

JUGUETES E IDENTIDAD¹

Ana Robledo

Estudiante de la Tecnicatura de Tiempo Libre y Recreación, Instituto Superior de
Tiempo Libre y Recreación, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
ana.eugenia.robledo@gmail.com

Nicolás Secilio

Estudiante de la Tecnicatura de Tiempo Libre y Recreación, Instituto Superior de
Tiempo Libre y Recreación, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
nicolas.secilio@gmail.com

RESUMEN

Al intentar definir el eje de este texto, nos vimos en una encrucijada entre varios hilos interesantes por los cuales comenzar a desenredar esta madeja sobre los juguetes. Comenzamos por hacernos muchas preguntas sobre roles, géneros, bajadas de línea, toma de decisiones, más lo que llegó a hilvanar todas esas cuestiones fue el preguntarnos ¿qué rol tienen los juguetes en la construcción de la identidad?.

De allí nació otra pregunta base: ¿Qué es identidad?

Al buscar el significado nos encontramos:

1. Circunstancia de ser una persona o cosa en concreto y no otra, determinada por un conjunto de rasgos o características que la diferencian de otras.
2. Conjunto de rasgos o características de una persona o cosa que permiten distinguirla de otras en un conjunto.²

¿Qué identidades proponen los juguetes a las infancias³?. Si la identidad nos distingue de otras

1 Texto elaborado y presentado en el marco de la materia “Historias y teorías del juego” (posteriormente mejorado para la revista) perteneciente a la Tecnicatura Superior en Tiempo Libre y Recreación dictada por el profesor Ramiro González Gainza (etrnauta@gmail.com) Instituto Superior de Tiempo Libre y Recreación (Istlyr) de la CABA, Argentina <https://istlyr-caba.infed.edu.ar/sitio/>

2 Conceptos extraídos de diversas fuentes.

3 “Hablar de InfanciaS propone una mirada plural y dinámica, teniendo en cuenta las posibles y diversas versiones de ser niño, en relación a cada época y para cada quien. Tomando en cuenta que cada uno hará su propio camino en la construcción de su infancia; experiencia que será única e irreplicable donde se anudará, entre otras cuestiones, lo histórico, lo cultural, lo social, lo familiar, lo propio... en tanto proceso de reconstrucción permanente en el camino

personas, ¿Cómo afecta que la producción de juguetes sea de forma homogénea y masificada?. ¿Quiénes producen dichos juguetes?. Hay empresas nacionales e internacionales, más en épocas de crisis, poca protección al mercado interno⁴ y apertura de importaciones a bajo costo, ¿Cómo afecta a la industria juguetera? Es acertado nuevamente preguntar: ¿Qué identidades proponen los juguetes a las infancias? ¿Hay una intencionalidad? ¿Un mercado voraz? ¿Qué sucede cuando la propuesta es extranjera, no pisa estas tierras, no vive sus miserias ni despojos, no bebe el agua americana, ni vivió la crisis del 2001, la dictadura, no tiene idea quien es Evita, ni vivió la época kirchnerista? ¿Desde dónde se piensan esos juguetes?

Siguiendo esta línea de pensamiento nos cruzamos con dos conceptos, los cuales ampliaremos más adelante, que Graciela Scheines⁵ nos acerca, el de *transculturación y colonialismo cultural*. Retornando a la identidad, nos cruzamos con el género. Tema ampliamente abordado en este contexto histórico y el cual será un eje central en este texto. Observamos que los juguetes son clave en la definición de la identidad de género. El hecho de esto sucede al decretarse sin posibilidad de réplica al momento del nacimiento, la diferenciación binaria genital y su “homologación” consecuente sobre el género del recién nacido⁶. A partir de allí los juguetes son asignados, al igual que los colores y en un futuro posturas, modos de hablar, trabajos asalariados, etc. Más en lo que

hacia la identidad.

La posición sería poder salir de la idea de “la infancia” como categoría, ya que éstas tienden a homogeneizar; a establecer características y modelos para quienes forman parte de ellas. De ahí, el peligro de pensar la infancia desde un modo estipulado por otros, quienes establecen las normas, lo normal, como si hubiera un único modo posible de ser niño.

Pensar en infancias es dar lugar a la complejidad, a la diversidad, al respeto por las diferencias; es pensar en un recorrido singular que deja huella, momento de creación y constitución subjetiva; sosteniendo la posibilidad de ser niño, en cada momento, para cada quien y según sus circunstancias.” Castillo, V. 2014.

4 Argentina se encuentra bajo el gobierno de políticas económicas neoliberales de Mauricio Macri período presidencial 2015-2019.

5 Graciela Scheines (Bahía Blanca, 1940/ Buenos Aires 2001) Doctora en Filosofía y Letras, docente, investigadora y escritora. Autora de *Juegos Inocentes, juegos terribles, Juegos de la vida cotidiana, El viaje y la otra realidad y Metáforas de fracaso*.

6 "Lo que no se nombra, no existe." (George Steiner 2013). Creemos que el uso del genérico masculino para referirse tanto a varones como a mujeres excluye al género femenino como tal y lo invisibiliza, al mismo tiempo que utilizar el "los/las" reproduce un paradigma social de géneros binarios no contemplando y dejando de lado a las identidades de género que no se circunscriben a los hegemónicos "varón" y "mujer" género fluido, transexual, transgénero, travestis, etc.. Por dicho motivo, intentaremos utilizar palabras neutras sin un género definido (ej, personas, "quienes participan", etc.), utilizando la "X" cuando ésto pudiera no ser posible, rompiendo con la concepción binaria mencionada anteriormente.

haremos foco es en la construcción de la identidad de género⁷ a partir de los juguetes. Al ser la identidad un eje tan complejo nos centraremos en algunas cuestiones particulares como las ya mencionadas y en ciertos juguetes puntuales que nos han llamado la atención en la observación en una juguetería del barrio de Caballito⁸, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

PALABRAS CLAVE

Juguetes. Identidad. Cultura. Infancia. Mercado

Identidad

Ya hemos abordado algunas ideas con respecto a la identidad, más de manera amplia.

Álvaro García Linera⁹ nos señala la importancia del concepto:

“El punto de partida de la conciencia de sí de cualquier ser humano es su identidad. Ya sea que nos identifiquemos con un nombre, una ubicación geográfica, una colectividad laboral, histórica, etc., la identidad es nuestra afirmación en y hacia el mundo. Es ella la que nos da las coordenadas que utilizamos para enraizarnos en un devenir y distinguirnos de otros (devenires).”¹⁰

Surge nuevamente esta concepción de diferenciación hacia la otredad y aparece otra parte importante, la conciencia de sí mismo y el estar en el mundo, haciendo de cada persona, un ser único, con su propia historia y relato, personalidad y creaciones.

Ahora bien, la identidad “*puede ser delegada por otros o buscada por uno mismo*”. La identidad territorial no la elegimos al nacer, sin embargo, podemos elegir donde vivir y sentirnos parte, podemos construir nuestro relato, lo mismo sucede con equipos de fútbol por ejemplo. Es aquí donde la alteridad juega un rol clave. Es la libre elección de parte de nuestra identidad la que nos

7 Ley 26.743 Identidad de Género. Artículo 2º.- Definición. Se entiende por identidad de género a la vivencia interna e individual del género tal como cada persona la siente, la cual puede corresponder o no con el sexo asignado al momento del nacimiento, incluyendo la vivencia personal del cuerpo. Esto puede involucrar la modificación de la apariencia o la función corporal a través de medios farmacológicos, quirúrgicos o de otra índole, siempre que ello sea libremente escogido. También incluye otras expresiones de género, como la vestimenta, el modo de hablar y los modales.

8 Barrio de clase media/media alta en el centro geográfico de la ciudad.

9 Álvaro García Linera, intelectual boliviano y parte de la fundación del Ejército Guerrillero Tupaj Katari (EGTK) en 1986 (cuyo objetivo era apoyar la insurgencia indígena), actualmente Vicepresidente de Bolivia por tercera vez consecutiva acompañando al presidente Evo Morales. 1º mandato 2006-2010. 2º mandato 2010-2015. 3º mandato 2015-2020 <https://www.vicepresidencia.gob.bo>

10 García Linera, Álvaro. “Identidad Boliviana” 2014.9

hace ser quienes somos lo más autocondicionadamente¹¹ posible.

“En general, un ser humano es una construcción permanente de identidades y diferencias constitutivas de su ser. Varias de esas identidades son buscadas deliberadamente como parte de un esfuerzo por ser ello, por lo que podemos hablar de identidades asumidas. En tanto que si las identidades son las que uno recibe sin posibilidad de elección, como herencia, asignación o estigma, entonces hablamos de identidades designadas o delegadas por otros, frente a los cuales, independientemente de lo que se haga o deje de hacer, difícilmente se pueden evadir.”¹²

Se encuentran en constante pugna las identidades asumidas frente a las identidades designadas, sobre todo en los momentos de constitución transversal y primera: las infancias.

“Toda identidad es una pertenencia que hereda el devenir histórico de su correspondiente referencia social; y, en ese sentido, es una caracterización, es la lealtad a un contenido definido. Pero a la vez la identidad es un contenido, una referencia o fidelidad que es diferente a otros contenidos, ubicaciones sociales o herencias, frente a las cuales la identidad elegida u obtenida diverge y busca diferenciarse.”¹³

Es desde esta herencia histórica que nos posicionamos para preguntarnos. ¿Qué identidades proponen los juguetes a las infancias?

Vivimos en los tiempos de la globalización¹⁴, donde la homogeneización ha ganado tanto terreno que ya no sabemos cómo diferenciarnos ¿Cómo construir una identidad propia diferenciada de la otredad en tiempos donde prevalece la homogeneidad?

11 El hombre es libre por cuanto puede autocondicionarse y se autocondiciona. Su condición, la condición humana, es dialéctica, pues consiste en la contradicción entre el auto y el heterocondicionamiento; y la conducta es humana justamente por el hecho de tener que superar esa condición mediante la libertad. Munné, Frederic. “Psicosociología del tiempo libre” 1980. 99

12 García Linera, Álvaro. “Identidad Boliviana” 2014.11

13 García Linera, Álvaro. “Identidad Boliviana” 2014.10

14 “Creciente gravitación de los procesos económicos, sociales y culturales de carácter mundial sobre aquellos de carácter nacional o regional” CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe): (<https://www.cepal.org/es/publicaciones/2724-globalizacion-desarrollo>). Entendemos a este como un proceso histórico de integración mundial. Resultado de la consolidación del capitalismo y los avances sin precedentes de la tecnología, las comunicaciones, la ciencia, el transporte y la industria.

Los juguetes son solamente productos del mercado y se hará lo que más venda, porque el capital está por encima de todo, de la vida, de la naturaleza, de las personas y porque no, de la identidad. Nadie hay detrás de la producción masiva de juguetes, preguntando sobre la ética o la moral. Si hay demanda, habrá oferta.

¿Qué genera demanda? Las películas de acción de gran producción producen cultura mundial, así como también los juegos digitales o videojuegos, consumidos por millones de personas. Pudimos observar el impacto del Fortnite, videojuego de acción en el cual diferentes personajes luchan en una isla por ser el único en quedar en pie, del cual, salen toda clase de objetos de mercado, entre ellos los juguetes no se quedan detrás. Los juguetes del Fortnite son los más consumidos actualmente en las jugueterías, junto a Slime (masa que se estira, aplasta, moldea. Material parecido a un chicle), los Squishes (diversos muñecos que al aplastarlos o estrujarlos vuelven a su forma original al cabo de unos segundos) y las muñecas LOL.



Este último juguete es interesante de analizar, ya que estas muñecas y sus artilugios (vestidos, maquillajes, etc) vienen en esferas de plástico una dentro de la otra, como una mamushka. Imitando a las cartas de álbum para completar, aquí tampoco lxs compradorxs saben lo que les tocará.

Por lo tanto decimos que en un primer momento el juego preponderante propuesto por el juguete es Alea; azar, según Roger Caillois¹⁵ o la retórica del juego como destino¹⁶ en palabras de Sutton Smith. Este juguete en primer momento de azar, de los juguetes de moda, principalmente para lxs niñxs mujeres, pasará luego de la sorpresa a proponer otra de las retóricas del autor mencionado anteriormente, del juego como progreso. Si bien, esta afirmación no es válida para todas las personas, ya que cada persona será libre (más condicionada) de jugar y utilizar el juguete a su

15 Caillois, R. "Los juegos y los hombres- La máscara y el vértigo" 1958.48

16 Sutton-Smith, B. "The ambiguity of Play" 2001

modo, inferimos que al jugar con una muñeca, la persona en cuestión se adapta a la sociedad: juega a socializar, a modos de salir a presentarse al mundo, a ser reconocidx ante la otredad, al crecimiento moral entre otrxs.

Lxs niñxs, al tener juguetes sofisticados, pensados por adultxs que han crecido en un contexto histórico cultural particular, están recibiendo toda una transmisión, cultural e identitaria, la cual no es menor. Esta herencia lúdica transmitida da cuenta de formas de conectar con el mundo, formas de ordenar el mundo, como bien dice Scheines:

*“No hay juego sin reglas (...) El orden asegura la libertad del jugador.”*¹⁷ Este legado, construye y continua la *cultura lúdica*, las reglas o códigos comunes que permiten jugar socialmente. Según Brougère: *“Se trata (el juego) de un acto social que, a la vez, produce una cultura (un conjunto de significaciones) específica y es producido por una cultura.”*¹⁸

Vinculando este concepto con los juguetes sofisticados y mercantilizados, la cultura lúdica producida por estos, y los juegos que proponen, será un reflejo y continuación de lo que ya traen en su contenido: baja creatividad al ya estar todo dado; consumo desmedido, ya que el juguete tiene una propuesta de ser única, es dificultoso atribuirle otras significaciones, otras propuestas de juego, es por eso que se buscará otro juguete; *transculturalización*, hilado al *juguete sofisticado*¹⁹. Esto por sí mismo no debe ser negativo, siempre y cuando la cultura pueda nutrirse y reforzarse, más cuando se cuele sin poder digerirlo y transfigura la base cultural propia, adueñándose y perdiendo por el camino la raíz, estamos ante un caso más de colonialismo cultural. Pérdida de la identidad cultural.

*Tanto la identidad personal como la identidad de género son representaciones simbólicas de subjetividades que van desarrollándose a lo largo del ciclo vital pero manteniendo una base que se construye en los primeros años de vida.*²⁰

17 Scheines, G. “Juegos inocentes, Juegos terribles” 1998.27.28

18 Brougère, G. “El niño y la cultura lúdica” 2013.6

19 Scheines, G. “Juegos inocentes, Juegos terribles” 1998.48

20 María Jayme Zaro. “La identidad de género” 1999. 9



El contexto actual nos invita a tener una mirada crítica respecto a lo que se reproduce en las jugueterías y roles de géneros, observamos vestigios de un mercado que se aggiorna a la época (se encontraba a la venta una muñeca llamada “Paloma futbolera”) y aunque sabemos que es una cuestión de marketing donde el foco simplemente se sitúa en vender y crear consumidores, los juguetes comerciales transforman a lxs niñxs *en objetos del mercado* (niñxs de las clases sociales pudientes) o parafraseando a Graciela Scheines, se logra que los juguetes “*adquieran el valor de símbolos de poder y riqueza*”. Se puede decir

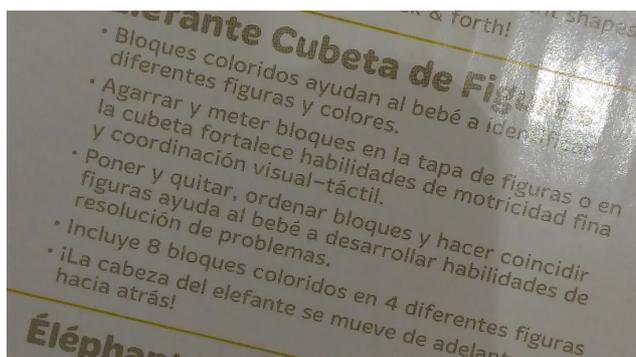
que todo esto desemboca gracias a la asociación de los juguetes con una imagen de infancia inocente, idealizada y feliz. Y como relata Daniela Pelegrinelli “*A fines del siglo XIX (...) se fueron estableciendo los límites y atribuciones de la infancia, y lo que debía ser considerado parte de ella. Dibujaron, en definitiva una trama que cargó de sentidos a los juguetes.*”²¹

En la zona *rosa* de la juguetería Citykids del barrio de Caballito, que está destinada principalmente a lxs niñxs mujeres se replican no solo juguetes que insisten en un verdadero adiestramiento para la vida adulta sino totalmente teñidas de las funciones específicas que se esperan de estas. Juguetes llenos de mandatos que descomponen y destruyen el juego y donde además se divisa otra vertiente, relacionada a la retórica del juego como progreso de Sutton Smith donde se vincula el juego más al desarrollo que al placer, un verdadero “aprender jugando”. Esta última nos permite hacer un paréntesis para nombrar los juguetes que se ofrecen a la primera infancia, que tiene como consumidor a lxs madres y padres que no tienen el deseo puesto en el jugar del niñx sino más bien en los “beneficios” que cada juguete promete. De este estilo hay múltiples ofertas en las góndolas; los que desarrollan motricidad fina, para aprender colores, fomentar hábitos, etc.

En la zona *azul* nos encontramos juguetes donde predominan el estilo construcción, superhéroes, autos (versiones pequeñas y grandes) y de encastre que particularmente se encontraban en una zona “neutral” pero si nos acercábamos a observar las cajas se visualiza muy claramente a niños

²¹ Daniela Pelegrinelli. “Los juguetes como equívoco: lejos del juego, cerca de la góndola”

construyendo edificios o a niñas construyendo interiores de casas, cocinas, habitaciones. En este sentido también nos dan ganas de rebatir el término construcción ligado a la imaginación. La mayoría de cajas venían con instructivos de cómo realizar tal juguete para jugar a determinado juego algo *cerrado, limitado y específico*.



*(...) La constitución de la niñez como sujeto sólo puede analizarse en la tensión estrecha que se produce entre la intervención adulta y la experiencia del niño, entre lo que se ha denominado la construcción social de la infancia y la historia irrepetible de cada niño, entre la imagen que se da de sí mismo y que una sociedad construye para la generación infantil en una época y las trayectorias individuales.*²²

Nos permitimos realizar estas reflexiones a través de diferentes lentes que nos proporcionan miradas que se entrecruzan, encuentran, colisionan y capaz, con algo de sorpresa, se perfeccionan. Las preguntas siguen surgiendo como en torrente:

¿Desde dónde se piensan los juguetes?

¿Será el mercado el único horizonte en la fabricación a gran escala de juguetes?

¿Será ético o autoritario crear un ente estatal de control sobre el mercado juguetero?

¿Desde dónde nos paramos para dictaminar?

¿Son las empresas controladoras de cultura lúdica?

¿El poder²³ controla a la cultura lúdica, y por lo tanto a los juguetes, no pudiendo ser estos últimos

²² Carli, S. "La infancia como Construcción Social" .1

²³ El poder como relación asimétrica entre dominados y dominantes, es a su vez una situación estratégica que se da en una determinada sociedad; el poder incita, suscita y produce. (M. Foucault)

creadores de cultura lúdica?

Y como un uróboros²⁴ volvemos a la pregunta que nos recorrió a lo largo de este proceso: ¿Qué identidades proponen los juguetes a las infancias?

Es desde la praxis de la pregunta que iremos deshilvanando los misterios que nos rodean.

Habrà que continuar pensando el lugar que le damos a las infancias y como gestan sus identidades en el día a día en la interacción constante a través del juego, siendo los juguetes centro de controversias y colonialismos culturales.

Habrà que repensar nuestra mirada adultocentrista, entender que estas nuevas infancias se configuran en relación al contexto histórico, que son diferentes a nuestra infancia. Eso que nos resulta incomprendible debemos acogerlo sin perder la ternura, la autocrítica, abrir nuestros sentidos, explorar, interrogar(nos) para poder acompañar infancias cada vez más libres.

24 Uróboros: símbolo que muestra a un animal serpentiforme (serpiente o dragón usualmente) que engulle su propia cola y que forma un círculo con su cuerpo.

Bibliografía

- BROUGÈRE, Gilles. “El niño y la cultura lúdica”. 2013. Lúdicamente (Vol. 2 no. 4 oct 2013). Ed. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.
- CAILLOIS, Roger. “Los juegos y los hombres: la máscara y el vértigo”. 1958. Dialnet. 1995.
- CARLI, SANDRA. “La infancia como Construcción Social”
<http://blogs.unlp.edu.ar/pec/files/2016/04/Carli-La-infancia-como-construcci%C3%B3n-social.pdf>
- CASTILLO, Verónica. <http://www.infancias.com.ar/2014/11/hablar-de-infancias-una-mirada-plural-y.html>
- FOUCAULT, Michel. “Microfísica del poder”. 1978.
<http://www.pensamientopenal.com.ar/system/files/2014/12/doctrina39453.pdf>
- GARCÍA LINERA, Álvaro. “Identidad Boliviana: Nación, mestizaje y plurinacionalidad. Vicepresidencia del Estado Plurinacional”. Presidencia de la Asamblea Legislativa Plurinacional. Bolivia. 2014.
https://www.vicepresidencia.gob.bo/IMG/pdf/identidad_boliviana_.pdf
- LEY N° 26.743 Identidad de Género- Artículo 2°. Sancionada: 9 de mayo de 2012 Promulgada: 23 de mayo de 2012 Publicada en B.O.: 24 de mayo de 2012
- MUNNÉ, Frederic. “Psicosociología del tiempo libre”. 1980. Editores asociados 2017.
- PELEGRINELLI, Daniela. “Los juguetes como equívoco: lejos del juego, cerca de la góndola”. Fundación OSDE, Revista Todavía, N° 29, mayo 2013.
- SCHEINES, Graciela. “Juegos inocentes, Juegos terribles”. Ed. Eudeba. 1998.
- SUTTON-SMITH, Brian “The ambiguity of Play”. Harvard University Press. 2001
- ZARO, María Jayme. “La identidad de Género”.
[Revista de psicoterapia](http://www.revista-de-psicoterapia.com.ar/), ISSN 1130-5142, ISSN-e 2339-7950, [Vol. 10, N° 40, 1999](http://www.revista-de-psicoterapia.com.ar/), pág. 9

COMO CITAR ESTE ARTÍCULO: Robledo, Ana, Secilio, Nicolás (2019); *Juguetes e identidad*; en <http://quadernsanimacio.net> ; n° 30; Julio de 2019; ISSN: 1698-4404