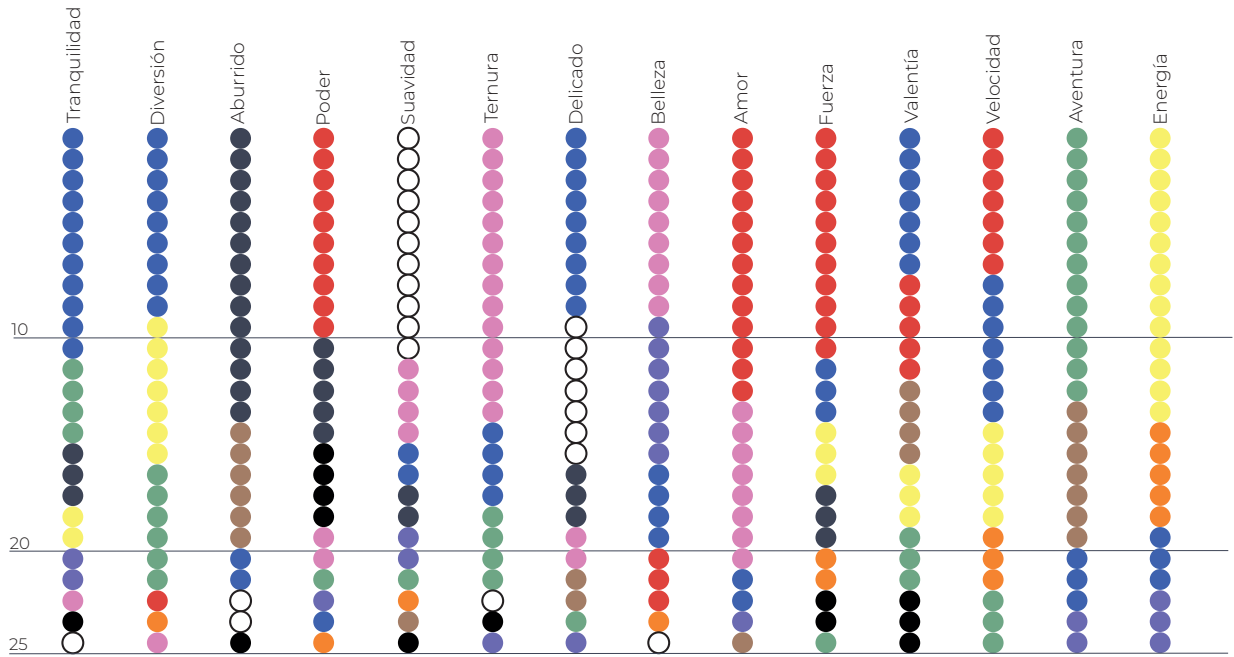
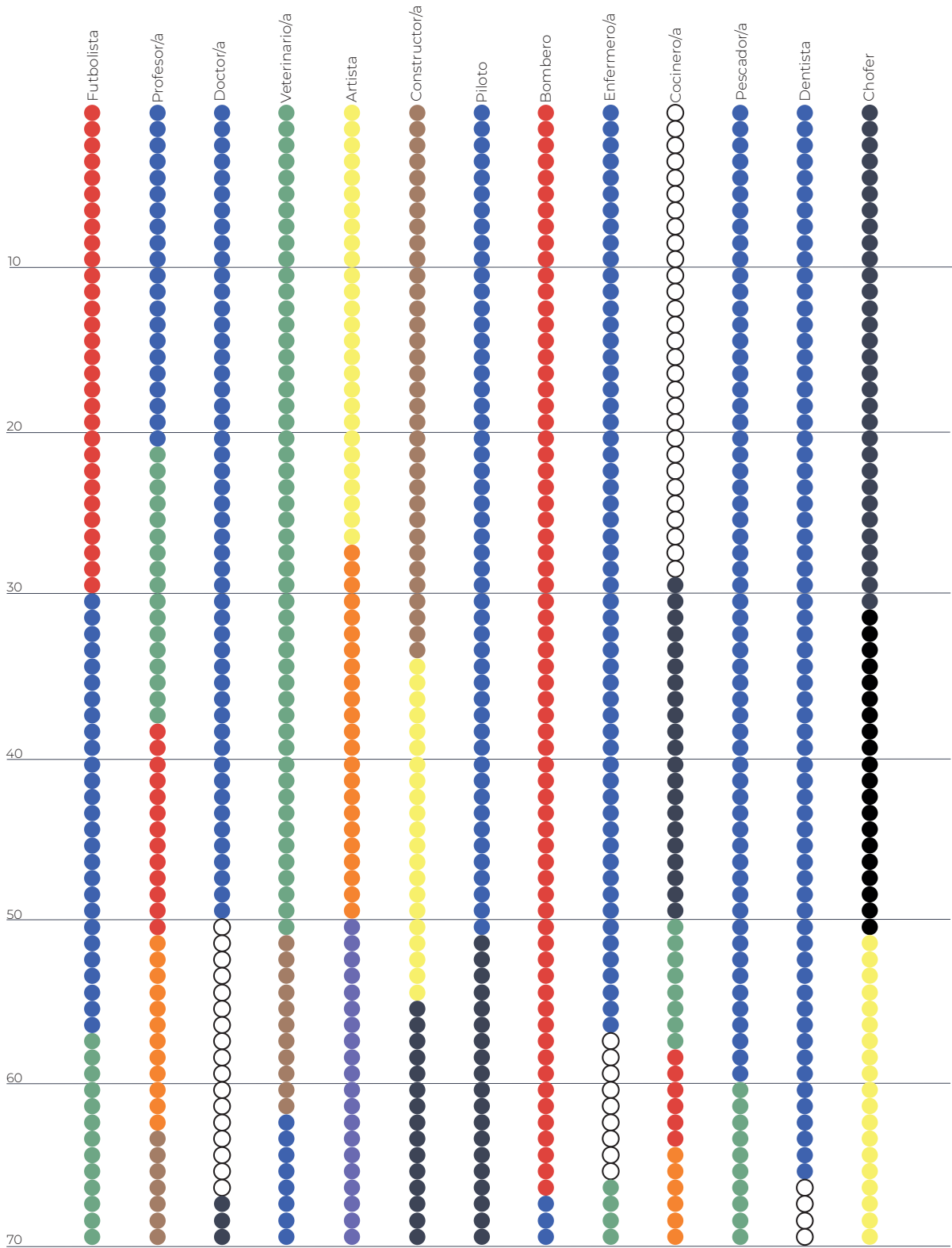


TABLA IZQUIERDA ADULTOS (MUESTRA 70) - TABLA DERECHA NIÑOS (MUESTRA 25)

TABLAS GENERALES



TABLAS GENERALES

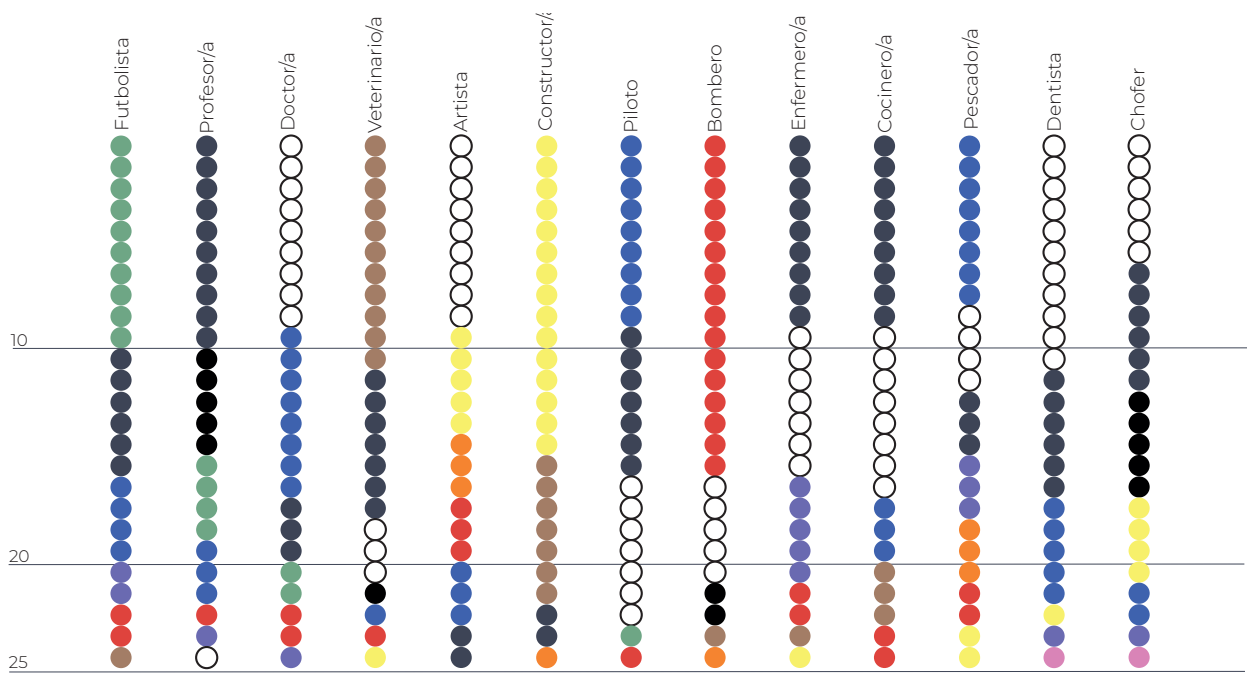
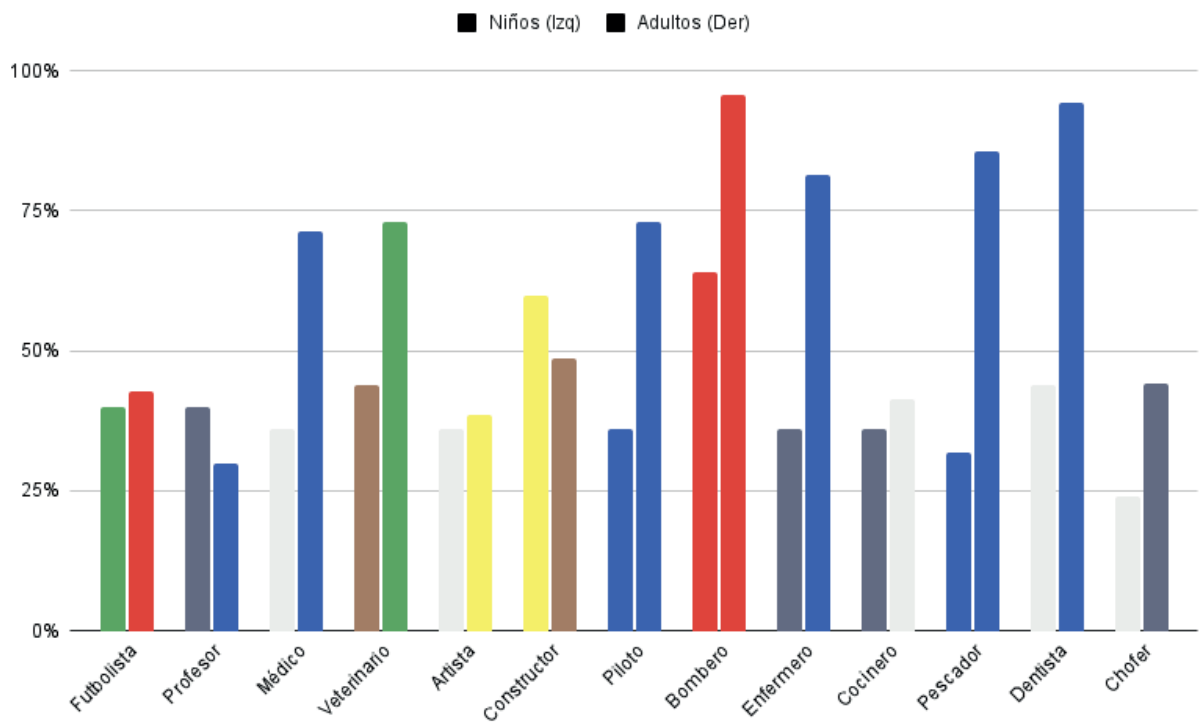
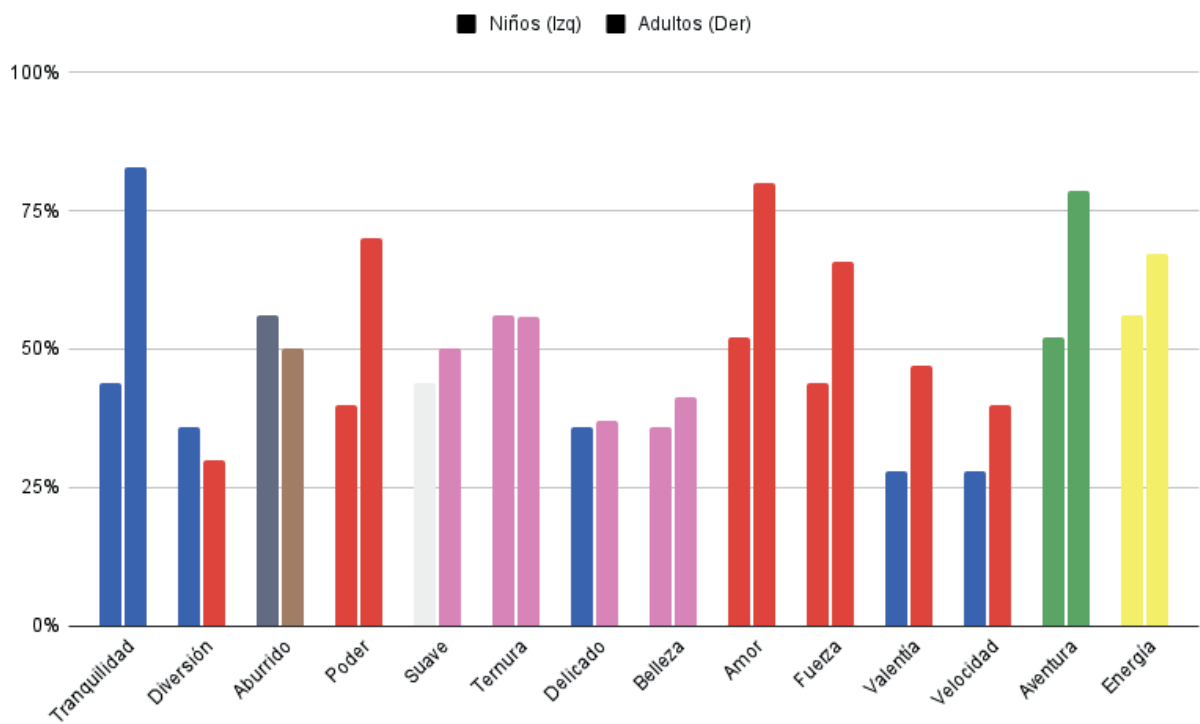


TABLA IZQUIERDA ADULTOS (MUESTRA 70) - TABLA DERECHA NIÑOS (MUESTRA 25)



IMÁGEN 39, 40 GRÁFICOS RESULTADOS

A) ANALISIS PARTE UNO Y DOS CUESTIONARIO

En el gráfico de arriba podemos observar que hay ciertos conceptos donde ambos grupos están de acuerdo con sus elecciones y lo asocian al mismo color en gran medida, esto se puede advertir en los conceptos de tranquilidad, poder, ternura, belleza, amor, fuerza, aventura y energía. Sin embargo, como hemos observado en las tablas generales, los niños y niñas varían más en cuanto a sus elecciones, esto lo podemos concretar con el análisis de los porcentajes de cada grupo, dónde por ejemplo en tranquilidad un 44% eligió el color azul, pero aún queda un 56% restante que se dividió en diferentes resultados, por lo que más de la mitad de los niños dividieron sus opciones. A diferencia del grupo adulto que en el mismo caso, asociaron el color azul a tranquilidad en un 83% quedando tan solo un 17% restante que eligió otro color. Esta observación se dió en la mayoría de los conceptos a excepción de: aburrido, ternura, amor, aventura y energía. De los catorce conceptos estudiados tan solo 5

fueron más consistentes y menos variados en el grupo infantil. En el caso de los adultos, cinco conceptos fueron variados y los nueve restantes fueron respuestas similares entre ellos.

De esto se puede inferir, que los niños y niñas aún tienen variedad de pensamiento, mientras que los adultos, al parecer, están más seteados en su pensamiento.

En el gráfico de abajo, en cuánto a las relaciones con el color y las profesiones se observa mayor acuerdo entre los dos grupos estudiados. En las profesiones que mayor concuerdan son: piloto, bombero y pescador. Sin embargo, en el grupo adulto nuevamente sucede que hay menos diferencia de respuesta entre ellos, donde seis de las profesiones estudiadas tienen un porcentaje menor al 50% (osea la mitad de la muestra) y todo el resto supera esa cifra, llegando a concluir que en este grupo piensan similar unos con otros y asocian los mismos colores a las mismas profesiones. A diferencia de los niños y

niñas, que solo dos profesiones superan el 50% y todo el resto existe una amplia diferencia y variedad en sus respuestas. Esto podría tener relación a los uniformes de las diferentes profesiones, por ejemplo bombero, su uniforme es rojo y es al color que mayor se asoció. Sin embargo, en profesiones con uniformes menos evidentes, los niños y niñas lo tienden a asociar a otras cosas, mientras que los adultos no. Un ejemplo de esto fue con la profesión pescador, donde a pesar de que al color que más relacionaron fue al azul, existieron casos que se le relaciona al rojo o naranja por los peces del mar, mientras que el adulto, no hizo ese tipo de relaciones, o lo hace en menor medida.

B) ANALISIS PARTE TRES CUESTIONARIO

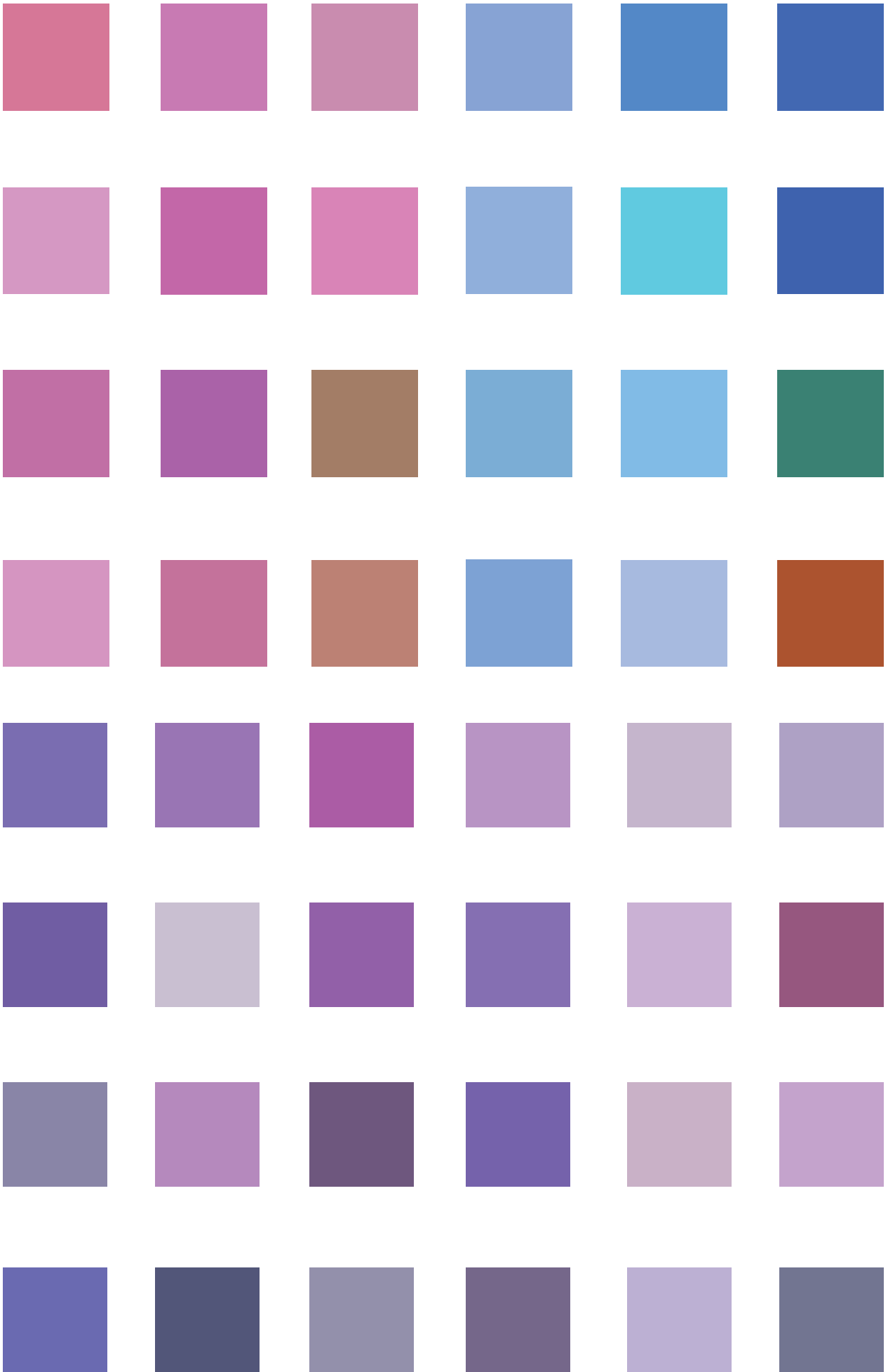
Para la última parte del cuestionario se les pidió a los usuarios que nombraran palabras, conceptos e incluso emociones que asociaran a las diferentes paletas de color obtenidas previamente de los juguetes infantiles a través de los mapeos cromáticos. Los conceptos obtenidos por paleta de color por categoría se analizarán en profundidad con un mapa conceptual en la siguiente sección ya que se cruzan con el análisis de los estereotipos de género. Sin embargo, hay dos conceptos que se seleccionaron para hacer énfasis en ellos ya que son los que mayores hallazgos se encontraron en relación al tema. Luego de esos dos conceptos se mostrarán las paletas cromáticas por categoría y a que conceptos las asociaron.

Belleza

Este concepto en el grupo adulto se relaciona tanto en la categorías de muñecas y accesorios como en la de juegos simbólicos, ambas categorías relacionadas a temáticas que tienen que ver con estética, donde los mensajes que dirigen esos juguetes en muchas ocasiones van ligados a este concepto, por lo que es muy interesante que las personas sin saber que los colores mostrados vienen de estos juguetes, lo hayan asociado a este concepto.

Tranquilidad

Este concepto, como hemos visto, se asoció al color azul, pero lo interesante es que a pesar de eso, fue un concepto que se repitió bastante en diferentes categorías.



CONCEPTOS ASOCIADOS A MUÑECAS Y ACCESORIOS

Amor

Artista

Bailarina

Belleza

Desierto

Diseñadora

Femenina

Infantil

Mar

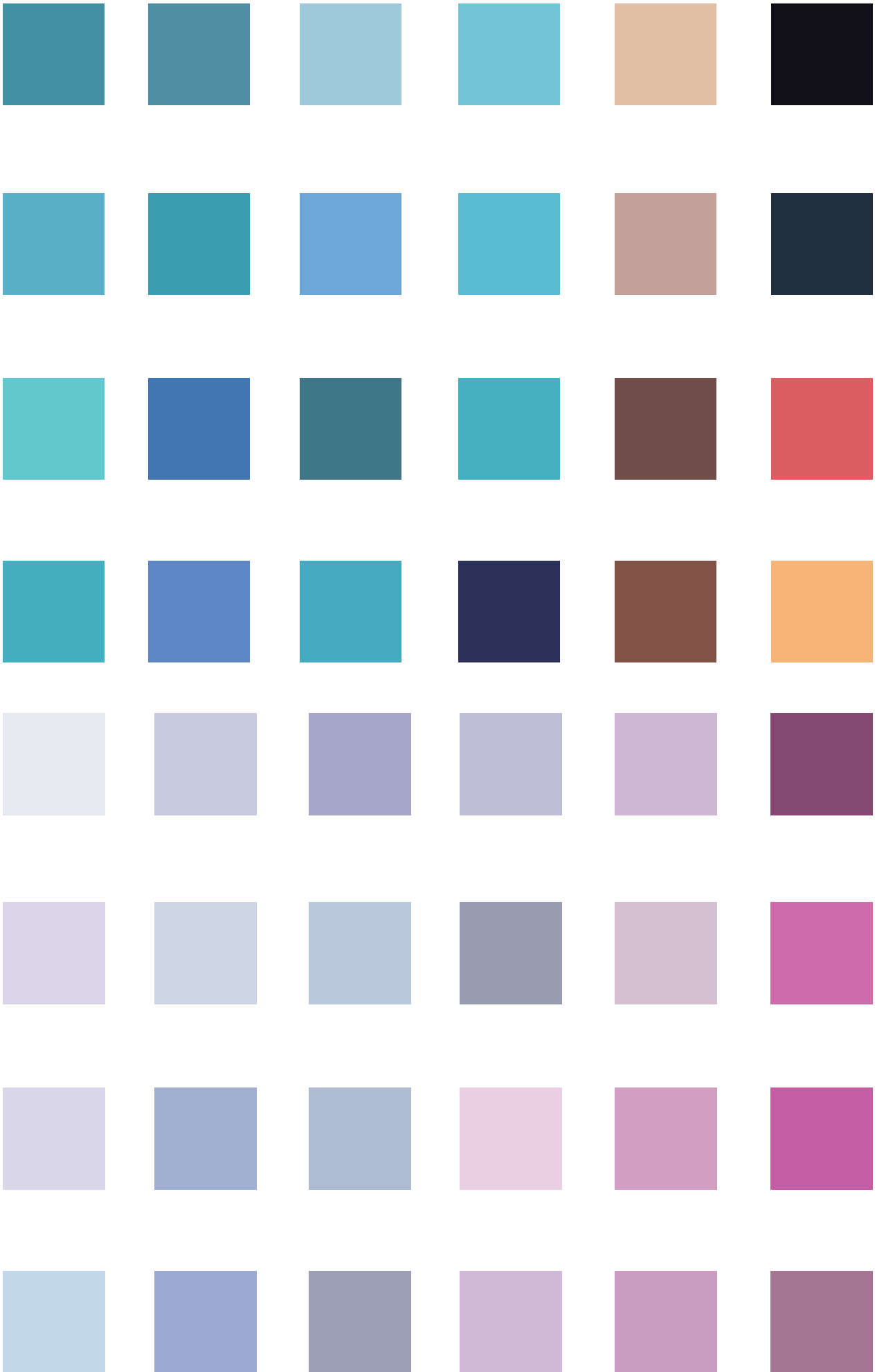
Niña



IMÁGEN 43 PALETAS FIGURAS

CONCEPTOS ASOCIADOS A FIGURAS Y ACCIÓN

Abogado
Aburrido
Aventura
Bombero
Formal
Frío
Ingeniero
Oficina
Profesional
Seriedad
Trabajo
Tristeza
Fuerza



IMÁGEN 45 PALETAS SIMBÓLICOS

CONCEPTOS ASOCIADOS A JUGUETES DE ROL

Belleza

Delicado

Hogar

Limpieza

Playa

Suave

Tranquilidad

Verano

C) ANÁLISIS EN RELACIÓN A ESTEREOTIPOS DE GÉNERO

Para analizar las relaciones con posibles estereotipos de género se fueron desglosando los resultados y hallazgos obtenidos tanto del cuestionario como de las encuestas y cruzando la información con la encuesta de asociaciones color-género (anexo 6.3c).

Según eso se elaboraron mapas conceptuales, uno para el grupo de niños y niñas y otro para el grupo de adultos, donde se establecieron diferentes relaciones (anexo 6.3d).

En primer lugar, están los estereotipos que se dividen en masculinos y femeninos. Para el género masculino se asocian cuatro colores: azul, verde, gris y café. De los cuales el azul se asocia a los conceptos de tranquilidad, diversión, delicado, valentía y velocidad. El verde a la aventura, y el gris al aburrimiento. Por otro lado, los colores asociados al género femenino son el rosado y el violeta de los cuales los niños le asocian los conceptos de ternura, belleza para el rosado pero ningún concepto fue asociado para el violeta.

Luego se revisó lo obtenido en cuánto a juguetes, donde en cada categoría también se pidió conceptos a los que asociar cada paleta de color. Los conceptos más nombrados se usaron para el estudio y buscar relaciones. En este caso, en el grupo de niños y niñas, se pueden conectar los conceptos relacionados a la paleta de la categoría de figuras y acción con los conceptos relacionados al color azul, que a la vez se relaciona con el género masculino. Lo mismo pasa con el concepto de aburrimiento, ya que fue un concepto asociado en la paleta cromática de figuras y acción y a la vez asociado al color café que se relaciona con el género masculino. Respecto a la segunda categoría, juegos simbólicos, pasa algo similar, aparecen conceptos de ternura y amor asociados a la paleta cromática de esta categoría y a la par esos conceptos fueron asociados al color rosado que es uno de los colores asociados al género femenino. Sin embargo, en este caso, también se nombró el concepto

de tranquilidad, que como hemos dicho antes, está relacionado al color azul, osea a lo masculino. Para la tercera categoría muñecas y accesorios se nombraron dos conceptos que se asocian a la paleta de color y a la vez a los colores estudiados, amor y tranquilo. Acá pasa algo diferente, y es que el concepto amor se asoció al color rojo, y este color las personas no lo asocian a ningún género en especial, y el otro concepto arrojado es tranquilidad ligado al azul, por ende a lo masculino. Según esto podríamos decir que en el grupo de niños y niñas, esta categoría no se percibe como algo femenino ni masculino a raíz del color, pero tal vez sí por otro tipo de motivos.

Para el segundo grupo de estudio se utilizó la misma herramienta del mapa conceptual pero con los datos obtenidos del cuestionario del grupo adulto.

Nuevamente están los estereotipos de género que se dividen en ambos géneros (masculino y femenino) y sus respectivos

colores asociados. En este caso el color azul fue asociado solo al concepto de tranquilidad, mientras que el color verde sigue siendo aventura, y esta vez para el concepto de aburrimiento el resultado cambió de gris a café. Para establecer las relaciones entre estereotipos y los juguetes a través del color, se vuelve a realizar las mismas conexiones anteriores donde para la categoría de figuras y acción aparece el concepto de tranquilidad, aventura y fuerza. Los dos primeros conceptos nombrados se relacionan a los conceptos asociados a colores dentro del género masculino mientras que el tercero está asociado al rojo que fue un color que no se relaciona con ningún género específico. Luego tenemos la categoría de juegos de rol o también llamada simbólica donde aparecen ya cuatro conceptos relacionados al color rosado, por ende al género femenino. Además dos de los conceptos nombrados (hogar y limpieza) tienen bastante que ver con el tipo de juguetes de esta categoría, lo

que es un hallazgo bastante interesante. Finalmente en la categoría de muñecas y accesorios, nuevamente aparecen conceptos relacionados al color rosado, amor y belleza, y aparecen dos nuevos conceptos que se relacionan esta vez, de forma directa al género femenino (femenina y niña).

D) CONCLUSIONES ESPECÍFICAS

El cuestionario me ayudó a llevar a cabo gran parte de la investigación así como también a obtener hallazgos concretos más allá de mis creencias o hipótesis. En el cuestionario se observó que entre ambos grupos de estudio hay diferencias, donde por ejemplo en los niños y niñas tienden a variar más en cuánto a sus elecciones, muchas veces toman sus decisiones basándose en recuerdos o cosas que tienen, por ejemplo, suavidad la relacionan bastante a blanco por el color de sus mascotas o peluches, y muchas veces sus elecciones no tenían nada que ver con estereotipos sino más bien con sus recuerdos. Esta observación se obtuvo a través de cosas que ellos decían en el momento de responder cuando realizaban el cuestionario. En segundo lugar, en este grupo de estudio, los tonos de los colores importaron, a diferencia del otro grupo que entraremos en profundidad más adelante. Para los niños un tono de café claro se les hacía lindo y tierno, mientras que el oscuro no les gustaba y

les parecía feo. Con este grupo de estudio se comprendió que los niños y niñas no tienen incorporado en gran medida los estereotipos de género, sí en algunas cosas, pero no en todo lo que eligen. Por otro lado, el grupo adulto está más condicionado, y sus respuestas son más uniformes, también les costó mucho más tomar sus decisiones, pensaban bastante antes de responder. Esto se puede deber a que no establecen relaciones con cosas concretas, como los niños, que rápidamente al nombrarles un concepto lo relacionaban a algo y según el color de eso, ellos establecieron la relación con el color. Es por eso, que en mi opinión se les hizo más fácil a ambos grupos las relaciones con profesiones ya que era asociar un color a algo más concreto donde ambos grupos establecieron la relación con los uniformes, sin embargo, el grupo infantil en menor medida ya que aún existieron casos donde lo relacionaban con otras cosas.

5. Conclusiones

- 5.1 Conclusiones generales
- 5.2 Implementación

5.1 Conclusiones generales

Para concluir, esta investigación me propuso un desafío, donde existieron problemas, y situaciones que muchas veces fueron difíciles de resolver, sin embargo, se lograron superar con éxito. A pesar de eso, creo que esas situaciones fueron un aporte ya que tuve que aprender a superarlas y abordarlas de la mejor manera posible, y así crecer en el ámbito académico y llevar a cabo un crecimiento personal, donde tanto yo como el proyecto maduraron profundamente durante el año, poniendo en práctica lo que he aprendido durante la carrera y mis conocimientos y habilidades.

Por otro lado, agradezco el conocimiento que me entregó toda la literatura que se estudió en el marco teórico ya que me permitió profundizar en áreas de interés

para mí pero también para el proyecto, logrando relacionar mi carrera y que sea un aporte para el tema estudiado.

Finalmente, los resultados obtenidos fueron relevantes y pueden servir a futuro tanto para continuar la investigación como para otras personas que quieran abordar el tema o algo similar. Cabe destacar que como diseñadores tenemos un compromiso con el mundo, lo que implica hacernos cargo de nuestras creaciones, es por eso, que me gustaría destacar que lo que se llevó a cabo en esta investigación es muy relevante para informarnos cada día más y ser tanto personas como diseñadores integrales.

5.2 Implementación

Para la implementación de la investigación en un futuro, con el objetivo de continuar informando sobre el tema, abordando en mayor profundidad los resultados se podría postular a Becas Chile Crea, Fondart Nacional, ya que aplica para proyectos de diseño que promuevan actitudes relevantes en cuanto al área estudiada. Además entrega financiamiento a través de congresos, seminarios, talleres, tutorías entre otros, lo que viene a ser bastante oportuno en este caso, además de cumplir con todos los requisitos para postular el proyecto.

A) BENEFICIARIOS

Dotarnos de conocimiento siempre es un aporte en nuestras vidas, ya que al manifestar el fenómeno estudiado, es posible, que se genere mayor conciencia en cada uno de nosotros, generando múltiples beneficios, ya sean individuales o como sociedad.

El hallazgo de la gran relación que existe entre el color y los estereotipos de género contribuye a buscar alternativas respecto a los colores que asignamos a ciertas categorías de juguetes, manifiesta la importancia de no fragmentar los colores de los juguetes según sus temáticas, sino aprovechar la amplia gama de colores existentes y utilizarlos según los intereses de los niños y no según los paradigmas que tengamos nosotros los adultos.

Es por eso que el principal beneficiario de esta investigación son los niños y niñas, ya que al comprender el fenómeno ocurrente, podemos buscar nuevas formas de hacer las cosas, así no limitamos a los niños y niñas con los colores que le asignamos a sus juguetes.

Además la investigación ofrece un valioso recurso para familias y educadores al brindar detalles sobre la manera en que los colores de los juguetes pueden impactar en la percepción y elecciones de los niños. Este conocimiento podría incentivar una mayor participación en la selección de juguetes educativos y didácticos que promuevan el desarrollo sin restricciones asociadas al género, ya que sabemos que no son los niños los que tienen estas asociaciones, más bien los adultos.

Por otro lado, los diseñadores y fabricantes de juguetes se benefician al comprender la importancia del color en la percepción de los niños y niñas. La investigación podría inspirar la creación de juguetes más inclusivos y conscientes, contribuyendo a romper con las limitaciones impuestas por estereotipos de género, además de impulsar otro tipo de proyectos, por ejemplo se podría utilizar la investigación como base para diseñar juguetes novedosos y cercanos a las realidades de los niños,

usando sus percepciones como punto inicial para crear algo innovador.

La investigación tiene el potencial de generar conciencia sobre el poder que tenemos los adultos en impulsar conductas en los niños, y cómo esto puede impactar en el desarrollo de los niños. Puede impulsar discusiones sobre la necesidad de promover la diversidad desde la infancia, ya que tiene información útil para eso.

Finalmente, contribuye al cuerpo de conocimientos en el ámbito de la psicología del desarrollo infantil, la sociología, el diseño, entre otros, por lo que puede inspirar nuevas investigaciones y enfoques para abordar la influencia de los juguetes en la formación de los niños y niñas del país, así como también conferencias, temas y publicaciones académicas, etc. Este progreso puede darle una vuelta a los paradigmas de nuestra sociedad, generando nuevas oportunidades y discusiones respecto al tema.

B) SALIDA DEL PROYECTO

Esta investigación al estar ligada los niños y niñas de Chile, y al ser los principales beneficiarios, puede expandirse a través de eventos educativos, como charlas o talleres dirigidos a educadores, padres o cuidadores, para comunicar los resultados de manera efectiva y ofrecer ideas o recomendaciones sobre cómo abordar estereotipos de género en el ámbito de los juguetes o incluso a futuro se podría elaborar una guía para la compra de ellos. Además, a través de las visualizaciones de los resultados, se puede comunicar de manera efectiva y accesible los datos obtenidos y así contribuir a la sensibilización sobre la influencia de los colores en los juguetes y la formación de estereotipos de género y a que las personas se familiaricen con el tema. Incluso, se pueden hacer colaboraciones con organizaciones del área de la educación a modo gobierno, donde en cooperación con ellos se aborden cuestiones de género, infancia o diseño para difundir los resultados y posiblemente influir en

prácticas más inclusivas en la elección de juguetes, ya sea individualmente o para organismos del Estado, como lo es el sename o centros educacionales del país. Al ser una investigación sin juicios de valor, y más bien informativa, se podría crear un sello que informe sobre si un juguete tiene o no estereotipos de género, incluso a futuro, podría haber más de un sello, donde se clasifiquen diferentes elementos que podrían estar comunicando sesgos de género, ya sea el color, o mensajes, etc. Esos mismos sellos buscarían informar sobre lo que se está consumiendo pero no prohibir ni juzgar sobre eso. Sería algo parecido a los sellos de las comidas, donde informan al consumidor respecto a lo que va a consumir, pero es la persona la que decide comprarlo o no comprarlo, teniendo la información en sus manos.

C) COSTOS

Los costos de la investigación fueron bajos ya que no se usaron materiales más allá de las impresiones necesarias para el cuestionario y se imprimieron en la universidad por lo que son gratuitas. Los stickers para el cuestionario costaron un total de \$5.000 pesos y el transporte del año calculado en 10 meses \$400.000 y mi trabajo así como las horas utilizadas se evaluaron en \$7.000.000 también calculado por 10 meses.

6. Referencias

- 6.1 Referencias bibliográficas
- 6.2 Referencias de imágenes
- 6.3 Anexos

6.1 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

(Araneda, 2022) Araneda, I. (2022). (C)olor de los ciegos [Universidad del Desarrollo]. <https://repositorio.udd.cl/items/c23073dd-9cfa-45a0-b9f8-95d70d405ff8>

(Biblioteca del congreso nacional de chile, s/f) Biblioteca del congreso nacional de chile. (s/f). Bienestar infantil en países de altos ingresos. https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/22715/1/BCN_Bienestar%20infantil%20en%20los%20países%20de%20ingresos%20altos_%20FINAL.pdf

(Caivano, 2020) Caivano, J. L. (2020). La interacción del color de Josef Albers. Biblioteca fadu. file:///Users/carolinamontaldo/Downloads/Josef_Albers_interacciones_de_su_Interac.pdf

(Calvo, s/f) Calvo, I. (s/f). Cuatro aproximaciones a la Teoría de los colores de Johann Wolfgang von Goethe (pp. 0–4). <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/144576/cuatro-aproximaciones-a-la-teoria-de-los-colores.pdf?sequence=>

(Cañón, 2021) Cañón, O. F. (2021). El diseño de juguetes y su fase de ideación [Universidad de Caldas]. https://repositorio.ucaldas.edu.co/bitstream/handle/ucaldas/17390/Omar_Francoca%C3%B1on_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y

(Carretero Sáez, 2011) Carretero Sáez, M. (2011). Juegos y juguetes para la Igualdad: guía didáctica para una Educación No Sexista dirigida a madres y padres. https://www.observatoriodelainfancia.es/oia/esp/documentos_ficha.aspx?id=4285

(Cas Holman, 2019) Cas Holman, S. D. (2019 9). Abstract: The Art of Design - Cas Holman. Netflix.

(Círculo cromático : Qué es la rueda cromática y cómo utilizarla, s/f) Círculo cromático : Qué es la rueda cromática y cómo utilizarla. (s/f). Publicitario. Recuperado el 8 de octubre de 2023, de <https://publicitario.info/circulo-cromatico-que-es-la-rueda-cromatica-y-como-utilizarla/>

(Color search, 2023) Color search. (2023). Tin eye. <https://tineye.com/>

(Comuniza, 2022) Comuniza, C. B. (2022, noviembre 23). Teoría del color. Todo lo que necesitas saber. Brandemia. <https://brandemia.org/teoria-del-color>

(Costa, 2003) Costa, J. (2003). Diseñar para los ojos. grupo editorial design. <https://stringer2016.files.wordpress.com/2017/10/dise-3b1ar-para-los-ojos.pdf>

(Cruchaga, 2016) Cruchaga, V. (2016). La simbología de los colores [Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (FaHCE) de la Universidad Nacional de La Plata]. <https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/programas/pp.9510/pp.9510.pdf>

(Cuervo Díez, 2012) Cuervo Díez, M. S. (2012). El poder del color, la influencia de los colores en el consumidor [Universidad de León]. <https://buleria.unileon.es/handle/10612/1904>

(Damián Díaz, 2007) Damián Díaz, M. (2007). LA IMPORTANCIA DEL JUEGO EN EL DESARROLLO PSICOLÓGICO INFANTIL. Revista de los Psicólogos de la Educación, 133–149.

(De educación, 2020) De educación, S. (2020). El juego como derecho desde la primera infancia. Superintendencia de educación. <https://www.supereduc.cl/contenidos-de-interes/el-juego-como-derecho-desde-la-primera-infancia/>

(del Carmen Martínez Reina, 2005) del Carmen Martínez Reina, M. (2005). Valores de género en el diseño de juguetes infantiles [Universidad de Granada]. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=107911>

(del Río Katherine Strasser María Inés Susperreguy, 2016) del Río Katherine Strasser María Inés Susperreguy, M. F. (2016). ¿Son las habilidades matemáticas un asunto de género? Los estereotipos de género? [Universidad Diego Portales]. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-45652016000200002

(Delgado, 2004) Delgado, M. G. (2004). La bondad del juego pero.. EA, Escuela abierta: revista de Investigación Educativa, 153–182.

(Desarrollo de la primera infancia, s/f). Desarrollo de la primera infancia. (s/f). Unicef. Recuperado el 5 de diciembre de 2023, de <https://www.unicef.org/lac/desarrollo-de-la-primera-infancia>

(Diez, 2012) Diez, S. C. (2012). El poder del color, la influencia de los colores en el consumidor. Universidad de León.

(El activismo de Cas Holman es diseñar juguetes, 2020) El activismo de Cas Holman es diseñar juguetes. (2020 12). Mundo Diners. <https://revistamundodiners.com/el-activismo-de-cas-holman-es-disenar-juguetes/#:~:text=Holman%20afirma%20que%20si%20bien,hacer%20algo%20por%20ellos%20mismos.>

(Ellwood, 2022) Ellwood, M. (2022, invierno 6). Por qué hay tantas celdas de prisiones pintadas de un rosa especial. Bbc News. <https://www.bbc.com/mundo/vert-fut-62241676>

(Enculturación, 2019) Enculturación. (2019). Significados. <https://www.significados.com/enculturacion/>

(Fragapane, 2023) Fragapane, F. (2023, mayo 9). Alive, Political Visual Words. Medium. <https://medium.com/@federicafragapane/alive-political-visual-words-65a5e00396e3>

(Gallardo-López & Gallardo Vázquez, 2018) Gallardo-López, J. A., & Gallardo Vázquez, P. (2018). Teorías sobre el juego y su importancia como recurso educativo para el desarrollo integral infantil [Universidad Pablo de Olavide]. <https://rio.upo.es/xmlui/handle/10433/6786>

(García, 2023) García, P. S. (2023). La importancia del juego y sus beneficios en las áreas de desarrollo infantil [Universidad Internacional de La Rioja]. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7017228.pdf>

(Gerson, 2020) Gerson, S. (2020). The Benefits of Doll Play According to Neuroscience. <https://shop.mattel.com/pages/barbie-benefits-of-play#:~:text=Key%20Findings&text=In%20year%20one%20of%20the,empathy%20and%20social%20processing%20skills.>

(Gijón, s/f) Gijón, M. (s/f). María Gijón – Educar sin Estereotipos. Sabia Infancia. Recuperado el 8 de primavera de 2023, de https://www.cumbresabiainfancia.com/speaker_post/maria-gijon-educar-sin-estereotipos/

(González, 2017) González, D. (2017). Uso del color en la infancia. REVISTA DE ESTUDIOS E INVESTIGACIÓN EN PSICOLOGÍA Y EDUCACIÓN, 0–4.

(González-Moreno, 2021) González-Moreno, C. X. (2021). Importancia del juego temático de roles sociales en la edad preescolar [Universidad de Manizales]. <https://doi.org/10.48102/rlee.2022.52.1.478>

(Heller, 2000) Heller, E. (2000). psicología del color: como actúan los colores sobre los sentimientos y la razón. Editorial GG.

(Hinojal, 2021) Hinojal, A. P. (2021). JUGUETES Y ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN EL ALUMNADO DE EDUCACIÓN INFANTIL: UN ESTUDIO DE CASO [UNIVERSIDAD DE VALLADOLID]. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/49992/TFG-L3020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

(Historia y conceptos de la Psicología del Desarrollo, s/f) Historia y conceptos de la Psicología del Desarrollo. (s/f). <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/15124/1/TEMA%201.%20Historia%20y%20Conceptos%20de%20la%20Psicolog%C3%ADa%20del%20Desarrollo.pdf>

(Holman, 2022) Holman, C. (2022). Geemo. Cas Holman. <https://casholman.com/design/geemo>

(Huizinga, 1938) Huizinga, J. (1938). Homo Ludens. Alianza Editorial. https://eva.isef.udelar.edu.uy/pluginfile.php/2157/mod_resource/content/3/Huizinga%20-%20Homo%20Ludens%20%281%29.pdf

(Izabela Zych, Rosario Ortega Ruiz, Sonia Sibaja, 2016) Izabela Zych, Rosario Ortega Ruiz, Sonia Sibaja. (2016). El juego infantil y el desarrollo afectivo afecto, ajuste escolar y aprendizaje en la etapa preesco. <https://doi.org/10.1080/02103702.2016.1138718>

(Juguetes no sexistas para romper los roles de género, s/f) Juguetes no sexistas para romper los roles de género. (s/f). Solidaridad intergeneracional. Recuperado el 7 de junio de 2023, de <https://solidaridadintergeneracional.es/wp/juguetes-no-sexistas-para-romper-los-roles-de-genero/>

(Lasarte, 2019) Lasarte, A. F. (2019). Aprendizaje de los estereotipos y roles de género en la Educación Infantil [Universidad del País Vasco: Facultad de Psicología]. <https://www.ehu.eus/documents/1358119/27585477/Francisca-de-Aculodi-AinhoaFeijoo-Hautagaia.pdf/31e4683d-03e7-3f79-4524-172cdad24e36?t=1614343871033>

(Let toys be toys organization, 2020) Let toys be toys organization. (2020). Challenging gender stereotypes in childhood. Let toys be toys. <https://www.lettoysbetoy.org.uk/>

(J. A. G. López, 2018) López, J. A. G. (2018). Teorías sobre el juego y su importancia como recurso educativo para el desarrollo integral infantil [Universidad Pablo de Olavide (España)]. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6542602>

(S. López, 2022) López, S. (2022, primavera 4). ¿Se puede educar sin estereotipos de género? Vogue. <https://business.vogue.es/tendencias/articulos/se-puede-educar-sin-estereotipos/552>

(Lumbreras, 2013) Lumbreras, N. (2013). Lumbreras, N. (2023). Estereotipos de género en los juguetes de los niños de educación primaria [Universidad internacional de la rioja]. https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/1830/2013_05_27_TFM_ESTUDIO_DEL_TRABAJO.pdf?sequence=1

(Lupi, s/f) Lupi, G. (s/f). I am an information designer and a Partner at Pentagram advocating for Data Humanism. Giorgia Lupi. <http://giorgialupi.com/about>

(María Montessori y su pedagogía, 2023) María Montessori y su pedagogía. (2023). Montessori British Kids. <https://montessoribritishkids.com/montessori>

(Martínez Callejas, s/f) Martínez Callejas, A. (s/f). Psicología del color. http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/maina/index/assoc/Maina_19/79v0p035.dir/Maina_1979v0p035.pdf

(Meneses Montero & Monge Alvarado, 2001) Meneses Montero, M., & Monge Alvarado, M. de L. Á. (2001). El juego en los niños: enfoque teórico [Universidad de Costa Rica]. <https://www.redalyc.org/pdf/440/44025210.pdf>

(Mireira P, s/f) Mireira P, R. Q. (s/f). El juego como estrategia de aprendizaje en la primera etapa infantil [Universidad de la Rioja]. https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/1910/2013_01_31_TFM_ESTUDIO_DEL_TRABAJO.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=A%20trav%C3%A9s%20del%20juego%2C%20el,de%20convencer%20a%20los%20dem%C3%A1s.

(Miró, 2016) Miró, J. (2016, verano 9). Juguetes con historia: cuando Charles encontró a Ray. La voz del sur. https://www.lavozdelsur.es/opinion/juguetes-con-historia-i-cuando-charles-encontro-a-ray_30978_102.html

(Oxford University Press, 2023) Oxford University Press. (2023). Oxford Languages. <https://languages.oup.com/google-dictionary-es/>

(País, 2021) País, A. (2021, mayo 7). Jugar: derecho de la niñez vulnerado en pandemia. El mostrador. <https://www.elmostrador.cl/agenda-pais/2021/07/05/jugar-derecho-de-la-ninez-vulnerado-en-pandemia/#:~:text=El%20reconocimiento%20del%20derecho%20al,por%20Chile%20hace%2030%20a%C3%B1os>

(Psicología del color, s/f) Psicología del color. (s/f). [escuela d'art de disseny]. <https://perio.unlp.edu.ar/catedras/ecal/wp-content/uploads/sites/125/2020/04/Psicologia-del-color.pdf>

(Raúl Bermejo Cabezas, s/f) Raúl Bermejo Cabezas, T. B. C. (s/f). El juego infantil y su metodología. Editorial Síntesis. <https://www.sintesis.com/data/indices/9788490773345.pdf>

(Real academia española: diccionario de la lengua española, 2023) Real academia española: diccionario de la lengua española. (2023). <https://dle.rae.es/juguete>

(Solbes, 2020) Solbes, I. (2020, junio 21). Los niños y las niñas interiorizan los roles de género desde los 4 años. The Conversation. <https://theconversation.com/los-ninos-y-las-ninas-interiorizan-los-roles-de-genero-desde-los-4-anos-138082>

(Teoría del color, 2022) Teoría del color. (2022, noviembre 23). Brandemia. <https://brandemia.org/teoria-del-color>

(Unicef, s/f) Unicef. (s/f). Desarrollo de la primera infancia. Unicef. Recuperado el 4 de septiembre de 2023, de <https://www.unicef.org/lac/desarrollo-de-la-primera-infancia>

(Unicef, 2018) Unicef. (2018). Aprendizaje a través del juego. <https://www.unicef.org/sites/default/files/2019-01/UNICEF-Lego-Foundation-Aprendizaje-a-traves-del-juego.pdf>

(Unidas, s/f)Unidas, N. (s/f). Estereotipos de género El ACNUDH y los derechos humanos de las mujeres y la igualdad de género. Naciones Unidas. Recuperado el 4 de invierno de 2023, de <https://www.ohchr.org/es/women/gender-stereotyping>

(Veloso, s/f) Veloso, J. P. (s/f). Socialización de roles de género en niñas y niños de educación parvularia [Universidad de Chile]. <https://repositorio.uchile.cl/>

(Whiting, 2022) Whiting, K. (2022, primavera 7). Brecha de género: Estos son los países con mayor igualdad de género del mundo. World Economic Forum. <https://es.weforum.org/agenda/2022/07/brecha-de-genero-estos-son-los-paises-con-mayor-igualdad-de-genero-del-mundo/>

(Zapata, 2012) Zapata, A. (2012). Influencia de los estereotipos de género en la construcción de la identidad del niño [Universidad Academia]. <http://bibliotecadigital.academia.cl/xmlui/bitstream/handle/123456789/701/ttraso%20374.pdf?sequence=1>

6.2 REFERENCIAS DE IMÁGENES

Imágen 1 Niñas jugando, Fotografía de Ron Lach, Pexels.com

Imágen 2 Auto en fondo, Fotografía de Moose Photos, Pexels.com

Imágen 3 Rueda Goethe Fotografía anónima, lamenteesmaravillosa.com

Imágen 4 Rueda cromática Fotografía anónima

Imágen 4 Percepción del color, Fotografía de Geety

Imágen 5 Elaboración propia 2023

Imágen 6 Color en la infancia, Fotografía de Eren Li:

Imágen 7 Niñas jugando en la pieza, Fotografía de cottonbro studio, Pexels.com

Imágen 8 Gráfico aspectos sociales global, Elaboración propia 2023

Imágen 9 Gráfico aspectos sociales Latinoamerica, Elaboración propia 2023

Imágen 10 Niña y cocina, Fotografía de Tatiana Syrikova, Pexels.com

Imágen 11 Oso rosado y oso azul, Fotografía de Julia Kuzenkov

Imágen 12 Escogiendo colores, Elaboración propia 2023

Imágen 13 Enfoque, Elaboración propia 2023

Imágen 14 Carta gantt, Elaboración propia 2023

Imágen 15 Métodos y técnicas de recolección, Elaboración propia 2023

Imágen 16 Diseñando metodología, Elaboración propia 2023

Imágen 17, 18, 19 Mapeos cromáticos, Elaboración propia 2023

Imágen 20, 21, 22, 23, 24, 25 Paletas de colores, Elaboración propia 2023

Imágen 25 Conceptos obtenidos, Elaboración propia 2023

Imágen 26 Profesiones obtenidas, Elaboración propia 2023

Imágenes 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34 Paletas finales, Elaboración propia 2023

Imágen 35, 36, 37, 38 Tabla resultados, Elaboración propia 2023

Imágen 39, 40 Gráficos resultados, Elaboración propia 2023

Imágen 41 Paleta Muñecas, Elaboración propia 2023

Imágen 42 Conceptos Muñecas, Elaboración propia 2023

Imágen 43 Paleta Figuras, Elaboración propia 2023

Imágen 44 Conceptos Figuras, Elaboración propia 2023

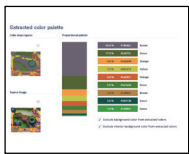
Imágen 45 Paleta simbólicos, Elaboración propia 2023

Imágen 46 Conceptos simbólicos, Elaboración propia 2023

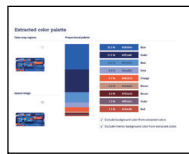
6.3 ANEXOS

A) MAPEOS CROMÁTICOS

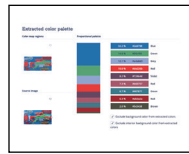
Figuras de acción



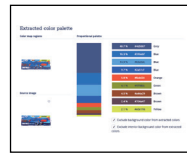
Juguete N° 1



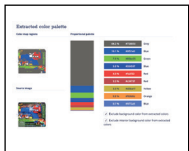
Juguete N° 2



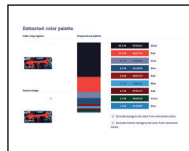
Juguete N° 3



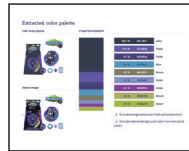
Juguete N° 4



Juguete N° 5



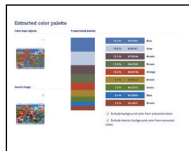
Juguete N° 6



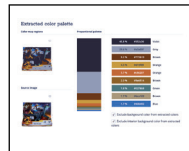
Juguete N° 7



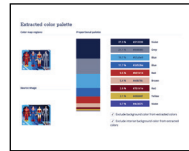
Juguete N° 8



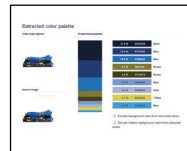
Juguete N° 9



Juguete N° 10

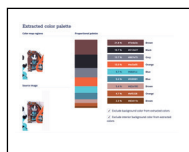


Juguete N° 11

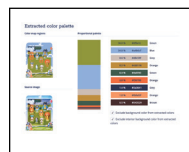


Juguete N° 12

Figuras de acción



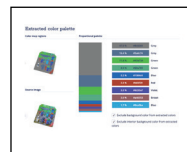
Juguete N° 13



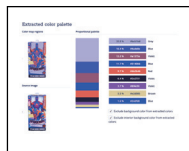
Juguete N° 14



Juguete N° 15



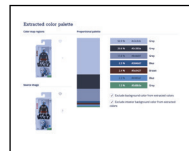
Juguete N° 16



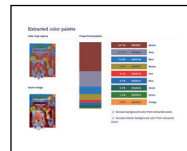
Juguete N° 17



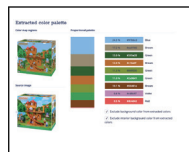
Juguete N° 18



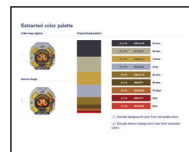
Juguete N° 19



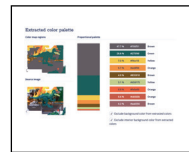
Juguete N° 20



Juguete N° 21



Juguete N° 22



Juguete N° 23

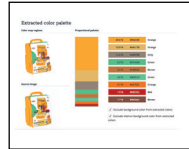


Juguete N° 24

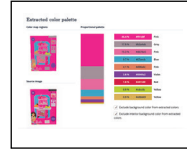
Juegos de rol



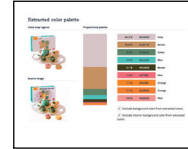
Juguete N° 1



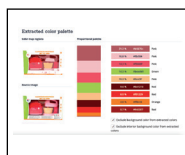
Juguete N° 2



Juguete N° 3



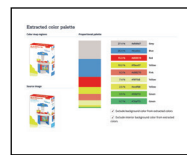
Juguete N° 4



Juguete N° 5



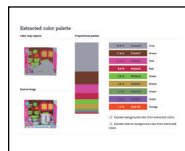
Juguete N° 6



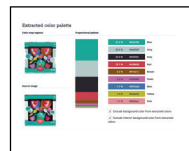
Juguete N° 7



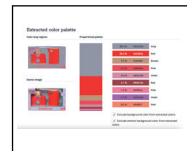
Juguete N° 8



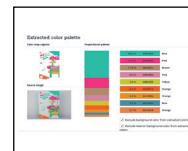
Juguete N° 9



Juguete N° 10

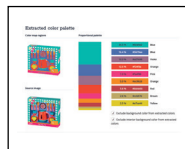


Juguete N° 11

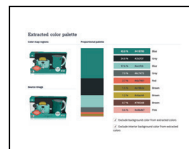


Juguete N° 12

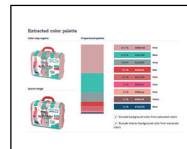
Juegos de rol



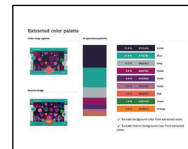
Juguete N° 13



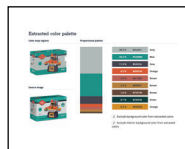
Juguete N° 14



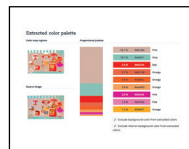
Juguete N° 15



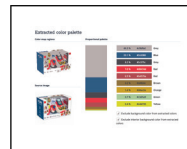
Juguete N° 16



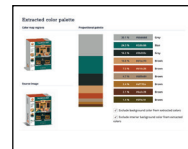
Juguete N° 17



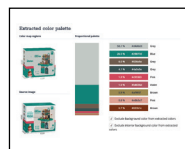
Juguete N° 18



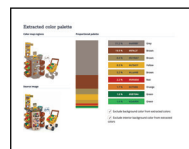
Juguete N° 19



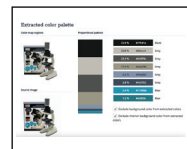
Juguete N° 20



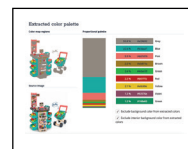
Juguete N° 21



Juguete N° 22



Juguete N° 23



Juguete N° 24

6.3 ANEXOS

B) ENCUESTA 1

Conceptos que te recuerdan a un hombre

52 respuestas

Infiel
Autos, deporte
Rudeza y valentía
Miedo
Protección, fuerza, intensidad, cálido
Facilidad,
Desenfreno, inquietud, velocidad, riesgo, aventura.
Fuerza, ambición y competitividad
macho, masculino, grande, valiente, protector, fuerza

Conceptos que te recuerdan a una mujer

52 respuestas

maquillaje, bolsos
Flores
Belleza, colores vivos
La maternidad
Resiliencia, fortaleza, confianza
sensibilidad, inteligencia, belleza, libertad, lucha, resiliencia
Fluidez
Menstruación, embarazo
Perfume, ropa, joyas, sentimientos

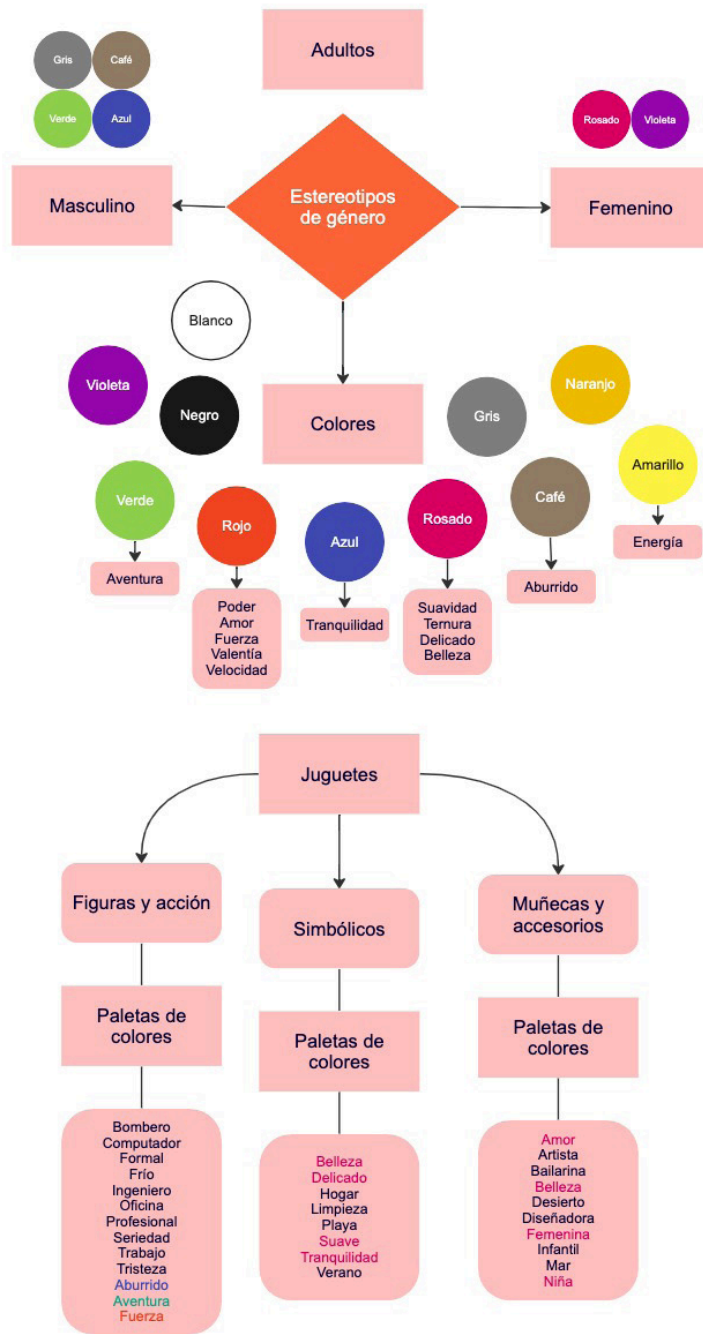
6.3 ANEXOS

C) ENCUESTA 2

Figuras y Acción	Muñecas y Accesorios	Simbólicos
Abogado	Abogada	Adulto
Abogado	Agradable	Alegria
Aburrido	Alegría	Amanecer
Aburrido	Amor	Apagado
Administrativo	Amor	Artista
Agricultor	Amor	Belleza
Agua	Artista	Belleza
Alegría	Artista	Belleza
Artista	Artista	Belleza
Astronautas	Artista	Calma
Aventura	Artista	Campo
Aventura	Bailarina	Cielo
Azafata	Bailarina	Claridad
Baño	Bailarina	Comodidad
Biólogo	Belleza	Compleitud
Bombero	Belleza	Cuadro
Bombero	Belleza	Delicado
Bosque	Cálido	Delicado
Cementerios	Cama	Delicado
Cercano	Cargante	Dentista
Cielo	Cariño	Fuego
Ciudad	Cielo	Gama
Colegio	Cocina	Gusto
Compacto	Colegio	Hogar
Computador	Cosmética	Hogar
Computador	Creatividad	Joyas
Conserje	Crecimiento	Limpeza
Corporación	Crianza	Limpeza
Correo	Cuadernos	Mar

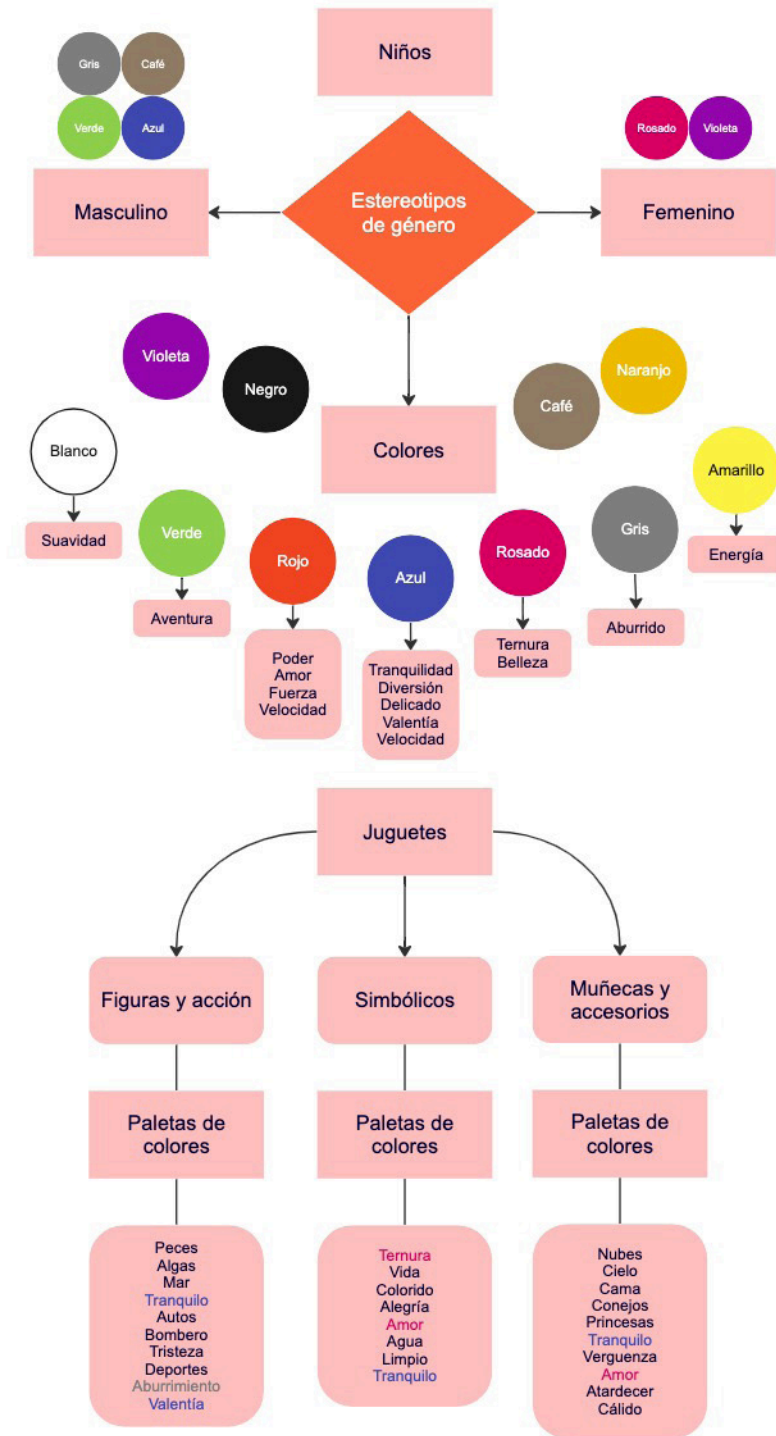
6.3 ANEXOS

D) MAPA CONCEPTUAL



miro

D) MAPA CONCEPTUAL



mir



Universidad del Desarrollo

**Percepciones y Paletas cromáticas:
analizando estereotipos de género
en juguetes infantiles**

Camila Herrera Montaldo
Tesina presentada a la Facultad de Diseño
de la Universidad del Desarrollo para
optar al Título Profesional de Diseñador
Gráfico.

Profesores guía: Sra. Catalina Cortés y Sra.
Úrsula Bravo

Santiago, Diciembre de 2023