

Actitud en niños y adultos sobre los estereotipos de género en juguetes infantiles

María del Carmen Martínez Reina* y Manuel Vélez Cea*

Recepción: 27 de febrero de 2008

Aceptación: 21 de noviembre de 2008

* Facultad de Bellas Artes, Universidad de Granada, España.

Correo electrónico: mareina@ugr.es; mvelez@ugr.es

Resumen. El trabajo muestra cómo a través del juego las nuevas generaciones aprenden y reproducen los patrones de conducta que observan en su entorno familiar, social, escolar y, especialmente, en los medios de comunicación. En este estudio participan 400 niños de entre tres y siete años de edad y 200 universitarios, y se realiza un análisis de las preferencias y prejuicios lúdicos que se filtran a través de los diferentes ámbitos educativos. Los resultados de las encuestas realizadas muestran que hay una actitud positiva creciente sobre los estereotipos de género en los juguetes. A medida que los niños y las niñas tienen más edad las respuestas de valor neutro aumentan, disminuyendo en la misma proporción las respuestas masculinas. No obstante, todos los sujetos de la muestra mantuvieron una alta actitud estereotipada hacia los juguetes tradicionalmente asociados con el género femenino.

Palabras clave: género, igualdad, equidad, sexo, estereotipo, educación infantil, juego, juguete, actitud.

About the Attitude of Children and Adults on the Gender Stereotypes in Toys

Abstract. By playing, children learn and reproduce conduct patterns that are displayed in the children's social setting, academic and family environment, and mainly in the mass media. The aim of this article, based on a survey of 400 children aged from three to seven and 200 university students, is to analyze play preferences and prejudices that are filtered through different educational circles. The results show an increasingly positive attitude, as can be deduced from our survey on stereotypes of gender in games and toys. The older the children are, the greater the neutral value increases and masculine choices are less recurrent. Nevertheless, both adults and children maintain a deep stereotypical attitude to those toys traditionally associated with the feminine gender.

Key words: gender, equality, equity, sex, stereotype, children's education, game, toy, attitude.

Introducción

La discusión entre equidad e igualdad se ha desarrollado en diferentes direcciones: los derechos sociales ante el trabajo, los legales, los de género, los derechos a la educación y sobre todo a la educación en niños/niñas. Por equidad se entiende un principio general del derecho. Según Aristóteles, la equidad es la justicia aplicada a un caso concreto. Es por

ello que justicia y equidad se complementan. Por igualdad se entiende una situación social según la cual las personas tienen las mismas oportunidades o derechos en algún aspecto. Desde el punto de vista de la educación en cuanto a los sexos, su finalidad es procurar que los niños/niñas tengan iguales oportunidades en la vida. Así, la igualdad entre los sexos favorece que haya una educación que permita a todos desarrollarse como individuos únicos. Además,

equidad de género es un concepto cultural, mientras que, equidad de sexo es un concepto biológico, por lo que se debe incorporar la dimensión de la diversidad (Hasbar, 2008; López-Milián y Alonso-Hidalgo, 2008).

Las desigualdades sociales de la escuela han sido ampliamente documentadas en la literatura especializada. Para ello se han dictado leyes y directivas, organizado encuentros y congresos cuyos resultados repercuten en la sociedad de manera eficaz aunque lentamente, según el país que lo aplique (Secada, Fennema y Adajian, 1997; Briceño-Rosales, 2000; G.E.M., 2003; IEG, 2008).

En el transcurso del siglo XX al XXI, España ha experimentado profundos cambios sociales. La actual presencia de la mujer en los diversos ámbitos sociales y educativos da testimonio de ello. La libertad de elección de una ocupación profesional por parte del género femenino ha marcado una trayectoria directa hacia la plena igualdad entre ambos sexos. Sin embargo, todavía existen barreras psicológicas que dificultan esta igualdad, fruto de las tradiciones y valores socioculturales, ya que dictan un papel social y una participación desigual para cada sexo (Vergara y Páez, 1989; López, 1995; Valdéz-Becerra, 1996; Wood, 2001).

Las personas desde la infancia ya experimentan dichas diferencias (Williams y Best, 1990). Los juguetes se convierten en importantes instrumentos educativos, transmisores de un determinado sistema de valores socioculturales. La actividad lúdica es un impulso instintivo del periodo infantil que forma parte del proceso de aprendizaje evolutivo y conecta al sujeto con su entorno. El juego está fuertemente influenciado y definido por la cultura y el entorno social en el que se desenvuelve (Erikson, 1974). Los juguetes son un reflejo del mundo adulto. Sin embargo, estos objetos lúdicos no se corresponden con los ideales de igualdad de la sociedad actual, ya que sugieren ciertos valores, significados, aspiraciones y patrones de conducta estereotipados de cómo tienen y deben ser según su género (Wood *et al.*, 2002; Green *et al.*, 2004; Martínez-Reina, 2005; Martínez-Reina y Vélez, 2005). No obstante, desde el punto de vista psicopedagógico y sociocultural, los juguetes infantiles no deberían limitar las experiencias lúdicas de niños/as sólo por la condición de su género, si realmente queremos igualdad entre hombres y mujeres.

Son muchos los estudios que teorizan sobre cómo se adquieren los estereotipos de género durante la infancia. Algunas teorías enfatizan en los aspectos biológicos (por ejemplo, Buss, 1995), otras en los factores sociales (Berger *et al.*, Rosenholtz y Zelditch, 1980) y también están las que hacen referencia a los procesos psicológicos implicados (Kohlberg, 1966). No obstante, la tendencia actual es la

de considerar todos estos aspectos dentro de un mismo marco teórico, dándole importancia a cada uno de ellos. Este es el caso de la Teoría Social-Cognitiva del Desarrollo del Género y la Diferenciación en la que se considera que la evolución humana crea la estructura biológica sobre la cual actúan los factores psicológicos y sociales (Bussey y Bandura, 1999).

En relación con el aprendizaje por observación y experiencias en el entorno, los teóricos del aprendizaje social consideran que los estereotipos de género son pautas de conducta aprendidas mediante la experiencia directa e indirecta, la observación.

Las personas, durante la infancia, reciben la aprobación social cuando realizan actividades propias de su sexo, y se les corrige en sus preferencias, cuando éstas no coinciden con los estereotipos tradicionales. En esta etapa de la infancia las personas interiorizan progresivamente las normas de conducta propias de su género, para poder actuar conforme a ellas. Toman conciencia del concepto género, al diferenciar a qué juegan los chicos y a qué las chicas, utilizando como referencia las personas de su entorno familiar, social, educativo, e incluso personajes televisivos (Martin, 1989; Biernat 1991; Vasta *et al.*, 2001).

El ordenador y los diversos modelos de consolas para videojuegos, son un ejemplo sociocultural de cómo un juego o juguete tiene una función diferente para cada uno de los sexos. Estudios recientes demuestran que los niños y las niñas interactúan de forma diferente con el ordenador (Crook, 1998; Abnett *et al.*, 2001). Según demuestra un estudio realizado a usuarios de cibercafés: los niños suelen iniciarse en la informática entre los siete y nueve años de edad, mientras que las niñas lo hacen de los doce a los trece años. Existe una diferencia en el dominio de esta tecnología: las chicas dominan con soltura sólo los campos que son de su preferencia, mientras que los chicos responden bien en todos los ámbitos (Gil *et al.*, 2003).

Las preferencias y prejuicios lúdicos continúan siendo imitadas por las nuevas generaciones, como consecuencia de los mensajes sociales que se siguen filtrando a través de los diferentes ámbitos educativos.

Partiendo de estos supuestos, el objetivo de esta investigación es encontrar indicios de evolución de la igualdad en las actividades de coeducación infantil a través de los juguetes.

Para ello se formulan los siguientes objetivos específicos:

- a) Conocer si los niños/as de tres a siete años muestran actitudes de género en sus experiencias lúdicas, en relación con el sexo y edad del sujeto.
- b) Conocer si los adultos muestran actitudes de género respecto a ciertos juguetes infantiles.

1. Método

El método utilizado para este estudio se basa en un enfoque directo sobre los juguetes y los mensajes más o menos estereotipados que transmiten algunos de estos objetos lúdicos a través de los diferentes ámbitos educativos. Estudiamos y analizamos la actitud manifestada por los sujetos encuestados sobre el género de determinados juguetes, cómo éstos contribuyen a reforzar estereotipos de género, cómo desde su diseño y publicidad muestran ciertas conductas estereotipadas, y sobre todo enfatizamos en cómo los valores socioculturales trascienden en las preferencias lúdicas de los sujetos según su género.

Desde estas perspectivas, y con base en los objetivos de este estudio, planteamos las siguientes hipótesis:

- ¿Existen variaciones en la actitud de género de niños/as de tres a siete años en función de la edad y el sexo?
- ¿Tanto niños como adultos mostrarán una actitud estereotipada ante determinados juguetes considerados tradicionalmente como masculinos o femeninos?

1.1. Participantes

Un total de 600 sujetos clasificados de acuerdo con su edad en dos grupos:

a) 400 niños/as (200 niños y 200 niñas), de diferentes Centros de Preescolar y Educación Primaria de la Comunidad Autónoma de Andalucía y de edades comprendidas entre tres y siete años. Estas edades corresponden a la etapa denominada como segunda infancia, periodo en el que, los niños y las niñas aprenden las diferencias de género establecidas en su entorno y empiezan a elaborar juicios sobre su conducta y la de los demás. Por lo tanto, ya son capaces de hacer elecciones tipificadas sobre el género de los juguetes (Martin y Little, 1990; Vasta *et al.*, 2001; Cherneya *et al.*, 2005).

b) 200 adultos estudiantes universitarios: 98 estudiantes (16 mujeres y 82 varones) de Informática de la Universidad Autónoma de Madrid y 102 estudiantes (67 mujeres y 35 varones) de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Granada.

La investigación se llevó a cabo en dos fases: entrevistando en la primera a los niños/as y en la segunda a los adultos.

1.2. Materiales

Para llevar a cabo este estudio se diseñó un cuestionario con base en la "Escala de actitudes de estereotipos de género para niños/as" (Signorella y Liben, 1985). Dicha escala fue validada por los autores para comprobar su grado de acuerdo con las teorías del desarrollo evolutivo (Beere, 1990).

En dicho cuestionario cada entrevistado debía seleccionar una imagen con base en la pregunta que era específica para cada grupo de sujetos, debido a la diferencia de edad de los

participantes elegidos para este estudio: al grupo de niños/as se les preguntó: "¿Quién puede..." o "¿Quién podría jugar...", y a los adultos "¿A quién le regalarías este juguete...".

Ambos modelos de encuesta siguieron un patrón base con 35 muestras tomadas de los anuncios publicitarios dirigidos al público infantil durante la campaña navideña, mediante instrumentos como la televisión y catálogos publicitarios: 12 imágenes de juguetes tradicionalmente considerados "femeninos", 12 "masculinos" y 11 "neutros".

Otras variables recogidas fueron: edad, sexo, número de hermanos/as. La variable Trabajo de los padres se incluyó por considerar que podía influir como factor social (Berger *et al.*, Rosenholtz y Zelditch, 1980), en los aspectos educacionales de los hijos/as.

1.3. Procedimiento de análisis

Se realizó en dos fases:

En una primera fase se realizó un análisis semiótico de los juguetes con el propósito de estudiar: la influencia de la imagen, simbología, diseño, funcionalidad, y en qué medida estos valores pueden trascender en las preferencias lúdicas de las personas durante su infancia, fundamentado en los modelos de análisis semióticos de mensajes publicitarios descritos por Barthes (1990). Éstos consisten en descifrar los mensajes implantados en los objetos, la forma en que se transmiten y la semántica del objeto, es decir, el significado y la clasificación del objeto de acuerdo con lo que la sociedad sugiere o impone.

En una segunda fase se realizó el análisis estadístico de los datos obtenidos de manera cuantitativa analizando las variables y su correlación.

Los resultados se clasificaron en dos grupos para su análisis y comparación: en primer lugar se recopiló la opinión del grupo de niños/as, subclasificados en conjuntos según edad y género; en segundo lugar se estudió la opinión del grupo de adultos; y para finalizar, se analizó de forma global los datos procedentes de ambos grupos de estudio.

2. Resultados

2.1. Análisis estadístico sobre la actitud de género de niños/as

2.1.1. Correlación entre las distintas variables del estudio

Se ha determinado la correlación entre las distintas variables del estudio aplicando el coeficiente de correlación de Pearson para una muestra de cuatrocientas personas. Se relacionan de forma lineal, de dos en dos, las seis variables más relevantes: *edad*, *género* (el género femenino se representa con el número "0" y el masculino con el "1"), *hermanos/as* y *número de respuestas*, subclasificada en *femeninas*, *masculi-*

nas y neutras (referentes al número de respuestas del género de los juguetes).

Las variables *madre-trabaja* y *padre-trabaja*, fueron descartadas en esta fase del estudio al no encontrar una correlación significativa con las respuestas sobre el género de los juguetes.

Se calculó el valor mínimo significativo del coeficiente de correlación, que mostró para un valor de confianza del 95% ($\alpha = 0.05$) la correlación significativa es a partir de 0.098 en valor absoluto, y para el 99% ($\alpha = 0.01$) a partir de 0.129.

Los valores de correlación entre las variables son significativos, con una confianza del 99%, entre los siguientes pares de variables:

- a) Número de respuestas femeninas y género-niño/a
- b) Número de respuestas masculinas con las variables edad y género-niño/a
- c) Número de respuestas neutras con edad

También destacan las relaciones de las variables *número de respuestas femeninas* y *masculinas* con la variable *número de respuestas neutras*. En este caso las variables no son independientes como las anteriores; la suma de estas tres variables es siempre 35, el número de juguetes.

Según los valores de la matriz de correlación, la correspondencia entre las variables *número de respuestas femeninas* y *género-niño/a* es negativa, mientras que la correlación entre *número de respuestas masculinas* y *género-niño/a* es positiva. Se deduce que la mayoría de los chicos opinan que hay más juguetes para el género masculino que para el femenino. Asimismo, las chicas han considerado que la mayoría de los juguetes son femeninos. Este resultado se explica porque tanto las niñas como los niños de entre tres y cuatro años de edad tienden a relacionar los juguetes con su género (Piaget, 1961).

Otro dato importante es la relación lineal descendente entre las variables *número de respuestas masculinas* y *edad*. Éstas indican que el número de juguetes considerados de género masculino disminuyen a medida que el sujeto tiene más edad. Al mismo tiempo que aumentan el grupo de juguetes valorados como neutros, según refleja el grado de relación ascendente entre las variables *número de respuestas neutras* y *edad*. Por otro lado, la variable *hermanos/as* no

está relacionada de manera significativa en el valor de género que cada niño o niña atribuye a los juguetes.

2.2. Valoración del género de los juguetes según la edad del sujeto

Teniendo en cuenta estos resultados se ha realizado un estudio detallado para poder apreciar las diferencias más significativas en las respuestas dadas por el grupo de niños/as.

Según las variables *edad* y *género-niño/a* (figura 1) se aprecian diferencias entre niños y niñas en función de las edades.

A los tres años sus elecciones son significativamente diferentes ($\chi^2 = 19.23$, $p < 0.001$). Las niñas de tres años tienen una percepción de la neutralidad de los juguetes más alta que la de los niños de la misma edad, siendo ésta de un 15% frente a un 9%. El porcentaje de respuestas femeninas, masculinas y neutras de ambos sexos se empieza a equilibrar a partir de los cinco años ($\chi^2 < 0$, $p > 0.90$). Un ligero repunte, no significativo estadísticamente, del número de respuestas neutras se observa en los niños de 7 años (ellos 27% y ellas 23%) ($\chi^2 < 1.03$, $p > 0.50$).

Los datos parecen indicar que los sujetos de entre tres y siete años de edad poseen una alta percepción de lo que pertenece o no a su sexo. Como se puede observar en la figura 1, las respuestas van convergiendo conforme aumenta la edad, así como las respuestas de valor neutro; al mismo tiempo disminuyó el porcentaje de los juguetes que con anterioridad asociaban a su sexo. Las niñas de tres años asumieron que el 47% de los juguetes eran femeninos, frente al 37% masculino, mientras que los niños relacionaron el 59% con el género masculino, frente al 32% femenino.

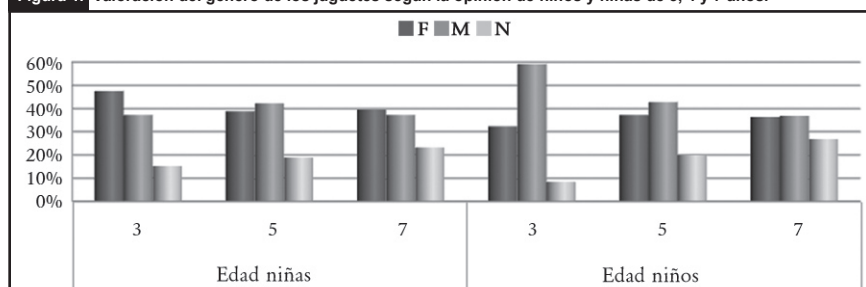
En cierta medida, estos resultados se relacionan tanto con el desarrollo de la percepción psicoevolutiva de este periodo infantil como con la influencia de su entorno, y muestran la actitud más o menos estereotipada que posee cada niño/a sobre los juguetes.

2.3. Percepción del género de los juguetes

En la figura 2 se muestran las respuestas de ambos géneros, por grupo de estudio, sobre la percepción del género de los 12 juguetes más significativos de entre los 35 escogidos inicialmente.

En el grupo de niños/as, de los 35 juguetes evaluados, sólo tres fueron reconocidos mayoritariamente como juguetes neutros: el juego de construcción ($\chi^2 = 20.42$, $p < 0.001$), el juego de medicina (maletín con instrumental médico) ($\chi^2 = 3.57$, $p < 0.20$) y el ordenador ($\chi^2 = 3.57$, $p < 0.20$). No

Figura 1. Valoración del género de los juguetes según la opinión de niños y niñas de 3, 4 y 7 años.



obstante, la PlayStation fue considerada un juguete masculino por el 69% de las respuestas.

También cabe destacar que ningún juguete fue considerado neutro en más del 50% de las respuestas ($\chi^2 = 289.9$; $p < 0.0001$). Mientras que 22 de los 35 juguetes son identificados como masculinos ($\chi^2 = 349$; $p < 0.001$) o femeninos ($\chi^2 = 301.7$; $p < 0.001$) por más del 75% de los sujetos.

1.4. Variables juguete, edad, género-niño/a y hermanos/as

Teniendo en cuenta el resultado obtenido de las respuestas del grupo de niños/as sobre la percepción del género de los juguetes, intentamos descubrir posibles influencias que inducen a estos sujetos a relacionar un objeto con un determinado género o con ambos.

Para ello, confeccionamos una tabla de correlación con 27 variables correspondientes a cada juguete, y su correlación con las variables *edad*, *género-niño/a* y *hermanos/as* (tabla 1). En esta tabla sólo se muestran los juguetes con valores de correlación que son significativos, con un valor de confianza del 99%, por tanto, omitimos los valores inferiores a “0.129”.

De esta forma, la variable asociada a cada juguete es la media del valor dado por cada sujeto sobre el género del objeto. Para ello se asignó el valor “-1” cuando el sujeto respondió que el juguete era femenino, “0” cuando era neutro, y “1” cuando era masculino. El número “0” fue elegido para simbolizar el valor neutro por su afinidad significativa.

La mayoría de los valores significativos de correlación entre las variables *juguete* y *edad* son negativos con respecto a los siguientes juguetes: el bolso, carrito limpieza, carrito supermercado, casa de muñecas, cocinita, cochecito de muñecas, frutería, juego de costura, juego de maquillaje, moto, muñeca adolescente, muñeca Barbie, muñeca bebé y la muñeca Lilo. Esto se debe a que la mayoría de estos juguetes fueron considerados femeninos. Este valor femenino se acentuó a medida que el sujeto tenía más edad.

Una cosa similar ocurrió con la mayoría de los juguetes que se consideraron masculinos: muñeco action-man, castillo, coche todoterreno, helicóptero, juego de jardinería, muñeco Buzz, moto y el tractor. Su valor incrementa conforme aumenta la edad de los niños y las niñas; en este caso la correlación fue positiva.

La asociación de cada juguete con un determinado género se ve fortalecida al aumentar la edad del sujeto. La única excepción a este principio, la encontramos en el juego de construcción que pasó de ser considerado un juguete mascu-

Figura 2. Percepción de género del juguete según grupo de estudio.

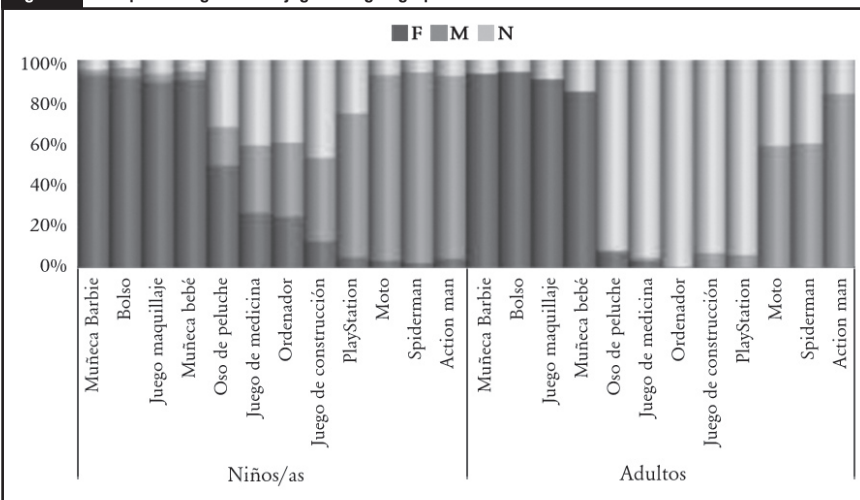


Tabla 1. Matriz de correlación entre las variables: juguete, edad, género-niño/a y hermanos/as.

| | Juguetes | Edad | Género-niño/a | Hermanos/as |
|----|----------------------|-------|---------------|-------------|
| 1 | Action man | 0.26 | | |
| 2 | Bolso | -0.21 | | |
| 3 | Carrito limpieza | -0.21 | | |
| 4 | Carrito supermercado | -0.18 | | |
| 5 | Casita muñecas | -0.27 | | |
| 6 | Castillo | 0.16 | | |
| 7 | Cocinita | -0.14 | 0.16 | |
| 8 | Coche todoterreno | 0.24 | | |
| 9 | Cochecito muñecas | -0.29 | | |
| 10 | Frutería | -0.23 | 0.21 | |
| 11 | Helicóptero | 0.19 | | |
| 12 | Juego costura | -0.23 | | |
| 13 | Juego construcción | -0.14 | 0.13 | |
| 14 | Juego de jardinería | 0.14 | 0.13 | |
| 15 | Juego de medicina | | 0.14 | |
| 16 | Juego de maquillaje | -0.20 | | |
| 17 | Moto | 0.14 | | |
| 18 | Muñeca adolescente | -0.23 | | |
| 19 | Muñeca Barbie | -0.22 | | |
| 20 | Muñeca bebé | -0.22 | | |
| 21 | Muñeca Lilo | -0.20 | 0.14 | |
| 22 | Muñeco Buzz | 0.22 | | |
| 23 | Ordenador | | 0.26 | -0.19 |
| 24 | Órgano | | 0.17 | |
| 25 | Oso de peluche | | 0.25 | |
| 26 | PlayStation | | 0.16 | |
| 27 | Tractor | 0.16 | | |

lino, por la mayoría de las respuestas de los más pequeños, a ser neutro, por los mayores. En el resto de juguetes no existe una correlación significativa entre la variable *edad* y el valor de la respuesta de la variable *juguetes*. En la variable *género-niño/a* todas las correlaciones son positivas, esto se debe a que el sujeto tiende a asociar el juguete con su género.

Entre todos estos valores destacamos las correlaciones más representativas (tabla 1): en la correlación entre las variables *género-niño/a* y *juguete* destaca el “ordenador”. En el caso de este juguete, las niñas lo consideran neutro (45% neutro, 33% femenino) mientras que los niños indican que es masculino (48% masculino, 36% neutro). Entre la variable *edad* y *juguete* destaca el “cochecito de muñecas”. En este otro caso, el número de respuestas femeninas aumentaron y fueron más contundentes a medida que la edad de los sujetos era mayor, igual sucede con la práctica totalidad de los juguetes considerados femeninos por ambos géneros.

Entre la variable *hermanos/as* y *juguete* el único juguete que está relacionado significativamente es el “ordenador”. En este último caso, disminuye el valor masculino a la vez que aumenta el valor neutro de este juguete cuando el número de hermanos y/o hermanas es mayor.

2. Análisis comparativo sobre la actitud de género de adultos y niños

En la segunda parte de la investigación participaron voluntariamente 200 estudiantes universitarios. Nuestro propósito

fue hallar un vínculo entre las respuestas de niños/as y adultos; los primeros como principales usuarios de los juguetes, y los segundos como parte fundamental del entorno y la educación de los niños.

En las respuestas ofrecidas por el grupo de adultos, con edades comprendidas entre los 18 y 46 años, se pudo observar una clara percepción de los valores de género en los juguetes infantiles. Los juguetes asociados tradicionalmente al género femenino, tales como la muñeca en general, el bolso y el juego de maquillaje, fueron considerados femeninos por más del 90% de los adultos (todas las diferencias fueron significativas cuando se les aplicó la prueba del χ^2).

Al comparar (figura 2) el grupo de niños/as con el grupo de adultos, observamos que las respuestas de los sujetos de tres a siete años y los adultos se aproximan bastante en lo referente a los juguetes que son considerados femeninos. Trece de los juguetes votados como femeninos, en más del 50% de las respuestas, fueron los mismos en ambos grupos de estudio. Respecto a los juguetes considerados masculinos, hay una mayor variabilidad en las respuestas obtenidas entre el grupo de niños/as y el grupo de adultos que la obtenida con los femeninos.

También observamos en el grupo de adultos que los estudiantes de género femenino tuvieron una percepción del valor neutro más amplia que los de género masculino, un 64% ellas y 46% ellos (figura 3) contrastando con el grupo de los niños/as, donde las diferencias por género no son tan relevantes.

Otro dato a tener en cuenta en la valoración fue que a pesar del alto índice de respuestas neutras dadas por el grupo de

adultos, éste fue también el grupo que más juguetes dejó sin valorar (2,8%). Lo que contrasta con el grupo de niños/as donde las respuestas en blanco fueron casi inexistentes.

La figura 4 presenta los porcentajes de respuestas femeninas, masculinas y neutras dadas por ambos grupos de estudio sobre el género de los 35 juguetes.

En este gráfico se observa la evolución sobre la percepción del género de los juguetes, según las edades de los sujetos, pudiéndose ver con claridad cómo el porcentaje de respuestas femeninas se mantiene durante la infancia disminuyendo ligeramente en los adultos. En contraste con lo anterior, el porcentaje de respuestas que asocian los juguetes al género masculino va disminuyendo al aumentar la edad del sujeto, transformándose las respuestas en neutras.

Figura 3. Percepción del género del juguete según grupo de estudio y sexo.

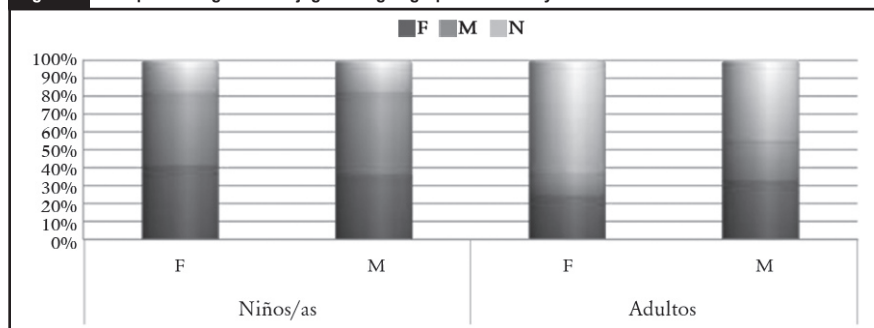
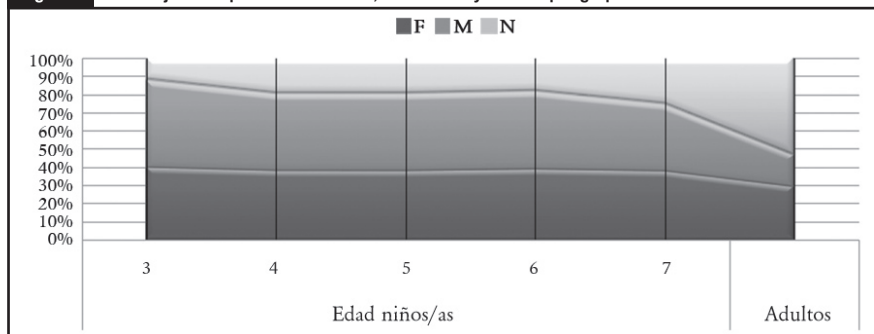


Figura 4. Porcentaje de respuestas femeninas, masculinas y neutras por grupo de estudio.



4. Discusión

• El estudio corrobora lo publicado por Piaget (1961) que tanto niños como niñas de entre tres y siete años tienden a relacionar los juguetes con su género. Sin embargo, estudios realizados por la Pedagogía de Igualdad en los centros preescolares de Suecia, confirman que el color en los objetos es indiferente cuando no se discrimina por motivos de sexo. Además han quitado los juguetes específicos de cada sexo, por ejemplo, las muñecas y los automóviles, con el fin de facilitar la igualdad y ampliar la visión de lo que pueden hacer tanto los niños como las niñas. Lo que les ha permitido comprobar que los niños son más tranquilos, tienen aptitudes bien desarrolladas en el uso del idioma y buena competencia social, mientras que las niñas son más seguras en sí mismas y pueden hacerse escuchar (Hasbar, 2008). No obstante esto conlleva una restricción de la libertad al limitar el juego con dichos juguetes, y al no permitírseles la imitación que es uno de los principales medios de socialización y de formación de la identidad sexual. Para Luis Ramos (2008) muchos juguetes son símbolos de los estereotipos sexistas que imperan en nuestra sociedad, pero el significado de esos símbolos puede modificarse, porque no importa tanto el objeto en sí mismo, sino el uso que hacemos de él. Lógicamente, un coche o un camión de juguete no tienen ningún componente moral en sí mismo.

a) En términos generales los datos muestran que los estereotipos de género, directa o indirectamente, forman parte de nuestra educación y están presentes en nuestro entorno. Asimismo, influyen profundamente en la educación que recibimos y por lo tanto, están vigentes en nuestra forma de ser y de interactuar desde la más tierna infancia. No obstante, es necesario fomentar el juguete didáctico y seguro, que sea parte y juego que potencie la creatividad, que no sea sexista y ayude a los niños/as a reconocer y expresar sus más íntimas emociones.

b) Es por ello que existe una relación entre la experiencia lúdica que el niño vive durante su infancia y su realidad adulta. Así pues, el juego y los juguetes son un poderoso medio socializador, capaz de condicionar y modelar educativamente la capacidad de selección y preferencia de una profesión u otra. Los juguetes preparan psíquica y físicamente a los niños/as en el desarrollo de actividades que estarán relacionadas con su futuro profesional, como demuestran los estudios realizados sobre las preferencias de la mujer al elegir una carrera.

c) Por consiguiente, se deben promover más experiencias lúdicas dirigidas a niños/as con valores y actitudes de igualdad en la diversidad, pues cualquier persona puede y debe desempeñar cualquier actividad con independencia de su sexo. Con ello se podrá cambiar esa imagen estereotipada persistente

que algunos juguetes muestran, especialmente a través de la publicidad en televisión, donde los niños/as están expuestos a diferentes modelos de roles de género. No se pueden controlar los medios de comunicación, ni la publicidad que ellos difunden, pero podremos como consumidores hacer que los niños/niñas sean más selectivos según su personalidad. Así como, en los ámbitos educativos, promover la formación de los educadores para la igualdad, ya que ésta es la mejor manera de empezar a eliminar los contenidos sexistas en nuestra cultura, pues de los juguetes que facilitamos a los niños/as somos totalmente responsables.

Conclusiones

a) Los resultados del estudio explican que tanto las niñas como los niños de entre tres y siete años de edad tienden a relacionar los juguetes con su género. Las preferencias de este grupo de estudio muestran que la actitud de género va configurándose con la edad y el sexo desde una postura aún egocéntrica, en la que niños y niñas relacionan entre el 47% (ellas) y el 59% (ellos) de los juguetes con su género, hacia respuestas más contundentes que reflejan los estereotipos sociales.

b) Es claro el predominio de los efectos tradicionales y de género que los niños/as adquieren en el seno familiar, pues marcan su aptitud ante los juguetes. Es por ello necesario tener en cuenta los valores de igualdad y equidad social que postulan países avanzados en prácticas pedagógicas que proponen nuevas alternativas ante el uso del juguete, con el fin de que, los niños/as tengan iguales oportunidades en la vida.

c) Se observa que los juguetes no tienen género, es la cultura y la sociedad quien los etiqueta para un sexo u otro. El niño y la niña necesitan lo mismo para su desarrollo y educación. Por ejemplo, la muñeca no es juguete femenino, sino que es una herramienta útil para desarrollar aptitudes humanitarias. Didácticamente los juguetes deben considerarse aptos tanto para el niño como para la niña.

Se perciben algunas diferencias entre las repuestas de ambos grupos de estudio, especialmente entre el valor neutro y masculino de los juguetes. Por el contrario, no hay diferencias de percepción y actitud sobre la feminidad de los juguetes entre adultos y niños/as.

La edad es determinante en la catalogación del género de los juguetes pues a medida que la edad del encuestado era menor los juguetes se catalogaron fundamentalmente masculinos o femeninos y apenas se consideró el valor neutro. Inversamente, a medida que el sujeto tenía más edad las respuestas de valor neutro aumentaron en la misma medida y progresión que disminuyeron las masculinas. Sin embargo, las femeninas se mantuvieron e incluso, se hicieron más concluyentes.

- Abnett, C.; D. Stanton; H. Neale y C. O' Malley, (2001). "The Effect of Multiple Input Devices on Collaboration and Gender Issues, en European Perspectives on Computer-Supported Collaborative Learning", *Proceedings Euro CSCI-2001*. Maastricht, Netherlands.
- Barthes, R. (1990). *La aventura semiológica*. Paidós Comunicación, Barcelona.
- Beere, C. A. (1990). *Gender roles: A handbook of tests and measures*. Greenwood, New York.
- Berger, J.; S. J. Rosenholtz y M. Zelditch (1980). "Status Organizing Processes", *Annual Review of Sociology*, 6: 479-508.
- Biernat, M. (1991). "Gender Stereotypes and the Relationship Between Masculinity and Femininity: a Developmental Analysis", *Journal of Personality and Social Psychology*.
- Briceño Rosales, C. A. (2000). "Calidad y Equidad en la Educación. Escolaridad, calidad y equidad: convivencia frustrada", *Encuentro de directivos y altos funcionarios de los ministerios de educación de los países iberoamericanos*. Antigua, Guatemala, marzo.
- Buss, D. M. (1995). "Psychological Sex Differences: Origins Through Sexual Selection", *American Psychologist*, 50.
- Bussey, K. y A. Bandura (1999). "Social Cognitive Theory of Gender Development and Differentiation", *Psychological Review*, 106: 676-713.
- Cherneya, I. D.; L. Kelly-Vance; K. Gill-Glover; A. Ruane and B. Oliver-Ryallsa (2005). "The Effects of Stereotyped Toys and Gender on Play Assessment in Children Aged 18-47 Months". *Educational Psychology*. Vol. 25, Núm. 5, October.
- Crook, C. (1998). *Ordenadores y aprendizaje colaborativo*. Ministerio de Educación y Cultura, Madrid.
- Erikson, E. H. (1974). *Identidad, juventud y crisis*. Paidós, Barcelona.
- Gil, A.; J. Feliu; I. Rivero y E. P. Gil (2003). *¿Nuevas tecnologías de la información y la comunicación o nuevas tecnologías de relación? Niños, jóvenes y cultura digital*. UOC, España. <<http://www.uoc.edu/dt/20347/index.html>> (20 de febrero de 2004).
- Gobierno del estado de Morelos (2003). "Ley de igualdad de oportunidades con equidad de género". *Periódico Oficial Tierra y Libertad* Núm. 4276. 3 de septiembre. Morelos, México.
- Green, V. A.; R. Bigler y D. Catherwood (2004). *The Variability and Flexibility of Gender-Typed Toy Play: A Close Look at Children's Behavioral Responses to Counterstereotypic Models*. Sex Roles, Vol. 51, Núm. 7/8, October.
- Hasbar, S. (2008). "La igualdad empieza en la fase preescolar". Instituto Sueco <<http://www.sweden.se>> (junio de 2008).
- (IEG) Índice de Equidad de Género Social Watch (2008), en: http://www.socialwatch.org/es/avancesyRetrososos/IEG_2008.
- Kohlberg, L. (1966). "A Cognitive-Developmental Analysis of Children's Sex-Role Concepts and Attitudes", en Maccoby, E. E. (Ed.). *The Development of Sex Differences*. Stanford University Press, Stanford, CA.
- López, M. (1995). *La elección de una carrera típicamente femenina o masculina*. Ministerio de Educación y Ciencia, Madrid.
- López-Milián, A y Y. Alonso-Hidalgo (2008). "Equidad de género: ¿sueño o realidad?". Sede Universitaria Municipal Palmira. Universidad de Cienfuegos. Cuba, en: <http://www.monografias.com/trabajos38/equidad-del-genero>.
- Martin, C. L. (1989). "Children's Use of Gender-related Information in Making Social Judgments". *Developmental Psychology*, Núm. 25.
- Martin, C. L.; Little, J. K. (1990). "The Relation of Gender Understanding to Children's Sex-typed Preferences and Gender Stereotypes". *Child Development*, 61: 1427-1439.
- Martínez-Reina, M. C. (2005). *Valores de género en el diseño de juguetes infantiles*. Tesis Doctoral, Universidad de Granada, España.
- Martínez-Reina, M. C. y M. Vélez Cea (2005). "Estereotipos de género en el juego y en el ocio tecnológico interactivo", en *Actas del VI Congreso Internacional de Interacción Persona-Ordenador, INTERACCIÓN '2005*. Thomson, Madrid.
- Piaget, J. (1961). *De la formación del símbolo en el niño: imitación, juego y sueño, imagen y representación*. Fondo de Cultura Económica, México.
- Ramos, L. (2008). "¿Azul o rosa? ¿niño o niña? Educación no sexista". *Terra mujer*. <http://mujer.terra.es/muj/articulo/html/mu210172.htm>, visitado el 09/10/2008.
- Secada, W., E. Fennema y L. B. Adajian (1997). *Equidad y enseñanza de las matemáticas: nuevas tendencias*. Ed. Morata: Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, Centro de Publicaciones. Madrid.
- Signorella, M. L. y L. S. Liben (1985). *Assessing Children's Gender-stereotyped Attitudes*. Psychological Documents, Vol. 15, Núm. 7.
- Valdez-Becerra, J. M. (1996). *La educación sexista, una igualdad desigual*. Nuestro Tiempo, México.
- Vasta, R.; M. M. Haith y S. A. Miller (2001). *Psicología infantil*. Ariel, Barcelona.
- Vergara, A. y D. Páez (1989). "Rol sexual y diferencias en vivencia emocional: explicaciones psicológico-sociales", en: Echebarría y Páez (eds). *Emociones: perspectivas psicosociales*. Fundamentos, Madrid.
- Williams, J. E.; D. L. Best (1990). *Measuring Sex Stereotypes: A Multinational Study*. Sage, Newbury Park.
- Wood, J. (2001). *Gendered Lives: Communication, Gender, and Culture*. Wadsworth, Stamford.
- Wood, E.; S. Demoralise y S. Jugular (2002). "The Impact of Parenting Experience on Gender Stereotyped Toy Play of Children". *Sex Roles*; Vol. 47, Núm. 1-2; *ProQuest Psychology Journals*: 39-49, July.