

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Herramientas para el desarrollo infantil: brindar un espacio donde niños y adultos interactúen realizando dinámicas que impliquen estrategias de tolerancia y aceptación

Proyecto Integrador

Alejandra Urrutia Robles

Diseño comunicacional

Trabajo de titulación presentado como requisito
para la obtención del título de Licenciada en Diseño Comunicacional

Quito, 15 de mayo de 2016

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES
CONTEMPORÁNEAS

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

Herramientas para el desarrollo infantil: brindar un espacio donde niños y adultos interactúen realizando dinámicas que impliquen estrategias de tolerancia y aceptación

Alejandra Urrutia Robles

Calificación:

Nombre del profesor, Título académico

Cristina Muñoz, MA.

Firma del profesor

Quito, 15 de mayo de 2016

Derechos de Autor

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma del estudiante: _____

Nombres y apellidos: Alejandra Urrutia Robles

Código: 00105717

Cédula de Identidad: 1714280227

Lugar y fecha: Quito, mayo de 2016

RESUMEN

El propósito de esta investigación es el de utilizar el diseño como una herramienta que establece una conciencia social e interviene en la construcción de identidad de los niños. Suministrar a los padres con diferentes actividades con el fin de fragmentar estereotipos que han influenciado y causado conflicto en el desarrollo de los mismos. Mediante juegos didácticos, permite explorar las dimensiones de género y áreas de relaciones interpersonales, ofreciendo un espacio donde niños y adultos, se involucren en dinámicas que abarcan estrategias de tolerancia y aceptación.

Palabras clave: Identidad, Estereotipos, Género, Tolerancia, Herramienta, Juego.

ABSTRACT

The purpose of this investigation, is to introduce tools that allow to create social consciousness, inferring in the construction of identity of children and grown-ups. Provide parents with new elements with which they can educate their children in a different way, with the purpose of braking stereotypes that have influenced and caused conflict in children development. Through didactic games, it allows them to explore new dimensions of gender and interpersonal relationship, providing spaces where kids and adults get involved in dynamics that implicate tolerance strategies.

Key words: Identity, Stereotypes, Gender, Tolerance, Tools.

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	8
2. DESARROLLO DEL TEMA	9
2.1 Identidad en los niños	9
2.2 Identidad en los adultos	10
2.3 Educación	11
2.4 Medios de comunicación	12
2.5 Como se percibe el juego en niños y adultos.....	13
3. METODOLOGÍA	14
4. RESULTADOS.....	15
4.1 Estrategias de comunicación	20
5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	28
6. CONCLUSIONES	32
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	33
8. ANEXO A: ENTREVISTA.....	36
9. ANEXO B: WORKBOOK	38

ÍNDICE DE FIGURAS

Imágenes 1: Marca StoryTellers	15
Imágenes 2: Ejemplos de la marca	15
Imágenes 3: Productos StoryTellers.....	16
Imágenes 4: Marty.....	17
Imágenes 5: Piezas de Marty.....	17
Imágenes 6: Cuento Rafael	18
Imágenes 7: Cuento abierto Rafael	18
Imágenes 8: Libro Aprendiendo Juntos	19
Imágenes 9: Libro abierto Aprendiendo Juntos	19
Imágenes 10: Inicio de la página web	21
Imágenes 11: Productos de StoryTellers.....	21
Imágenes 12: Nosotros de la página web	22
Imágenes 13: Personal de StoryTellers	22
Imágenes 14: Venta online de productos	23
Imágenes 15: Venta online de accesorios	23
Imágenes 16: Contacto de la página web	24
Imágenes 17: Información online.....	24
Imágenes 18: Página en Facebook	25
Imágenes 19: Productos en Facebook	25
Imágenes 20: Accesorios en Facebook	26
Imágenes 21: Publicaciones en Facebook.....	26
Imágenes 22: Forro para el celular de StoryTellers	27
Imágenes 23: Mochila de StoryTellers.....	27
Imágenes 24: Prueba psicológica en fundación COVI.....	29
Imágenes 25: Estrellita 5 años de edad	29
Imágenes 26: David 6 años de edad	29
Imágenes 27: David y libro Marty	30
Imágenes 28: Pruebas con directora y psicóloga de COVI.....	30
Imágenes 29: Interacción entre hombres, mujeres y niños con productos StoryTellers	31

1. INTRODUCCIÓN

Durante muchos años se han mantenido prácticas sociales que determinan ciertos comportamientos, estos construyen la identidad de las personas. Los procesos históricos han sido factores fundamentales para la organización y normativas de cada sociedad, las fuerzas sociales han sido componentes esenciales entre las dinámicas y roles del ser humano. Tales interacciones humanas han sido catalogadas y ubicadas en base a fenómenos históricos con fundamentos poco fiables e interés de por medio, así las personas que han tenido el poder a través de la historia han hecho todo lo posible para mantenerlo, sistemas binarios, sistemas de género, raciales, sociales y culturales se han visto manipulados por estos fenómenos históricos.

Desde temprana edad la identidad del ser humano se construye y modifica en base a todos estos procesos históricos que determinan y proveen un sentido al hombre. La misma es construida con limitaciones creadas por los prejuicios y aquellas dinámicas sociales que están tan arraigadas y han naturalizado comportamientos poco tolerantes, los adultos continúan transmitiendo estas dinámicas por lo cual las siguientes generaciones todavía piensan y actúan de la misma forma. La siguiente investigación se asienta en introducir herramientas didácticas que permite explorar las dimensiones de género brindando un espacio donde padres e hijos, se involucren en dinámicas que comprenden estrategias de tolerancia, cambiando sutilmente aquellos procesos históricos normativos. El siguiente proyecto funciona como una marca general que engloba varios productos comerciales, los mismos se encuentran orientados en incentivar a los niños de manera positiva ante diferentes roles de género. El fin del mismo es lograr que los niños crezcan con mayor libertad y menos prejuicios, que puedan construir una identidad más sana y menos conflictiva.

2. DESARROLLO DEL TEMA

2.1 Identidad en los niños

Los niños se encuentran en plena etapa de desarrollo, desde que abren sus ojos, las imágenes y sonidos son su primer medio de comunicación, así todo lo que ven y observan se vuelve un conocimiento y eventualmente comienza a construir su identidad. Todas aquellas personas como maestros, compañeros, niñeras y amigos, comienzan a crear efectos directos en el desarrollo infantil. Según Gómez, es el mismo adulto quien le va a brindar la información necesaria al niño, son las personas que le cuentan al niño si las acciones que él hace son aprobadas o rechazadas por su ambiente. El infante comienza la construcción de su identidad a muy temprana edad, dominando como su mundo funciona y como debe construirse así mismo:

Cuando el bebé va explorando objetos, viviendo situaciones nuevas, mirará el rostro de su madre, y entenderá si esta situación a la que se enfrenta es amenazante o segura en función de lo que lea en ella (...). En esta construcción de significados que hacen los adultos del mundo del bebé también le hablan sobre él. Es decir, le dicen cómo es él, si es un niño valiente, si es un niño bueno, si es un niño listo, etc., y esto contribuirá a que el pequeño vaya creando su identidad.

(Gómez, 2012)

Los adultos mediante aprobaciones o negaciones ante el comportamiento del infante lo educan para actuar de cierta forma en la sociedad, de manera particular que corresponda a las dinámicas aceptadas dentro de la misma. Por lo cual es de mera importancia comprender que son los adultos su primera fuente de conocimiento y lo que aprenden desde bebés se verá reflejado en su futuro.

2.2 Identidad en los adultos

La identidad en los adultos se ha establecido mediante aquellas tradiciones culturales, hombres y mujeres cumplen roles específicos dentro de la misma sociedad y conocen ya los parámetros de un comportamiento correcto e incorrecto. Como dice Brant se esperan ciertas actitudes y roles en base a la sexualidad de la persona, de esta forma se espera que la mujer sea madre y femenina, en el caso del hombre las expectativas son que sea padre y masculino. Estas son las continuas *performances* que se llevan a diario que se convierten en un comportamiento aceptado y naturalizado por la sociedad, todo aquello que quede fuera del mismo de cierta forma es penalizado. La siguiente cita de Brant puede dar un panorama más claro acerca del acto per formativo:

Puesto que no existe una esencia dada por la "naturaleza", el acto "per formativo" enuncia un fenómeno y, en la misma operación, lo produce al nombrarlo y renombrarlo o actuarlo y re actuarlo. Es decir, lo que entendemos por el concepto de "género" es el resultado de un conjunto de comportamientos que, al efectuarse, anuncian su propia autodefinición como actos femeninos o masculinos.

(Brant, 2013:p.659).

Como se puede ver, son todas estas tradiciones culturales que se han manifestado ya en el adulto, han dado forma y construcción a la identidad de los mismos, estos criterios son transmitidos a los niños quienes crecen para posicionar el mismo papel cuando sean mayores, siendo los adultos los primeros factores de construcción en la identidad de los niños.

2.3 Educación

El ámbito educativo es mayormente responsable de dar forma a la identidad de los niños, los mismos adultos no solo transmiten su conocimiento dentro del hogar. Durante el periodo educativo los niños reciben información de todo tipo, religioso, cultural, histórico, artístico, social, etc. Toda esta información forma el criterio y razonamiento del niño, motiva actitudes específicas tanto en niños y niñas. Durante esta etapa también comienzan a entender plenamente las divisiones de género, tanto en sus actividades como las mismas instalaciones académicas, desde los baños separados hasta la aproximación de los maestros refuerzan constantemente la división de género. Según la pedagoga Bárbara Urrutia (*ver entrevista en anexo A*), la dinámica entre niños y niñas es distinta, los niños tienden a ser un poco más alterados e inquietos, mientras que las niñas son más calladas y tranquilas, esto contribuye a la forma en la que han sido educados en su hogar desde temprana edad.

La construcción de la identidad de los niños básicamente depende de factores interrelacionados, el papel que desempeña la educadora o educador como modelo de aprendizaje y el mismo entorno que desarrolla experiencias de convivencia. El aprendizaje no se limita únicamente al conocimiento si no a las experiencias que le cuentan al niño como es y debe ser, el niño comienza a identificarse y desarrollar su identidad en base a lo que lo rodea y aprende. De ahí también nace la identidad grupal, desde que son pequeños los niños aprenden que los varones se juntan con niños y las niñas se juntan con las mujeres, la identidad grupal refuerza la personalidad de los mismos debido a esos patrones que se repiten todo el tiempo desde su temprana edad. Los niños que no encuentran un grupo específico en el cual se sientan identificados, por lo general son marginados y rechazados por la misma sociedad, esto de cierta forma obliga a que desarrollen personalidades similares o aceptadas por la sociedad para evitarle este tipo de conflictos, también conocida como la presión social.

2.4 Medios de comunicación

Los medios de comunicación son otra forma en la que niños y adultos aprenden, estos hoy en día son masivos y se han convertido en parte intrínseca de la vida del ser humano. La televisión, el internet, la publicidad y las redes sociales, exponen una variedad más amplia de culturas, tradiciones, géneros y sexualidades. Positivamente esto logra crear más conocimiento y tolerancia respecto a diferentes dinámicas alrededor del mundo, también brindan un espacio en el cual las personas pueden expresarse libremente, donde pueden existir cientos de identidades, esto crea más áreas ante diferentes culturas, identidades y tradiciones a nivel global.

Los medios de comunicación a través de la historia han tenido el poder de reforzar o fragmentar ideales y dinámicas sociales, los mismos también proveen de diferentes espacios de aceptación y agrupación diversos, aquellos espacios como culturalmente se conocen como grupo; emos, punkeros, reguetoneros, floggers, sectas religiosas, pandillas, etc. Son espacios en los cuales personas que se identifican con características específicas se agrupan. Como dice Pulido en la siguiente cita, pertenecer algún espacio de la sociedad otorga seguridad tanto al adulto como al niño: “Tener un sentido de identidad de grupo así como una identidad personal también ayuda a que el niño o niña tenga un sentimiento de aceptación. La identidad puede venir por pertenecer a una comunidad basada en religión, en valores políticos o sociales, en un lenguaje común, o en etnicidad u origen nacional.” (Pulido, D & Gonzales, J. 1999). El problema es que antes únicamente habían dos espacios, el de la mujer que era el doméstico y el del hombre que era el del proveedor, hoy en día aquellas dinámicas ya no son tan limitadas, ahora existen varios grupos y los medios de comunicación nos cuentan acerca de esos infinitos grupos que existen dando lugar a más personas y más categorías, educando a la sociedad acerca de las infinitas formas de tradiciones, culturas y géneros que existen.

2.5 Como se percibe el juego en niños y adultos

Comprendiendo que son los adultos quienes moldean la construcción de identidad en los niños, es fundamental entender que existen dinámicas específicas con las cuales se puede transmitir el conocimiento, este es el juego. Durante el juego el niño utiliza su conocimiento, los dibujos, expresiones, interacción con otras personas y sus elecciones espontaneas, relata sentimientos y emociones del niño. Mientras el infante construye su ambiente durante el juego, el adulto puede conectarse con él y entender su comportamiento, ya sea la madre, el padre o la educadora, puede manejar las diferentes causas que influyen en estas condiciones. El niño todavía se encuentra en un estado de sorpresa ante los eventos que lo rodean, por estas razones todo aquello que es nuevo se vuelve una lección. El juego permite educar sin imponer, el mismo se vuelve un ambiente adecuado en el cual los adultos estén dispuestos a escuchar a los niños, durante el juego tanto padres como niños, pre disponen de una mejor comunicación.

De tal forma, los adultos están más pendientes a las necesidades de los niños, y son más capaces de brindar espacios que ayuden a la construcción sana del mismo. El juego es el canal por el cual la información llega libremente, el niño absorbe la información sin presión alguna, esto permite que la información se integre en la construcción de la identidad del niño. Como podemos ver en la siguiente cita: “Mediante el juego acompañado y observado el terapeuta establece una relación de confianza con el niño, analiza sus actos y reacciones y le ayuda a comprender sus vivencias, proporcionándole nuevas herramientas para relacionarse con él mismo y su entorno”. (Long, 2011). El juego es una buena fuente de aprendizaje, posibilita la comprensión por parte de los adultos y facilita la transmisión de herramientas y conocimiento hacia los niños, la apreciación por parte de los infantes es mayor ya que se encuentran en un estado receptivo.

3. METODOLOGÍA

Se hicieron entrevistas a profesionales educadores como; María José de la Paz, ex profesora del colegio Menor San Francisco de Quito, Bárbara Urrutia pedagoga y psicóloga, ex trabajadora de Gymboree y Jenny Riquelme, profesora de Género y sexualidad en la Universidad San Francisco de Quito. Además constamos con la participación de madres y padres con diferentes situaciones familiares, los cuales fueron observados y entrevistados a largo plazo, también se realizó observaciones y pruebas psicológicas en la fundación COVI.

Se realizó una amplia investigación de diferentes fuentes teóricas, además se cursó clases de género, raza y sexualidad. También se tomaron clases de sociología, teología y antropología en Elizabethtown College en Estados Unidos para una mayor comprensión de las dinámicas culturales. Tales experiencias brindaron información académica fundamental, y la oportunidad de conocer otras culturas y tradiciones. Además se realizó un workbook (*Ver anexo B*) un libro que funciona como una metodología de investigación en diseño, el mismo desempeña un papel fundamental para idear conceptos que aportan mayor información al trabajo. Los exhaustivos estudios de campo, las experiencias personales y las investigaciones nombradas previamente permitieron el nacimiento de la nueva marca StoryTellers, con el fin de brindar herramientas a niños y adultos que involucren técnicas de aceptación y tolerancia.

4. RESULTADOS

Nace así la marca StoryTellers, productos infantiles que abarca diferentes juegos didácticos. Los usuarios del producto son todos los adultos que quieran interactuar con niños y los niños que tengan acceso al producto, pueden ser padres o madres de familia y niñeras o educadores.



Imágenes 1: Marca StoryTellers



Imágenes 2: Ejemplos de la marca

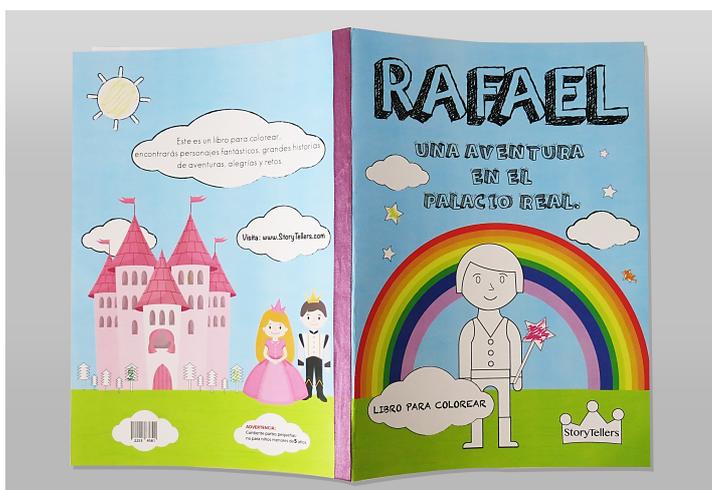
Son diseños con el fin de proveer herramientas educativas y didácticas que motiven la tolerancia y aceptación en el niño. Las relaciones que se establecen con las personas y objetos, así como los vínculos que se van desarrollando mediante los juegos, poseen una gran importancia la vida del niño y su progreso socioemocional, ya que durante el manejo de las normas y las dinámicas se pueden conocer interacciones sociales establecidas por la sociedad, así identifican gradualmente que es lo aceptable y que no.



Imágenes 3: Productos StoryTellers

Así mismo, desarrollan su creatividad, su imaginación y su inteligencia, el niño va entendiendo el funcionamiento de la sociedad y de las acciones de los seres humanos. De esta manera aprende a cooperar y compartir, con otras personas conociendo su ambiente y sus limitaciones, mediante las repeticiones durante el juego también se refuerza una idea que eventualmente se convierte en una norma, el juego es parte esencial del desarrollo humano, y es la forma ideal de aprender, enseñar y construir sociedades en armonía.

El siguiente producto de StoryTellers se llama Rafael, este es un cuento para colorear en el cual se cuenta la historia de un niño que no tiene madre y junto a su padre cuida de sus hermanas y realiza los quehaceres del hogar, a diferencia de algunos roles tradicionales, en este caso es la mujer quien le propone matrimonio y es el hombre quien cumple un rol más femenino y rompe con ciertos estereotipos de género.



Imágenes 6: Cuento Rafael



Imágenes 7: Cuento abierto Rafael

Finalmente StoryTellers propone un libro de juegos llamado Aprendiendo Juntos, donde los niños realizan divertidas actividades, se puede ver niños tomando el té, niñas jugando karate, niñas interpretando roles de niños y niños interpretando roles q se consideran más femeninos. Esto se lo realiza sutilmente con la intención de fundir aceptación dentro de la sociedad, donde niños y niñas comparten gustos, actividades y roles por igual, reforzando la igualdad de género, alentando a los más pequeños realizar actividades diferentes sin miedo y reforzar su seguridad.



Imágenes 8: Libro Aprendiendo Juntos



Imágenes 9: Libro abierto Aprendiendo Juntos

4.1 Estrategias de comunicación

Para el mismo proyecto se identificó que la mejor forma de comercializar los productos fuese online ya que permite el flujo de información constante. Aprovechando esta era digital, los medios de comunicación seleccionados facilitan la comercialización del producto con mayor facilidad y rapidez. El propósito de utilizar página web es el de enfocarse especialmente en la venta de los productos y accesorio de la marca, además se incluirá un blog donde se puede tratar libremente problemáticas con respecto a los temas de género, identidad e igualdad. Por otro lado, también se utilizará Facebook el cual es un espacio donde las personas pueden comentar y compartir el contenido, además pueden colocar imágenes, videos, enlaces y aportar con temas relacionados a los que tratamos en StoryTellers, las personas además de tener acceso a los productos de la marca, tienen acceso a información, comentarios, videos y dinámicas extras que aportan a la sociedad de manera positiva, creando una gran red de personas que buscan compartir con los mismos valores de la marca.

Los accesorios son también un medio de difusión de la igualdad de género, siempre enfocada en los niños y adultos. Con el estilo de los diferentes juegos didácticos, se realizó desde accesorios para el hogar hasta accesorios de vestir. StoryTellers muestra ser un producto potencial para el desarrollo comercial gracias a su versatilidad en diseños, eventualmente StoryTellers busca ingresar a jugueterías, farmacias, supermercados y puntos de venta con flujo comercial fuerte, así expandir más la marca y sus valores.



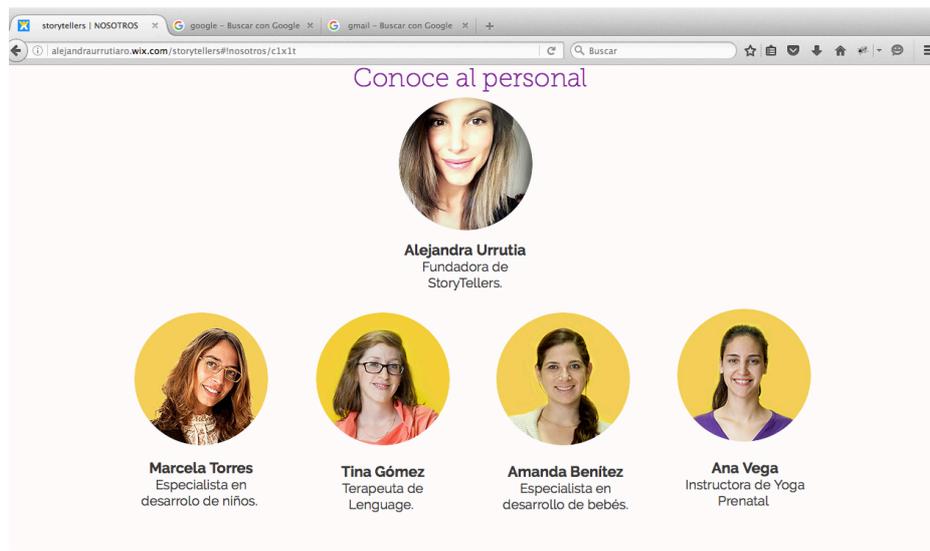
Imágenes 10: Inicio de la página web



Imágenes 11: Productos de StoryTellers



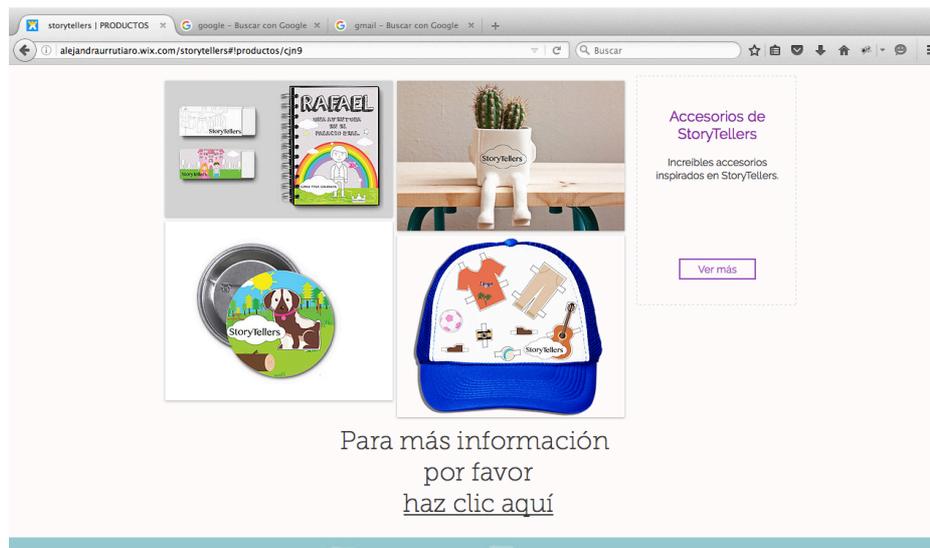
Imágenes 12: Nosotros de la página web



Imágenes 13: Personal de StoryTellers



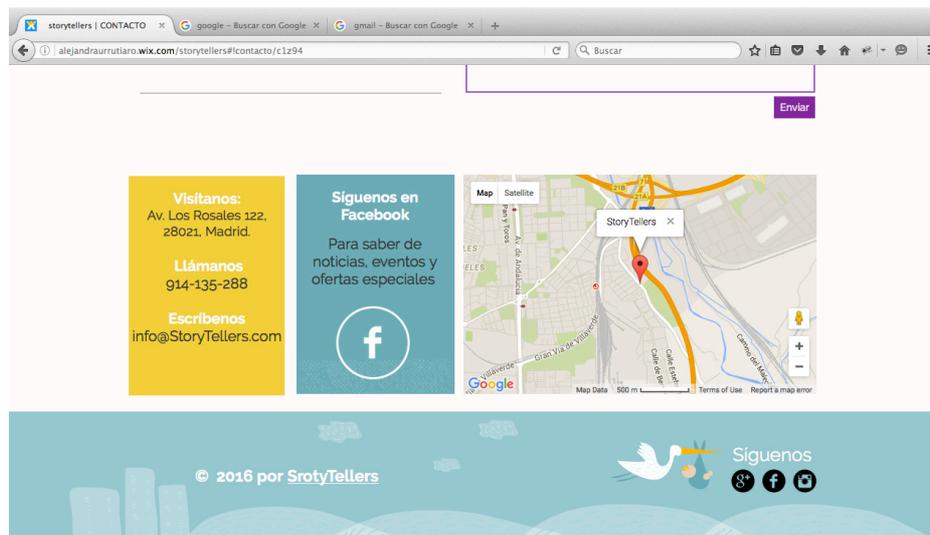
Imágenes 14: Venta online de productos



Imágenes 15: Venta online de accesorios



Imágenes 16: Contacto de la página web



Imágenes 17: Información online



Imágenes 18: Página en Facebook



Imágenes 19: Productos en Facebook



Imágenes 20: Accesorios en Facebook



Imágenes 21: Publicaciones en Facebook



Imágenes 22: Forro para el celular de StoryTellers



Imágenes 23: Mochila de StoryTellers

5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

El estudio de campo que se realizó en la fundación COVI con los productos dio resultados positivos, los niños comprendieron los puntos esenciales de la marca, al finalizar los juegos las niñas se sentían entusiasmadas al saber que podían ganar en el fútbol y aquellos niños comprendieron que pueden realizar las mismas cosas que las niñas sin temor a ser juzgados. Cuando los niños vieron que existen personajes diferentes, muchos de ellos se sintieron identificados con ellos, encontrando un espacio de aceptación.

El realizar personajes amigables que realicen roles distintos a los que los niños creen que deben limitarse, fomenta una sensación positiva y motiva psicológicamente a los niños a realizar aquellas actividades que se limitan por miedo a ser juzgados. Exponer diferentes formas de familia también brinda un espacio primordial a niños y adultos que han batallado con la sensación de vergüenza por no pertenecer a los estereotipos familiares que tanto vemos en los medios de comunicación y que en la vida real no aplican todo el tiempo. Se pudo ver que los resultados de los juegos fueron inmediatos, los adultos revelaron entusiasmo y aceptación, mostraron alivio al obtener más opciones que aquellos productos que existen en el mercado. Por otro lado, niños y niñas jugaron juntos sin problema, se pudo ver que la seguridad de ellos incrementaba durante el juego, después de realizar actividades con los productos StoryTellers se evidenció que a lo largo de la semana había mayor colaboración entre los niños. Así, StoryTellers se vuelve una marca con un futuro comprometedor y un gran mercado, rompiendo esquemas tradicionales y aprovechando la nueva era de la globalización.



Imágenes 24: Prueba psicológica en fundación COVI



“las niñas también podemos ganar en el futbol”

(Estrellita, 2016)

Imágenes 25: Estrellita 5 años de edad



Imágenes 26: David 6 años de edad



“No importa cómo se
vistan, lo importante
es que son amigos”

(David, 2016)

Imágenes 27: David y libro Marty



“Como directora de la
fundación es primera
vez que veo algo así y me
alegra que los niños
tengan otras opciones,
ejemplos más reales con
los cuales se pueden
identificar”

(Tamara Gros, 2016)

Imágenes 28: Pruebas con directora y psicóloga de COVI



Imágenes 29: Interacción entre hombres, mujeres y niños con productos StoryTellers

Durante las investigaciones de campo se dio la oportunidad de interactuar con niños y adultos simultáneamente en un baby shower mixto. Los resultados fueron mejores de lo esperado, los adultos pudieron ver a los más pequeños en dinámicas de juegos unisex donde niñas y niños interpretaban los mismos roles y jugaban entusiasmados juntos. Al terminar la interacción, los adultos comentaron todos aquellos productos limitados que existen y la satisfacción de saber que se existe la posibilidad de otras opciones, sobre todo la motivación de saber que personas jóvenes buscan nuevas soluciones a temas tan específicos de género e identidad en los niños. La interacción mostró que los adultos tienen más prejuicios que los niños, quienes mostraron ser más flexibles y receptivos a los productos. Esto hizo que muchos adultos se cuestionaran y quieran cambiar esos juegos limitantes por estos juegos unisex que ofrece StoryTellers. Sin importar la edad, la clase social, la sexualidad y el género StoryTellers mostró ser una marca que mediante sus diseños provee de herramientas que generan cambios positivos en las personas y en la sociedad.

6. CONCLUSIONES

En la actualidad los temas de género e identidad se expanden con gran rapidez, sin embargo, hay muy pocos productos o servicios que aborden este tema específicamente. Se ha tenido la oportunidad de crear un espacio a través de productos que ofrece la marca StoryTellers, estos juegos didácticos brindan herramientas para que adultos y niños exploren las dimensiones de género y áreas de relaciones interpersonales, donde personas de diferentes edades, géneros y realidades sociales pueden compartir inquietudes y encontrar desahogo en los productos, así, la marca es capaz de romper esquemas de estereotipos y permite desarrollar una identidad más sana.

Después de haber realizado este proyecto se puede concluir que todos los objetivos planteados se alcanzaron, los comentarios que se recibió de las personas y por cómo funcionan los productos, muestra potencialmente que StoryTellers puede crecer rápidamente en el mercado comercial. Las pruebas psicológicas realizadas en la fundación COVI mostraron que los niños que venían de hogares hostiles, que han sido abusados de alguna forma, encontraron una zona de confort y seguridad en los juegos. Además los siguientes estudios de campo demostraron que personas mayores con tradiciones antiguas aceptaron al producto con emoción. Esto nos permitió saber que la sociedad está lista y receptiva para un cambio, lo cual permite que StoryTellers abra espacios para estas nuevas historias.

La expectativa a futuro es que la marca llegue a cobrar vida como grandes empresas como; Disney, Marvel, Barbie, etc. El siguiente paso sería realizar extensos estudios de mercado en diferentes partes del mundo para poder pulir y aportar detalles que satisfagan la necesidad de otras personas y edades. El mayor reto sería incentivar que las mismas empresas posicionadas del mundo intervengan con StoryTellers y juntos comenzar a reescribir aquellas historias y convertirse en una marca reconocida internacional.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barreto, R & Uribe, O (Mayo de 1963). Interacción Social y Educación. *Revista Mexicana de Sociología*, 2, 657-664.
- Bea, N & Torras, E. (1994). El desarrollo de la identidad en el tratamiento de niños pequeños. El desarrollo de la identidad. Recuperado el 06 de Octubre del 2015 de <http://www.sepypna.com/articulos/desarrollo-identidad-tratamiento-ninos-pequenos/>.
- Betancur, C. B., & Marín Cortés, A. F. (2011). Cuerpo, comercio sexual, amor e identidad. Significados construidos por mujeres que practicaron la prostitución. *Revista CES Psicología*, 4(1), 32-51.
- Brant, H. (Diciembre del 2013). "El enemigo es múltiple y adopta disfraces": La performatividad y la identidad queer en "El placer desbocado" de Ernesto School. *Hispana*, 4, 657-671.
- Brito, H. (Marzo del 2013). La identidad del niño y niña en la Educación Inicial. Recuperado el 06 de Octubre del 2015 de <http://heliannybrito.blogspot.com>.
- Connell, R (2003) La organización social de la masculinidad, Masculinidades, México, Editorial de la Universidad Nacional Autónoma de México pp. 103-129.
- Chodorow, (1978). *The Reproduction of Mothering*, University of California Press, Berkeley, California.
- De La Paz, M. (30 de Abril del 2015). *Entrevista personal*.
- De Beauvoir, S (2005) introducción, *El segundo Sexo*, Buenos Aires, editorial Sudamericana.
- Foucault, Michel (2001), Clase del 17 de Marzo, *Defender la sociedad: Curso en el college de France (1975- 1976)*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, PP. 217-237.
- Foucault, Michel (1977), *Nosotros los victorianos y Dominio. Historia de la Sexualidad*, Vol.1. La voluntad del saber. México, Siglo Veintiuno Editores, pp.7-21 y 126-139.

- Frías, S. (Abril del 2011). Hostigamiento, acoso sexual y discriminación laboral por embarazo en México / Harassment, sexual harassment and discrimination at work due to pregnancy in México. *Revista Mexicana de Sociología*, 2, 329-365.
- Gómez, E. (julio del 2012). La identidad del niño: quién es y quien cree que es. Relación padres e hijos. Recuperado el 05 de Octubre de http://blogs.elconfidencial.com/almacorazonvida/relacionpadresehijos/2012-07-27/la-identidad-del-nino-quien-es-y-quiencreequies_588347/.
- Herci, H. (Abril del 2011). Adolescentes deprimidos... ¿Qué hacer? La bitácora del psicólogo. Recuperado el 06 de Octubre del 2015 de <http://labitacoradelpsicologo.com/2011/04/02/adolescentes-deprimidos-%C2%BFque-hacer>.
- Long, M (Octubre del 2011). La terapia de juego. Bebés y más. Recuperado el 06 de Octubre del 2015 de <http://www.bebesymas.com/juegos-y-juguetes/la-terapia-de-juego>.
- Olavarría, J (2003). *Los estudios sobre las masculinidades en América Latina*, Un punto de vista, Anuario social y político de América Latina y el Caribe, FLACSO/UNESCO/Nueva Sociedad, 6, 91-98.
- Pateman, C (1996) *Criticas feministas a la dicotomía pública/ privado*. Barcelona: Paidós.
- Paredes, M. (Septiembre del 2006). De princesas y hadas madrinas: La cárcel de género en "Tigre Juan y El curandero de su honra" de Ramón Pérez de Ayala. *Hispana*, 3, 482-491.
- Paula, (26 de abril de 2014). Las nuevas categorías sexuales. *Revista Paula*, 1146.
- Pulido, D & Gonzales, J (1999) Apoyando el desarrollo de una identidad sana. Trabajo con los padres sobre temas de diversidad. Recuperado el 06 de Octubre del 2015 de http://www.teachingforchange.org/wpcontent/uploads/2012/08/ec_supportinghealthyidentity_spanish.pdf.
- Riquelme, J. (1 Mayo del 2015). *Entrevista Personal*.

- Rodríguez, A. (Junio del 2015) Porqué es tan importante que sigamos jugando cuando somos adultos. Recuperado el 07 de octubre del 2015 de <http://hipertextual.com/2015/06/jugando-cuando-somos-adultos>.
- Rubin, Gayle (1998) el tráfico de mujeres: notas sobre la economía política del sexo. En Maysra Navarro y Stimpson, Catheribe, (eds). ¿Que son los estudios de las mujeres? Buenos Aires, Fondo de cultura Económica, pp. 15-45.
- Rubin, Gayle, (1984). Reflexionando sobre el sexo: notas para una teoría radical de la sexualidad (extracto), en www.cholonauta.edu.pe/ Biblioteca virtual de ciencias sociales, pp.13-24.
- O'Sullivan, et al (1995) Oposición binaria género, patriarcado, raza, étnico. Conceptos clave en comunicación y estudios culturales. Buenos Aires, Amorortu.
- Tapia, M & Romani, P (2012). Lengua y género en documentos académicos. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 19 (59) pp.69-86.
- UNICEF (s/f) Derecho a la identidad. La niñez y la adolescencia. Recuperado el 06 de Octubre del 2015 de http://www.unicef.org/argentina/spanish/children_11139.htm.
- Weeks, J (1998). *Sexualidad*. México: Paidós Ibérica, PUEG, UNAM.

8. ANEXO A: ENTREVISTA

19 de Octubre del 2015

¿Cómo hacer que los niños exploren su ser sin sujetarse a estructuras de género?

Bueno partamos desde la base que son los padres los que dan la estructura al género, desde que nacen preguntas si es hombre o mujer comentarios como “oh que linda la princesa la nena” “si es varón “oh que grande que fuerte que macho”. Involucrar a los padres desde antes del nacimiento del niño y educar para que los mismos padres permitan comportamientos de los niños sin castigarlos por la forma en que se expresan. Dejar que ellos exploren y que el cuidado y el trato de los padres sean independientes de si es niño o niña, el rato que haces un juego no dividir en niños o niñas si no, que haya una integración como personas en sí.

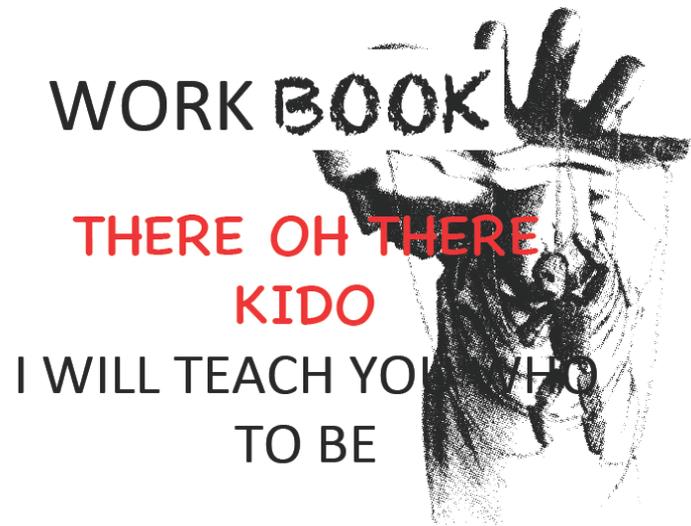
¿Cómo hacer que los padres sean conscientes de los estereotipos que influyen en la construcción del niño?

Si tú te fijas hay mucha publicidad, hay mucho marketing definiendo lo que es para mujeres y lo que es para hombres, si tú ves un comercial de una afeitadora ves que la relacionan con carros, futbol y actividades y elementos que se consideran más masculinos. Cuando ves una publicidad de algún producto femenino, vez que la mujer viste de rosado, extremadamente delicada y femenina. El presentarles otro tipo de productos, diferentes versiones del mismo que rompan estereotipos logra que los padres sean más conscientes de esta problemática.

¿Durante tu carrera como pedagoga has podido ver diferencias obvias entre niños y niñas, es diferente ver el trato de los maestros hacia los mismos?

De hecho si, las niñas tienden a ser más emocionales, en general son más tranquilas que los niños que suelen ser más agresivos y activos. Esto viene desde la educación en casa, ya que generalmente las niñas son tratadas con más delicadeza, son tratadas como princesitas, cuando a los hombres se les educa a ser más fuerte, a no llorar. Así, aquellos niños en la escuela se comportan de la forma en la que se les educó inicialmente en casa, y en la escuela refuerzan estos comportamientos.

9. ANEXO B: WORKBOOK



HISTORIA

ESCRITA POR HISTORIADORES.

Normativas de sociedad

interés de por medio.

**castiga todo lo
que rompe con la
normativa**



Desde niños se inculcan dinámicas sociales,
un lugar socialmente permitido y aceptado por la comunidad



Diferentes padres Diferentes identidades

Sofia interés por las motos
 diferencia entre las
 otras niñas comentarios
 incómodos- Belen Uzategui.



crecen con **personalidad** y seguridad **diferente**



Siempre y cuando mantengan estereotipos

No le tienen miedo a nada, no les importa hacerse un asco y hacer actividades diferentes. Belen Uzcategui.



I'M A PRINCESS NO MATTER WHAT!!

Nunca vi el impacto la manera en que podría influenciar. Gabriela Rodriguez

Le compramos todo de hombre y nació salió que era mujer.



HUBIERA SIDO DIFERENTE

Tomamos con mucha gracia cuando le decían "uy que lindo" nunca nos afectó era un **tema gracioso??** Cristina de la Paz

Desde que nace preguntas si es hombre o mujer y desde momento comienza el trato “que linda niña” “ que grande y lindo niño”.



A quién le Importa??

publicidad / marketing definiendo lo que es para hombres y para mujeres



porque no cambiar este concepto?

Padres la sociedad

las personas que rodean los niños son determinantes en el desarrollo,

según van recibiendo información.

Bárbara Urrutia



There there BOY listen to us

Hasta los tres años no demuestra una diferencia de genero
a partir de eso **comienzan a repetir**
muchas cosas de los padres . Bárbara Urrutia



Nosotros
TAMBIÉN

Como llegar utilizar los **sentidos**, plasmar visualmente
como sería *dejar que el niños aflore con su*
personalidad.
Bárbara 2015



Todo se escribe
y se puede rescribir en la historia

Antes de que **nacen**, los padres piensan en la
ropita, el color del cuarto, los juguetes.
María José de la Paz



una guía una forma de concientizar nosotros como; maestras, madres, tías o hermanas podríamos realizar un cambio.

María José de la Paz



QUÉ ES LO QUE SE PIDE?

El peligro de la repetición de patrones no se cuestionan y se asumen como una verdad.
Jenny Riquelme



HAAAA FUNNEEY?!??

Asi que esta bien?

la identidad del niño es transmutada generacionalmente niño quiere explorar sin restricciones deben ser los padres quien se lo permita.

Jenny Riquelme

Meet Brendan.

GOOD 4 BUSINESS
So its OKAY

American Apparel

identidad *es asimilar*, crear una identificación con algo, es sentirse en relación

una cultura, movimiento, una manera de ser, de vestir o una institución

 → Si eres heterosexual blanco hegemónico masculino

DIME DE DONDE ERES

&

TE DIRÉ QUIEN DEBES SER

ESCLAVA
TERRORISTA
COCHINO
LADRONA
RACISTA
IGNORANTE



El sujeto se representa como **alguien que las leyes de vida y sus normas se aplican** como consecuencia **tiene efectos** que eventualmente **se convierte en una identidad.**



Comprender identidades múltiples y dispersas (foto Mitus).

sentir como propio algo externo, es encontrar tu persona en algo mas, **ese sujeto, institución o fenómeno externo.**

Identidad no es única un sujeto se relaciona con varias identidades.

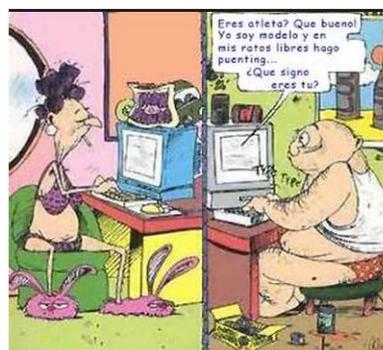


que tu quieres ser, asocias con tu personalidad lo conviertes y lo transformas en algo propio.

Normas, leyes que **inhibe**, bloquea, castiga y manipula estas identidades



Redes sociales medio por el cual, se crea *identidad* sin ataduras.
Tras pantallas uno puede ser lo que **realmente quiere** y cree ser?





IDENTIDADES CONSTRUIDAS

Han creado otras identidades, *quienes no encajan* en la sociedad se unen a una identidad en la cual se apoyan.

“Construcción de **significados que hacen los adultos del mundo** del bebe también le hablan sobre él.”



“Le dicen cómo es él, contribuirá a que el pequeño vaya creando su identidad.”

Gómez, 2012

“el bebé va explorando **objetos**, situaciones nuevas, mirará el rostro de su madre, y entenderá si **es amenazante o segura.**” Gómez, 2012



OH MOMMY CAN I?
OH BABY IS YOUR JOB.

“La **edad preescolar**,

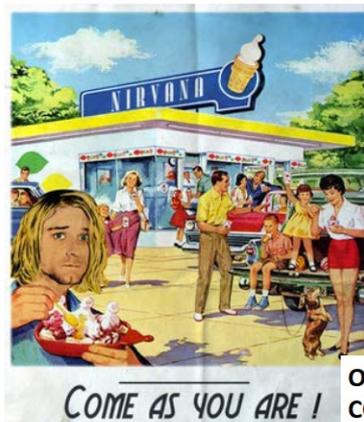
la mayoría de **los niños han desarrollado** una identidad fuerte como **varones o niñas.**” Brito, H. 2013



“Desde el momento en el que nacen, **necesitan forjarse una identidad.**”



Primer paso es **inscribir el nacimiento en los registros públicos** y contar con un **nombre y una nacionalidad.**” UNICEF, s/f



“**Identidad positivo** crucial para el desarrollo de auto estima y de la confianza.

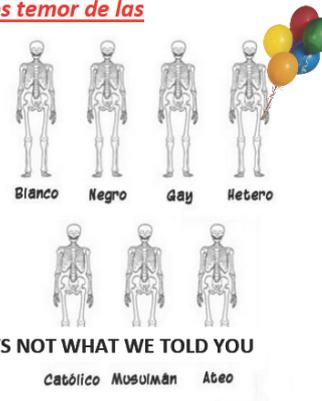
niños y niñas más probabilidades de ser optimistas y detener éxito” .

Pulido, D & Gónzales, J. 1999

OR MAYBE NOT
COME AS THEY TOLD YOU

“**sentido de identidad sano** ayuda a niños y niñas a ser **más abiertos con la gente de otros orígenes** porque tienen **menos temor de las diferencias.**”

Pulido, D & Gónzales, J . 1999



“**Sentido de identidad de grupo** como una identidad personal ayuda a que el niño o niña **tenga un sentimiento de aceptación.**” Pulido, D & Gónzales, J . 1999



“La identidad puede venir por **políticos o sociales, lenguaje comúnetnicidad u origen nacional** . La identidad de grupo puede venir **de lo que sea que la familia del niño considere importante** para definir quiénes **“son como nosotros.”**”

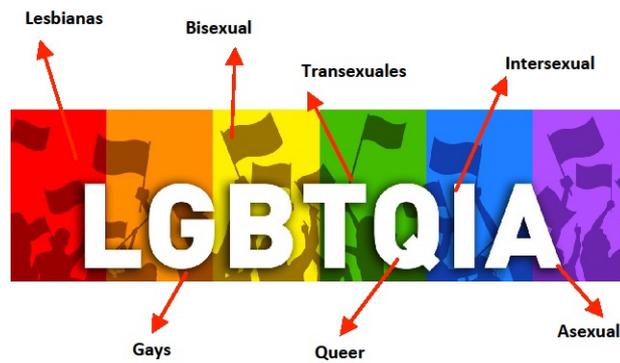
Pulido, D & Gónzales, J . 1999

GEENERO

“Oposición binaria, proviene del estructuralismo,
culturales no naturales.” O’Sullivan, et al . 1995



Se agrega un valor positivo y negativo.



“ Todo ser humano **hembra no es necesariamente una mujer**, tiene que participar de la **feminidad**” . Beauvoir , 2005

“los **sistemas de parentesco** son formas empíricas y observables de un sistema”

**HETERO
HEGEMÓNICO
PATRIARCAL
RUBIO ADORADO
MUJER DULCE Y SUMISA**



“Rituales y ceremonias, destinos sociales divergentes de los sexos,

alianzas, tabús división de la sociedad a la elección sexual y de tradiciones, **condenar lo fuera de común.**”

Rubin, 1998



¿Qué sucedería --- si se escoge rol diferente al establecido?



*Gay homosexual
maquillador
ama de casa.*

ACERCARSE A NIÑOS. ADOLESCENTES & ADULTOS.

“Mediante el **juego** establece una relación de confianza con el niño”



No en el sentido literal que puede tener **para un niño**.

Ya *no necesitamos* lanzar una pelota una y otra vez para saber lo que sucede,
ya aprendimos las consecuencias de ciertos actos?

