

Curso 2012/2013

**TRABAJO FIN DE GRADO
DE MAESTRO EN EDUCACIÓN INFANTIL**

**ORIENTACIONES EDUCATIVAS PARA SELECCIONAR
JUGUETES EN EDUCACIÓN INFANTIL**

**AUTORA:
M^a PAZ BLÁZQUEZ CARABIAS**

**TUTOR:
DIONISIO DE CASTRO CARDOSO**

Agradecimientos:

A mi familia y amigos por el apoyo y ánimo que me ofrecen en todo momento.

A los niños y niñas protagonistas de esta investigación por ayudarme a aprender un poquito más.

A Marisa y Dionisio, por sus orientaciones y dedicación en esta investigación.

A la vida por darme salud y energía para afrontar nuevos retos.

A todas las personas que os interesáis por el bien de los niños y niñas.

ÍNDICE

1.- PRESENTACIÓN.....	5
2.- JUSTIFICACIÓN Y PERTINENCIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
3.- CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA.....	7
3.1.- Conceptualización del juego.....	7
3.1.1.- Importancia del juego en la infancia.....	9
3.1.2.- Clasificación de los juegos.....	10
3.1.2.1.- Juegos particularmente educativos.....	12
3.1.3.- Espacios de juego: las ludotecas.....	15
3.2.- Los juguetes.....	16
3.2.1.- Juguetes apropiados según la edad.....	17
3.3.- Educación para el consumo.....	19
3.3.1.- Utilidades y beneficios del material de desecho.....	20
4.- PARTE EMPÍRICA.....	21
4.1.- Diseño de la investigación.....	21
4.1.1.- Objetivos de la investigación.....	21
4.1.1.1.- Objetivo general.....	21
4.1.1.2.- Objetivos específicos.....	21
4.1.2.- Tipo de estudio.....	22
4.1.3.- Estrategias a utilizar. Materiales, métodos y recursos.....	23
4.2.- Desarrollo de la investigación.....	23
4.2.1.- Trabajo de campo.....	23
4.2.1.1.- Población.....	24
4.2.1.2.- Acceso al campo.....	24
4.2.1.3.- Recogida de datos.....	24
4.2.2.- Fase analítica.....	24
4.2.2.1.- Tratamiento de datos.....	25
4.2.2.2.- Instrumento de análisis: categorización.....	25
4.2.2.3.- Definir las categorías.....	26
4.2.2.4.- Cuantificación de datos.....	30
4.3.- Resultados de la investigación. Información hallada.....	31
5.- CONCLUSIONES.....	40
6.- PROPUESTA EDUCATIVA.....	43

BIBLIOGRAFÍA.....	47
ANEXOS.....	49

1.- PRESENTACIÓN

La investigación que se presenta a continuación, tiene como objetivo general descubrir si los padres, educadores o personas interesadas en la educación de la infancia, conocen las claves para conseguir juguetes educativos.

Dicha investigación está realizada con mucha ilusión y dedicación, pues el tema es muy cercano a la profesión que ejerce la investigadora que es maestra de Educación Infantil.

Supone aproximarse más aún a la realidad del aula e indagar en un tema que en el momento en que se inicia la investigación tiene mucho significado pues es el momento en que los niños y niñas comienzan a pensar en los juguetes que van a pedir a los Reyes Magos.

La accesibilidad a la población objeto de estudio se caracteriza por su facilidad y un clima de confianza que garantiza la fiabilidad de las respuestas.

Es un tema de gran importancia porque el juego es la actividad a la que más tiempo se dedica en la infancia por lo que la selección de juegos y juguetes es fundamental para que el niño y la niña tengan una niñez feliz y sustentada en valores como la cooperación, el ahorro y la sencillez.

Para la autora ha significado, a nivel personal y profesional, un enriquecimiento de su experiencia y un reto pues era la primera vez que realizaba un trabajo de investigación.

Se han dedicado muchísimas horas de trabajo para realizar esta indagación siendo las partes más laboriosas las correspondientes, por una parte, a la contextualización teórica ya que el tema es muy amplio y numerosos autores se han interesado por el mismo, resultando difícil seleccionar algunos pues todos son importantes; y, por otra parte, la categorización de los datos obtenidos fue una tarea muy costosa, ya que había un número muy amplio de juguetes.

Aunque el proceso ha sido duro pues ha supuesto compaginar vida laboral y personal con la realización de la investigación, ha merecido la pena por haber aprendido a investigar y aportar una ayuda para mejorar la infancia de los niños y niñas ofreciendo pautas a sus familias en la selección de juguetes para llevar a cabo la actividad más importante en este período de la vida: el juego.

2.- JUSTIFICACIÓN Y PERTINENCIA DE LA INVESTIGACIÓN.

La presente investigación comienza a finales del mes de noviembre. En esta fecha, los niños empiezan a decidir los juguetes que van a pedir a los Reyes Magos. Influenciados, en muchas ocasiones, por los medios de comunicación (televisión, revistas...), su elección, a veces, se aleja de aquello que es conveniente para su educación según su edad e intereses.

Teniendo en cuenta que el juego, como actividad esencial de la infancia, merece que se le otorgue gran importancia, se ha de prestar gran atención tanto a la selección de juegos como de juguetes.

Se pretende también hacer reflexionar sobre la utilidad del juego como transmisor de valores, a través, por ejemplo, de juegos cooperativos y tradicionales dado que en la sociedad actual algunos de ellos se están perdiendo, así como la reflexión sobre la influencia de la publicidad en el consumo innecesario de juguetes.

Por estas razones, parece oportuno poner en marcha esta investigación, con la que se intenta explorar el estado de esta cuestión en un determinado lugar y momento para llegar a dar a conocer a padres y figuras educadoras y, en definitiva a todas las personas adultas que acompañan a la infancia, qué juegos y juguetes son los apropiados teniendo en cuenta factores que van más allá de los objetivos publicitarios e intereses económicos de las empresas jugueteras.

Se aspira a beneficiar, de esta forma, a los niños y niñas como destinatarios de los juguetes y mejorar su calidad de vida en aspectos sociales como la igualdad de derechos y de oportunidades, la transmisión de valores o aspectos relacionados con la salud como el fomento del ejercicio físico.

Teniendo en cuenta que los niños y niñas de hoy son los adultos del mañana, se han de formar aportándoles una base educativa sólida que les permita en el futuro ser felices y alejarse de las influencias negativas que puedan estar a su alrededor.

Se tiene la impresión de que las familias necesitarían una orientación educativa de la que ahora se considera que carecen. Por ello, para poder realizar una intervención ajustada a sus necesidades hay que estudiar con atención a la población con la que se intervendrá para descubrir lo que está sucediendo lo más exactamente posible.

3.- CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA

Revisar la senda recorrida por quienes se han interesado en el estudio de este tema para conocer hasta dónde se ha llegado, cómo se han considerado hasta ahora el juego y el juguete, cuál es su consideración actual a la luz de los resultados de investigaciones anteriores y cuáles son las principales tendencias en el momento de proponer la indagación que nos ocupa fueron las intenciones con las que se abordó esta contextualización.

De entre los numerosos autores que consideran el juego como actividad esencial atribuyéndole importantes características en el desarrollo de la persona y, por consiguiente, en el proceso educativo, se mencionan aquí únicamente tres, en razón del limitado espacio disponible, que se presentan en orden cronológico.

Para el pedagogo alemán Froëbel que vivió entre 1782 y 1852, creador de los jardines de infancia, el juego es el principal principio metodológico que deben seguir los educadores ya que va a permitir al niño y a la niña ser feliz y disfrutar mientras se le está educando.

Así mismo, Piaget (1984; 65) afirma que *“esulta indispensable para el equilibrio afectivo e intelectual de los niños y niñas, el disponer de un sector de actividad cuya motivación no sea la adaptación a lo real, sino, la asimilación de lo real al yo. Esto se realiza mediante el juego, que transforma lo real, por asimiliación a las necesidades del yo”*.

Por otra parte, para el poeta chileno Neruda (2005; 366) *“el niño que no juega no es niño, pero el hombre que no juega, perdió para siempre el niño que vivía en él y que le hará mucha falta”*, cita, que pone de manifiesto la importancia del juego no sólo en la infancia sino en las siguientes etapas de la vida.

Con las perspectivas de estos autores queda patente la visión del juego como elemento de primer orden en la metodología educativa, como necesidad y como factor imprescindible en el desarrollo humano, visión que dista mucho de ser compartida por la sociedad en su conjunto.

3.1.- Conceptualización del juego.

A lo largo de este apartado se da a conocer en primer lugar la definición que del juego han dado diferentes autores y autoras interesados en esta actividad. A su vez, se dedica un epígrafe a la importancia del juego en la infancia así como a la

clasificación de los distintos tipos de juegos y los espacios dedicados al mismo entre los que cabe destacar las ludotecas. Por último, se hace referencia también a juegos particularmente educativos como son los tradicionales y los cooperativos.

Andrés Manjón (1846-1923), educador nacido en Sargentos de Lora (Burgos) y fundador de las Escuelas del Ave María, considera el juego en uno de sus libros titulado *El maestro mirando hacia afuera* como actividad importante e indispensable a cualquier edad y afirma que el educador que no la tenga en cuenta, no sirve para educar.

Borja i Solé (1982), impulsora de la red de ludotecas en Cataluña, expone que una de las necesidades del niño y la niña es jugar y que ello no supone una pérdida de tiempo.

Para las profesoras de la UNED, M^a Paz y M^a Teresa Lebrero Baena (2011) el juego es una actividad espontánea, placentera e intrínseca que tiene como objetivo disfrutar y divertirse.

Siguiendo en la misma línea, Vallejo Salinas (2009; 197) expone que el juego *es una actividad representativa, tiene significante y significado. El significante son las acciones objetivas, la conducta observable. El significado es un tema imaginativo que elabora la mente infantil. Es necesario saber interpretar y/o respetar lo que hace el niño. Necesitan que les iniciemos en el rito de la ficción, la autoexpresión y cuidado de sí mismo, de los otros, del otro, sin coaccionar su iniciativa*. Por tanto, *llamamos juego a la actitud con que se hace algo: libertad, espontaneidad, complicidad, gratuidad y búsqueda de placer. El juego siempre se acompaña de un alto climax. Mientras jugamos nuestro cerebro produce endorfinas y por ende, bienestar y placer*.

Ramos Paúl (2007) apunta que el juego posibilita al niño incorporarse al ambiente que le rodea pues es un medio para relacionarse con los demás y comprender las normas de la sociedad en la que vive. Por tanto, el juego contribuye al desarrollo social, afectivo, cognitivo y psicomotor.

Según García Rodríguez (2006), las características que pueden atribuirse al juego para que pueda definirse como una actividad lúdica son la libertad y espontaneidad para quien lo practica pues se intentará que en cada momento surja la sorpresa entusiasmando al pequeño y a la pequeña. A la vez, se han de satisfacer necesidades vitales de la infancia como reír, imaginar, dar cabida a lo mágico...

Ha de ser también una actividad gratuita en el sentido que tenga una finalidad en sí misma, no para conseguir un premio y por último, tiene que proporcionar a los

pequeños y pequeñas satisfacciones como el goce de la creación, descargar impulsos y emociones, interiorizar pensamientos y sentimientos...

Tomando como referencia las definiciones dadas por los autores mencionados anteriormente, se puede afirmar que el juego es una actividad innata en el niño y la niña, que le proporciona una sensación agradable y que le pone en contacto con el medio que le rodea contribuyendo a su desarrollo integral.

3.1.1.- Importancia del juego en la infancia.

El juego es la actividad a la que más tiempo se dedica en la infancia.

Su importancia radica porque interviene en todos los ámbitos de desarrollo humano como son el biológico, psicomotor, intelectual, social, afectivo-emocional y del lenguaje.

Siguiendo a García Rodríguez (2006; 228-229) desde el punto de vista biológico, el juego contribuye a la estimulación de las fibras nerviosas y al crecimiento del cerebro.

Desde el punto de vista psicomotor, la actividad lúdica desarrolla los sentidos, la capacidad de fuerza, el control muscular, el equilibrio así como la autopercepción.

En el plano intelectual, gracias al juego, el niño y la niña pueden aprender muchos contenidos ya que viven experiencias nuevas en las que tienen que solucionar problemas cometiendo aciertos y errores estimulando a la vez el pensamiento y creatividad infantiles.

En el plano de la sociabilidad, se puede afirmar que gracias al juego, los niños y niñas entran en contacto con su grupo de iguales. Ello les ayuda a conocer a las personas que les rodean y a aprender normas de comportamiento así como valores como el respeto a los demás, la tolerancia, solidaridad...

Desde el punto de vista del desarrollo afectivo-emocional, es una actividad que les proporciona placer, entretenimiento y alegría, constituyendo así, un importante factor de equilibrio, dominio de sí mismos y adquisición del sentimiento de la propia valía.

Por último, desde el punto de vista del lenguaje, se trata de un medio muy importante para expresar experiencias, habilidades y pensamientos que están en su mente.

En la misma línea, Ramos Paúl (2007; 28-29) apunta que el juego es una actividad fundamental para contribuir al desarrollo integral porque le aporta

experiencias perceptivas que influyen en el desarrollo de los sentidos de la vista, tacto y oído a la vez que es su principal fuente de comunicación y forma de liberar tensiones. A través de él, adquiere responsabilidades potenciando la autonomía y conociendo valores, normas sociales y roles culturales. También permite conocer las propias habilidades y limitaciones para desarrollar la autoestima.

3.1.2.- Clasificación de los juegos.

Existen muchas clasificaciones sobre los distintos tipos de juegos. Las que se presentan a continuación corresponden a autores de reconocido prestigio en el campo de la educación como son Guy Jackin, Piaget, Jean Chateau, Elkonin y Bryant J. Cratty y cada una de ellos atiende a un criterio.

Guy Jackin (1958) hace una clasificación de los juegos atendiendo a su evolución quedando de la siguiente manera:

* *Etapa de 3 a 5 años:* juegos de proeza en solitario.

* *Etapa de 5 a 6 años:* juegos de imitación exacta.

* *Etapa de 6 a 7 años:* juegos de imitación ficticia.

* *Etapa de 7 a 8 años:* juegos de proeza en grupo y juegos colectivos descendentes.

* *Etapa de 8 a 9 años:* juegos colectivos ascendentes.

* *Etapa de 10 a 11 años:* juegos en grandes colectivos.

La segunda clasificación corresponde Piaget (1959) psicólogo, epistemólogo y biólogo suizo que elaboró la teoría constructivista del aprendizaje en la que tiene presente la maduración biológica del niño estableciendo diferentes etapas evolutivas.

Clasifica los juegos teniendo en cuenta la estructura de los mismos distinguiendo:

* *Juegos sensoriomotores o de ejercicio (0-2 años).* Todos los comportamientos pueden convertirse en juego cuando se repiten por puro placer funcional.

* *Juego simbólico (2-7 años).* Esta etapa se caracteriza por hacer el juego como si teniendo la conciencia de ficción y usando símbolos propios.

* *Juegos de reglas (7-12 años).* Las reglas aparecen aproximadamente a los cuatro-cinco años pero se constituyen como fijas a los siete-once años. En estos

juegos, las reglas dan lugar a relaciones sociales y una regularidad impuesta por el grupo.

Jean Chateau (1973) clasifica los juegos en reglados y no reglados. Elkonin (1985) hace referencia a la importancia de la regla en el juego explicando que el acatamiento de dicha regla evoluciona en cuatro fases. Una primera fase en la que no hay reglas, una segunda fase en la que la regla no se manifiesta claramente, pero en caso de conflicto vence el deseo de actuar con el objeto. En la tercera fase la regla entra claramente en funcionamiento aunque no determina del todo la conducta y en la cuarta fase, la conducta viene determinada por los papeles asumidos en los cuáles se manifiesta la regla de conducta.

* *Juegos no reglados*. Se subdividen a su vez en:

- Juegos funcionales. Se dan después del nacimiento o incluso antes. Estos juegos se caracterizan por ser movimientos espontáneos que el niño de forma instintiva repite contribuyendo al desarrollo de las funciones típicamente humanas.

- Juegos hedonísticos. Se busca placer mediante actividades que estimulan los sentidos.

- Juegos con los nuevos: los niños comienzan a conocer, gracias a estos juegos, todo aquello que le rodea adquiriendo valores que propician la autoafirmación y la búsqueda del desarrollo de la personalidad.

- Juegos de destrucción (desorden y arrebatos) en los cuáles el niño busca autoafirmación utilizando el placer de la destrucción.

* *Juegos reglados*.

- Juegos de imitación: al principio los niños imitan a padres, familiares o adultos en general. Pero, a partir de los seis o siete años empiezan a imitar a seres imaginarios.

- Juegos de construcción: aparecen con los juegos de imitación y se caracterizan por la colocación sistemática de objetos y cosas.

- Juegos de regla arbitraria: entre los cuatro y seis años los niños crean reglas que surgen de las características de los objetos usados en el juego.

Bryant J. Cratty (1982) clasifica los juegos teniendo en cuenta la adquisición de capacidades intelectuales por medio de experiencias de movimientos.

- Juegos de memorización.

- Juegos de categorización.
- Juegos de comunicación del lenguaje.
- Juegos de evaluación.
- Juegos de resolución de problemas.

Tal y como ha quedado reflejado anteriormente, cada autor se ha decantado por un criterio de clasificación dando lugar, en conjunto, a una panorámica amplia y rica que presenta gran variedad de juegos.

3.1.2.1.- Juegos particularmente educativos.

Se va hacer referencia en este apartado a dos tipos de juegos considerados particularmente educativos por las características que tienen. Se trata de los juegos tradicionales y de los juegos cooperativos.

En cuanto a los primeros, son juegos que forman parte de la cultura popular, se transmiten de generación en generación casi siempre de forma oral.

Según Saco Porras, Acedo Gracia y Vicente Felipe (2001;26) *“jugar a un juego tradicional es volver a darle vida y encontrarnos con nuestra cultura, nuestro yo”*. Apuntan también que implican una riqueza de relaciones entre los que participan.

Son juegos que se practican al aire libre, frecuentemente en los recreos escolares, que estimulan el lenguaje pues muchos de ellos están asociados a canciones, retahílas o rimas y permiten insertar al niño y la niña en su entorno cultural.

Algunos de estos juegos no necesitan ningún objeto para poder llevarlos a cabo. Es el caso del:

- Escondite
- Escondite inglés
- Pilla-pilla
- Silla de la reina
- Cuatro esquinitas
- Pasi misi
- Antón pirulero
- Corro de la patata

Por otra parte, hay otro tipo de juegos en los que si se necesita un objeto, generalmente muy sencillo (piedras, un trocito de tela, goma, cuerda...). Algunos ejemplos de estos juegos se exponen a continuación:

- Comba
- Goma
- Pati
- Peonza
- Diábolo
- Pañuelo
- Zapatilla por detrás
- Canicas
- Chapas
- Yo-yo
- Hula-hopp
- Gallinita ciega

Es importante destacar que hay acciones previas a este tipo de juego como el echar a suertes para decidir a través de canciones o retahílas quien se la queda, quien empieza el primero, la distribución de grupos...

Como contraposición a la tendencia competitiva que se iba advirtiendo en muchos juegos, desde hace varias décadas en ámbitos educativos se han ido potenciando los juegos cooperativos en cuya consideración destacan figuras como Garaigordobil (2007;40) para quien *educar en la cooperación es la única vía de construir una sociedad más justa en la que todos tengan cabida, lo menos fuertes, los menos inteligentes, los que son diferentes...+*

Dicha autora elaboró un programa de juegos cooperativos para niños a partir de los cuatro años. Dichos juegos, según sus palabras *estimulan la comunicación, la cohesión, la confianza y el desarrollo de la creatividad, subyaciendo a ellos la idea de aceptarse, cooperar y compartir, jugando e inventando juntos+(Garaigordobil 2007 ;26)*

Para conseguir esto este tipo de juegos presentan cinco características: participación, comunicación e interacción amistosa, cooperación, ficción y creación y diversión.

Combinando estas características, los juegos que propone evitan sentimientos como el miedo al fallo, al fracaso y eliminan la competitividad (2007; 39) *en la mayor parte de las situaciones frustra la diversión y el placer, porque los*

jugadores ya no juegan para divertirse, sino para obtener una recompensa, y el miedo a la derrota crea una tensión que impide la diversión+

A continuación se exponen algunos ejemplos de juegos cooperativos propuestos por ella. Describe el juego titulado *Las mariposas* de la siguiente manera: *el juego consiste en representar una mariposa con los cuerpos de dos jugadores. Para ello, se divide el grupo en parejas. Cada pareja se agarra del brazo y con los brazos que les quedan sueltos simulan las alas y su movimiento. Los movimientos de las mariposas por el aula deben ser muy coordinados, como si fueran un único cuerpo. Se pone una música de fondo suave, una música que evoque sonidos de la naturaleza, y con esta música de fondo tienen que ir danzando por toda la clase, como si fueran mariposas volando por el bosque. Para llevar a cabo este juego se sugiere preparar previamente algunos accesorios para la representación del rol, por ejemplo, cada miembro del grupo puede colocarse en su cuerpo una bolsa de basura de gran tamaño a la que pueden adherirse pegatinas redondas de diversos tamaños y colores. Cada jugador recibe una bolsa de basura con aberturas realizadas y tiene a su disposición las pegatinas para decorar su disfraz como desee+* (2007; 127).

Otro de los juegos descritos por la autora anteriormente mencionada (2007;133) titulado *Peces y pescadores* se desarrolla de la siguiente manera *el grupo se divide en dos equipos. Un equipo, compuesto por cuatro jugadores elegidos con algún juego de azar, representará a los pescadores, y el otro equipo, compuesto por el resto de los miembros del grupo, a los peces. Los pescadores se dan la mano formando una red e intentarán atrapar a los peces. Éstos intentan escapar de la red de cualquier modo. El pez atrapado pasa a ser pescador, y el juego termina cuando todos se han convertido en pescadores. Se pueden realizar dos o tres rondas de juego+*

Queda de manifiesto en los ejemplos de juegos cooperativos descritos, que si se elimina la competitividad de los juegos, se deja en esencia una de las características principales del juego: actividad placentera.

Defiende también el valor educativo de los juegos cooperativos Xesus R. Jares, que fue maestro de escuela y profesor de la Universidad de La Coruña e indiscutiblemente otra de las figuras educadoras de nuestro país que más han trabajado en la práctica y reflexionado teóricamente sobre los procedimientos a seguir en la deseable educación para la paz.

Sus sesiones de juegos cooperativos con toda clase de grupos de diversas edades . desde tres años- le condujo a la recopilación original y estructurada de un catálogo de 110 juegos cooperativos, todos ellos originales del autor, bajo el sugerente título *El placer de jugar juntos* que constituye un valioso bagaje de auténticas técnicas educativas en manos de quien haya de educar.

Se clasifican dichos juegos en juegos de presentación, de conocimiento, de afirmación, de confianza, de comunicación, de cooperación y de distensión, finalizando con una docena de excelentes juegos con paracaídas. En su conjunto forman un maravilloso ramillete de juegos de paz para una cultura de paz.

Optar por juegos cooperativos responde para Xesus R. Jares (1992; 10-13) a la doble finalidad de practicar actividades divertidas y educar en valores. Entre estos se trabajan especialmente una relación social positiva, empatía, comunicación, cooperación, participación, autoestima y alegría, pues desaparecen el miedo al fracaso y al rechazo que tienen oportunidad de manifestarse en juegos de tipo competitivo.

Los juegos cooperativos, continúa señalando dicho autor, favorecen el logro de un ambiente de apoyo recíproco apto para el desarrollo de capacidades de todo tipo, incluidas las intelectuales y actitudinales, generando comportamientos basados en relaciones solidarias, afectivas y positivas pues facilitan la comprensión de otros puntos de vista, otras preocupaciones, expectativas y necesidades.

3.1.3.- Espacios de juego: las ludotecas.

En palabras de Borja i Solé (1994;20) *«a nivel material la práctica del juego precisa de espacios adecuados, suficientes y estimulantes, debidamente concebidos para los distintos tipos de juego y elementos de soporte, es decir, de juguetes y materiales diversificadores de la actividad lúdica»*

Para esta autora (1994;20) *«dentro de las posibilidades de juego que pueden ofrecer los espacios cerrados, la solución que mejor garantiza el apoyo a los requisitos de juego son las ludotecas»* Las define como (1979;7) *«local con juguetes para que el niño y la niña pueda jugar con los que más le gusten y en donde pueda tener la ayuda de personal educador especializado en juegos. Son instituciones recreativo culturales diseñadas para niños y adolescentes, que tienen como primera misión desarrollar la personalidad infantil principalmente a través del juego y de los juguetes»*

En España, la primera ludoteca se inauguró en Sabadell en 1979 y fue impulsada por la asociación de vecinos Les Terres. Poco a poco se han extendido por todo el territorio español.

De Borja i Solé considera a las ludotecas como lugares que compensan tres tipos de deficiencias.

En primer lugar, las socioeconómicas pues permiten que todos los niños y niñas tengan acceso al juego y los juguetes independientemente de su situación social.

En segundo lugar, las ludotecas compensan deficiencias personales a nivel físico o psíquico integrando, a través del juego, a niños y niñas con algún tipo de discapacidad.

Por último, compensan las deficiencias socioculturales en términos de racismo y sexismo.

Por todo lo expuesto queda de manifiesto la importancia que tienen las ludotecas en entornos en los que faltan espacios al aire libre dedicados al juego, compañeros y compañeras del mismo, juguetes educativos y educadores que orienten esta actividad tan importante en la infancia.

3.2.- Los juguetes.

Según la Real Academia de la Lengua juguete es *«aquel objeto atractivo con que se entretienen los niños»*

Tomando como referencia esta definición, cualquier objeto de uso cotidiano que llame la atención a los pequeños y pequeñas puede ser transformado en juguete gracias a su pensamiento mágico.

Vallejo Salinas (2009;197) apunta que el origen de los juguetes se remonta a Mesopotamia, Egipto y también Grecia y Roma. En estas dos últimas ciudades, el juguete tenía un valor afectivo pues si un niño moría, era enterrado con sus juguetes.

Esta educadora, pedagoga y tutora de Educación Infantil da a conocer también cómo han evolucionado los juguetes a lo largo de la historia en el siguiente artículo: <http://www.educacion.gob.es/revista-cee/pdf/n12-vallejo-salinas.pdf>

Así pues, en el S.XVII se economiza el juguete y surge un monopolio de muñecas y naipes. En el S. XVIII se inventan juegos como la oca, parchís, damas, barajas, lotería, dominó, loto, memorys, baraja, sopa de letras... los dibujos que están en los tableros hacen referencia a valores, normas... A finales del S.XIX se hacen los juguetes con pasta cerámica y cartón piedra y en el S.XX (años 50) aparece el plástico

generalizándose así el juguete como un objeto masivo. En este siglo, aparecen también los soldaditos de plomo, uniformes militares, trajes de enfermera, el monopoly, tiendas, balanzas, cajas registradoras, supermercados...

Se produce así un control sobre el juguete de forma que éste prepare a los niños para hacer ciertos roles. Tiene lugar también una alfabetización digital, jugando con videoconsolas que utilizan juegos diseñados con base en antiguos juegos de simulación, estrategia y rol.

3.2.1.- Juguetes apropiados según la edad.

Una vez descrita la evolución histórica de los juguetes se va a hacer referencia a qué juguetes son los apropiados tomando como base la edad de los niños y niñas.

Se han tomado como referencia dos autoras que por su formación y trayectoria profesional merecen ser consideradas pues ambas se han interesado por los juegos y juguetes en la etapa que nos ocupa -la Educación Infantil- que abarca de cero a seis años.

En palabras de García Rodríguez (2006;233) *«acertaremos en la elección de un juguete si ponemos todo nuestro empeño en hacer feliz a ese niño o esa niña y tenemos en cuenta algunos criterios»* Por tanto, se procurará que sea:

- *Adecuado a su edad madurativa.*
- *Seguro y sólido.*
- *Respetuoso con el/la protagonista del juego.*
- *Sencillo y económico.*
- *Manejable, de fácil uso y colores vivos.*
- *Atractivo, interesante, estimulante para los sentidos, de forma que invite a la acción y proporcione placer.*
- *Duradero.*
- *Fácil de transportar, de ordenar y de mantener ordenado.*
- *Polivalente para ser utilizado de muchas formas distintas y en diferentes espacios de juego.*
- *Complementario de los que ya poseen y no del mismo estilo.*

Una vez descritas las pautas más generales para acertar en la elección de un juguete, se recoge a continuación una síntesis de aquellos juegos y juguetes, que, según Ramos Paúl (2007;41-44) son más recomendables según la edad.

0-1 AÑO:

%No hay mejor juego para un niño que el comparte con sus padres+(Ramos Paúl 2007;52).

Si se acompaña de canciones, palabras o juegos de manos se estará enseñando también las primeras formas de comunicación.

Hasta los seis meses, son los padres quiénes dirigen la actividad y a partir de esta edad el niño será más activo. Por esta razón, se ha de poner en contacto al niño de esta edad con juguetes que estimulen sus sentidos y le ayuden a desarrollar la percepción y discriminación visual, auditiva y táctil, así como la coordinación del movimiento.

Móviles con colores vistosos y melodías alegres, gimnasios de los que cuelgan muñecos, mantas con diferentes tactos y sonidos, muñecos de goma, espuma, trapo y peluches, mordedores, sonajeros, pelotas, espejos irrompibles... son juguetes recomendables para esta edad.

Cuando se sostenga, es recomendable ofrecerle cualquier material o juguete que pueda arrastrar para que le ayude a controlar la dirección, mantener la estabilidad o aprender a frenar. También ponerle objetos a varias alturas para que se agache y se levante.

2-3 AÑOS:

El niño comienza a coordinar sus movimientos, el lenguaje evoluciona muy rápido y aparece el juego simbólico.

Por tanto, los juguetes apropiados serían: correpasillos, coches, motos, palas y cubos, columpios y toboganes pequeños, puzles y rompecabezas, juguetes para encajar y apilar.

Para estimular el lenguaje son recomendables los juegos de palabras sencillos, adivinanzas, trabalenguas...

La plastilina, arcilla, pinturas y lápices de colores ayudan a desarrollar la creatividad del pequeño. A la vez, disfraces sencillos, teléfonos de juguete, muñecos y complementos, cocinitas, cajas de herramientas, vehículos y garajes le permitirán poner en práctica el juego simbólico.

3-5 AÑOS:

Continúa el juego simbólico y es muy conveniente que los padres eviten estereotipos facilitando a los niños y niñas los mismos juguetes. Estos deben ser ricos en experiencias y movimiento; estimular la imitación y expresión de sentimientos y de valores como el compartir, colaborar y relacionarse con los demás.

Algunos ejemplos son puzzles y mecanos, pizarras, construcciones, muñecos y casas de muñecas, dominós de formas, colores,... y disfraces y marionetas.

5-7 AÑOS:

Paulatinamente va desapareciendo el juego en solitario dando cabida al juego grupal en el cual hay que respetar normas y reglas que rigen dicho juego. Se desarrollan capacidades cognitivas como la atención, la memoria, el razonamiento... por lo que los juegos de mesa que ponen en marcha estas capacidades son recomendables.

La aparición de la competición hace que surjan conflictos por lo que es muy recomendable introducir juegos cooperativos en los que la motivación sea jugar y no ganar.

3.3.- La educación para el consumo.

Relacionado con los juguetes, otro punto al que se debe prestar atención es el de la publicidad y el marketing que intentan influir en los consumidores en todo momento y en todas partes.

Se ha demostrado, que en los meses previos a la Navidad, aumenta el número de anuncios publicitarios relacionado con los juguetes y que los establecimientos donde se venden reparten folletos por todos los lugares, incluidas las salidas de los colegios y otros sitios frecuentados por los niños y niñas.

La publicidad está presente prácticamente, en todas las áreas de la vida cotidiana (cuando uno sale a pasear, en los estudios, en la compra, etc.) y desde muy temprana edad las personas se ven expuestas a una amplia variedad de anuncios publicitarios, creando necesidades, influenciando en la compra y buscando a todas horas potenciales consumidores.

Teniendo en cuenta esta presencia persistente de la publicidad y relacionándolo con el tema tratado en esta investigación, es imprescindible proporcionar a los niños y niñas herramientas que desarrollen la capacidad para ser consumidores críticos y reflexivos.

Siguiendo a Ferrés i Prats (1998;65), la publicidad es en las sociedades preindustriales una realidad omnipresente pues se trata, quizá, de la única manera de comunicación de la que no hay forma de escapar. Está infiltrada en periódicos, revistas, cine, televisión, calles, buzones de casa...

En palabras de este autor, Ferrés i Prats (1998;66), *la mejor manera de aprender a ver publicidad es, en primer lugar viéndola, pero de una forma adecuada*

Desde el punto de vista didáctico, trabajar en el aula con spots publicitarios posee muchas ventajas, destacando entre ellas la de ser un recurso motivador, pues normalmente, los anuncios publicitarios son atractivos.

Por tanto, al introducir publicidad en las aulas, se utiliza una metodología activa, implicativa y participativa en la que hay que conciliar escuela y televisión, imagen y palabra, profesor y alumno, además de acción y reflexión.

En la práctica, esto supone partir de las reacciones que provoca el mensaje publicitario. Sólo con la verbalización de la reacción de los alumnos y alumnas se produce un primer distanciamiento con respecto a ellas y el propio spot publicitario.

Si se consigue ser crítico con la publicidad y reflexionar sobre el mensaje que lanza, se estará preparando al niño y a la niña para ser autónomo en la elección del producto (en este caso, juguetes) que se dispone a elegir.

3.3.1.- Utilidades y beneficios del material de desecho.

Relacionado con el apartado anterior dedicado a la educación para el consumo, parece conveniente destacar las utilidades que se le puede dar al material de desecho para la fabricación propia de juguetes así como los beneficios que esta práctica tiene para el niño y la niña y el entorno.

Cajas de cartón, tetrabriks, tapones, envases, telas... son susceptibles de convertirse en partes de un juguete.

Entre sus beneficios destacan el desarrollo de la creatividad además de valores como la sencillez y el ahorro. Para el entorno, esta práctica resulta muy beneficiosa pues es una forma de reciclar convirtiendo en un nuevo producto algo que ya había terminado la función inicial para la que había sido creado.

Vallejo Salinas (2009;202) considera a las hermanas Agazzi como las pioneras en la utilización del material de desecho pues para ellas, permite fabricar juegos, juguetes y materiales didácticos a la vez que se disfruta en el proceso constructivo, se fomenta la creatividad y se reduce la contaminación.

4.- PARTE EMPÍRICA

Se exponen a continuación cada una de las fases que configuran esta investigación. En primer lugar, se hará referencia al diseño de la misma, se expondrá a continuación su desarrollo y por último, se darán a conocer de forma ordenada los resultados obtenidos de la investigación mediante tablas, cuadros y gráficos.

4.1.- Diseño de la investigación.

En el diseño de esta investigación se van a poner de manifiesto los objetivos que se proponen (tanto el general como los específicos), el tipo de estudio a realizar así como las estrategias que se pretenden utilizar. Se especificarán también los materiales, métodos y recursos.

4.1.1.- *Objetivos de la investigación.*

Los objetivos que se plantean al realizar esta investigación, responden a la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo seleccionar, teniendo en cuenta criterios educativos, juguetes para niños y niñas hasta seis años?. Se concretan en un objetivo general y otros específicos.

4.1.1.1.- *Objetivo general*

El objetivo general que se plantea con esta investigación es el siguiente:

- Rastrear si existe algún tipo de finalidad educativa tras la petición de juguetes.

4.1.1.2.- *Objetivos específicos*

Por otra parte, los objetivos específicos que se quieren lograr son:

- Comprobar qué grado de influencia ejercen los medios de comunicación en la elección de juguetes por parte de los niños.
- Descubrir si existe alguna diferenciación en el tipo de juguetes que piden los niños y los que piden las niñas.
- Observar si los juguetes que piden los niños y niñas pueden considerarse educativos.
- Valorar la relación entre el precio de los juguetes y su función educativa.
- Hallar algunas razones para pedir juguetes.

- Detectar si se piden juguetes para practicar juegos tradicionales y cooperativos.
- Aprender si los niños y niñas saben seleccionar de forma óptima los mensajes publicitarios y los productos que ofrece el mercado.
- Explorar si tienen intención de construir juguetes con material de desecho.

4.1.2.- Tipo de estudio.

En la presente investigación se ha llevado a cabo un estudio cualitativo de los datos e informaciones obtenidos en las entrevistas realizadas a la población objeto de estudio.

Seguendo a Rodríguez Gómez, Gil Flores, y García Jiménez (1996;32-34) las características que definen a un estudio cualitativo como el que se ha llevado a cabo en esta investigación son las siguientes:

- Estudiar la realidad en su contexto natural tal y como sucede, intentando sacar sentido de, o interpretar, los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas.
- Utilizar y recoger gran variedad de materiales (entrevista, experiencia personal, observaciones, historias de vida) que describen la rutina y situaciones problemáticas y los significados de la vida de las personas.

En la misma línea que estos autores, y citada por ellos, para la autora LeCompte (1995) la mayoría de los estudios cualitativos se interesan por el entorno de los acontecimientos y se centran en aquellos contextos naturales, o tomados tal y como son, en lugar de los reconstruidos o modificados por el investigador. Estas ideas están recogidas en el siguiente artículo: *Un matrimonio conveniente: diseño de investigación cualitativa y estándares para la evaluación de programas+*

<http://www.uv.es/RELIEVE/v1/RELIEVEv1n1.htm>

En esta investigación, la entrevista es la técnica de recogida de datos utilizada con las personas informantes. La entrevista realizada a los pequeños y pequeñas de cinco años se caracteriza por su sencillez. Cumple, entre otras, las siguientes características descritas por Rodríguez Gómez, Gil Flores, y García Jiménez (1996;167-184).

- Es informal.
- Se parte de un propósito explícito.
- El diálogo entre la entrevistadora y entrevistados es asimétrico pues la primera formula todas las preguntas y los segundos hablan sobre sus experiencias. Entre ellos hay una relación especial, de confianza+ la entrevistadora expresa interés e ignorancia pues está interesada y muestra curiosidad hacia lo que piensan, dicen o creen los entrevistados.

4.1.3.- Estrategias a utilizar: Materiales, métodos y recursos.

El principal recurso espacial a utilizar es el aula de Educación Infantil del cual la investigadora es tutora. Se entiende como aula+el espacio físico al que acuden los 15 niños y niñas, integrantes del grupo-clase, que forman parte del estudio.

El material para registrar las entrevistas de los niños y niñas es el teléfono móvil que dispone de grabadora.

Una de las principales estrategias a la hora de realizar la grabación, es realizar las preguntas de forma individual, pues los niños y niñas a esta edad tienden a imitar las respuestas de sus compañeros y compañeras. Las preguntas son realizadas de forma clara y concisa.

4.2.- Desarrollo de la investigación.

Se expone en este apartado, la explicación de cómo se lleva a cabo el trabajo de campo, dando a conocer quiénes forman la población objeto de estudio, la forma de acceso al campo y cómo se recogen los datos.

También se explica cómo se aborda la fase analítica exponiendo la manera en la que se tratan los datos, su categorización, definición de las categorías y por último el conteo de los datos obtenidos y el cálculo de los correspondientes porcentajes.

4.2.1.- Trabajo de campo.

El trabajo de campo contempla la composición y características de la población estudiada, el acceso a la misma y la forma en que se ha llevado a cabo la recogida de datos.

4.2.1.1.- Población.

La población objeto de estudio se estudia en su totalidad en lugar de seleccionar una muestra, lo que contribuye a garantizar la fiabilidad. Se trata de 15 niños (9 niñas y 6 niños) de 5 años, de un colegio público de doble línea, situado en una localidad de la provincia de Ávila llamada Arévalo.

Concretamente, el municipio de se encuentra situado al Norte de la provincia. Es la capital de la comarca de ~~La~~ Moraña+ y cuenta con aproximadamente 8000 habitantes. Se trata de la segunda población en número de habitantes de la provincia tras Ávila capital. Presenta gran atractivo turístico por su gastronomía, historia y patrimonio artístico.

Posee también, varias plazas y parques públicos situados en el centro de la localidad que permiten el juego al aire además de grandes extensiones de pinares que permiten disfrutar de la Naturaleza.

Las familias son de clase media, trabajando en su mayoría en el sector servicios (bares, restaurantes y tiendas de muebles) y de industria, con nivel cultural correspondiente a estudios medios. También hay algunas familias que se dedican a las labores agrícolas, y que, aunque tienen su residencia en Arévalo, trabajan en pueblos cercanos. Actualmente, hay algunos padres y madres en paro y otros trabajan sólo de forma temporal durante unos meses al año.

4.2.1.2.- Acceso al campo.

El acceso al campo destaca por su facilidad al ser la investigadora tutora del aula elegida como población. Ha resultado muy gratificante pues la relación de confianza existente entre ambas partes, ha hecho que la entrevista se realizara en un clima agradable que a la vez, garantizaba la sinceridad y fiabilidad de las respuestas.

4.2.1.3.- Recogida de datos.

La recogida de datos tiene lugar en el aula. Mientras los niños están con la profesora de inglés, se les llama de uno en uno, para preguntarles qué van a pedir a los Reyes Magos y por qué. (Ver anexo 1)

4.2.2.- Fase analítica.

Según Rodríguez Gómez, Gil Flores y García Jiménez (1996;75-76) las tareas que forman el proceso analítico básico en una investigación cualitativa serían:

- reducción de datos

- disposición y transformación de datos
- obtención de resultados y verificación de conclusiones.

También apuntan que en cada una de estas tareas es posible distinguir actividades y operaciones concretas que se realizan durante el análisis de datos, pero que no todas tienen que estar presentes en el trabajo de cada analista, pues depende del enfoque de investigación, de los objetivos del trabajo...

En esta investigación, los datos se analizan siguiendo este proceso. En primer lugar, se reducen ubicándolos en diferentes categorías. A continuación, se han transformando para ser representados en gráficos. Por último, se han analizado y comentado para sacar conclusiones.

4.2.2.1.- Tratamiento de datos.

Tal y como apuntan Rodríguez Gómez, Gil Flores y García Jiménez (1996;198-199), en una investigación cualitativa, los datos son frecuentemente entendidos como interacciones, situaciones, fenómenos u objetos de la realidad estudiada, que el investigador recoge a lo largo de su proceso de investigación.

En esta investigación los datos son recogidos en las entrevistas realizadas a los pequeños y pequeñas. También son analizados los folletos publicitarios de jugueterías situadas en la localidad donde se encuentra la población objeto de estudio y en localidades limítrofes, con el fin de valorar así la oferta del mercado en relación a los juguetes. La valoración se hace desde un punto de vista estrictamente educativo, con el objetivo de orientar a las familias a la hora de comprar los juguetes a sus hijos e hijas.

4.2.2.2.- Instrumento de análisis: categorización.

El instrumento de análisis de los datos será una categorización de los mismos.

Las categorías en las que se dividen las respuestas de los niños y niñas, los juguetes que ofrece el mercado así como los referentes a los juguetes tradicionales y cooperativos y los elaborados con material de desecho se reflejan en la siguiente tabla:

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS
JUGUETES COMERCIALES	Mochilas
	Muñecos, casitas y complementos
	Vehículos y complementos
	Videoconsolas y videojuegos
	Ensartables con sonido
	Puzles
	Pizarras
	Instrumentos musicales
	Juegos de mesa
	Disfraces
	Tablet y ordenadores infantiles
JUGUETES TRADICIONALES	Combas, gomas
	Yo-yó, diabólos, peonzas
	Canicas
	Aros
JUGUETES COOPERATIVOS	Cometas
JUGUETES ELABORADOS CON MATERIAL DE DESECHO	

Es importante destacar que, aunque las mochilas y las pizarras no son estrictamente juguetes, se ha creído conveniente incluirlas por encontrarse entre las peticiones de los pequeños y pequeñas.

4.2.2.3.- Definir las categorías.

En este apartado se van a definir las categorías mencionadas anteriormente, tanto de las obtenidas en la entrevista realizada a los niños y niñas como de los folletos publicitarios encontrados y de los juegos tradicionales, cooperativos y de juguetes de elaboración propia.

CATEGORÍA	DEFINICIÓN	JUGUETES
MOCHILA	Saco o bolsa que se sujeta a la espalda por medio de correas y sirve para transportar objetos.	Mochilas
		Bolsos
		Bandoleras
VIDEOCONSOLA Y VIDEOJUEGO	<p><i>Videoconsola</i> es una consola para videojuegos.</p> <p>Se entiende por <i>consola</i>, dispositivo que puede estar integrado o no en una máquina, y que contiene los instrumentos para su control y operación.</p> <p>A su vez, el <i>videojuego</i> es un dispositivo electrónico que permite, mediante los mandos apropiados, simular juegos en las pantallas de un televisor o de un ordenador.</p>	Videoconsola portátil
		Videoconsola para televisión u ordenador
		Mandos para videoconsola
		videojuegos de simulación (deportes, carreras de coches, luchas)
		Juegos de arte y pintura
		Juegos de inteligencia
		Wonderbook
VEHÍCULOS Y COMPLEMENTOS	Medio de transporte de personas o cosas. Complementos de esta categoría son las pistas de cars que sirven para poner en movimiento algunos vehículos mediante un mando a distancia.	Coches de carrera
		Todoterreno
		Teledirigidos
		Garajes/Parking
		Pistas
		Aviones
		Helicópteros
		Grúas
		Tractores
		Camiones
		Bicicletas

MUÑECOS Y COMPLEMENTOS	Figura de hombre hecha de pasta, madera, trapos u otra cosa. Como complementos, se pueden encontrar casitas de muñecos+ y accesorios como máquina para hacer helados+, carritos, cocinitas, ropita, marionetas, bancos de actividades con herramientas,...	Muñecos
		Marionetas
		Peluches
		Sillas de paseo
		Cunas
		Cocinitas
		Supermercados
		Cajas registradoras
		Móviles
		Alimentos
		Platos, vasos, tazas y cubiertos
		Máquinas de hacer comida
		Set de peluquería y maquillaje
		Maletín médico
		Casitas
Bancos de actividades con herramientas		
Máquinas de coser		
Ropa		
Pupitre		
ENSARTABLES CON SONIDO	Objeto de plástico con agujeros de diferentes formas y tamaños y piezas para insertarlas en dichos agujeros que suenan cuando se acierta.	Ensartables de formas, colores,...
PUZLE	Juego que consiste en componer una determinada figura combinando cierto número de pedazos de madera o cartón, en cada uno	Puzle en 3D
		Puzle de goma

	madera o cartón, en cada uno de los cuales hay una parte de la figura.	Puzle de madera
INSTRUMENTOS MUSICALES	Conjunto de piezas dispuestas de modo que sirva para producir sonidos musicales.	Guitarra
		Batería
		Piano
PIZARRA	Placa de plástico blanco usada para escribir o dibujar en ella con un tipo especial de rotuladores cuya tinta se borra con facilidad.	Pizarra magnética
		Pizarra blanca
		Pizarra tiza
DISFRAZ	Vestido de máscara que sirve para las fiestas y saraos, especialmente en carnaval.	Disfraces de personajes
JUEGO DE MESA	Tablero de plástico o madera con diferentes fichas, tarjetas o dibujos sometido a reglas, y en el cual se gana o se pierde.	Clásicos: oca, parchís,...
		Simulación de programas de televisión
		Juegos de inteligencia
TABLET Y ORDENADORES INFANTILES	Dispositivos electrónicos que simulan a los de los adultos y que tienen diferentes usos: juegos interactivos, escuchar música,...	Tablet
		Ordenadores portátiles infantiles
COMBAS, GOMAS	Cuerdas elásticas y no elásticas que se pasan por debajo de los pies y de la cabeza de quien salta.	

JUGUETES DE HABILIDAD MANUAL CON CUERDAS.	Yo-yo: dos discos de madera, metal o plástico, unidos por un eje. Se le hace subir y bajar a lo largo de una cuerda atada a ese mismo eje. Diábolo: carrete formado por dos conos unidos por el vértice, al cual se imprime un movimiento de rotación por medio de una cuerda atada al extremo de dos varillas, que se manejan haciéndolas subir y bajar alternativamente. Peonza: Juguete de madera, de forma cónica y terminado en una púa de hierro, al cual se arrolla una cuerda para lanzarlo y hacerle bailar
CANICAS	Bolas pequeñas de barro, vidrio u otra materia dura.
AROS	Pieza de plástico en forma de circunferencia.

4.2.2.4.- Cuantificación de datos.

A continuación se va a proceder al conteo de los datos obtenidos en la entrevista. Se van a expresar como datos absolutos y también en porcentajes.

En cuanto a la primera pregunta %¿Qué vas a pedir a los Reyes Magos este año?+los resultados son los siguientes:

CATEGORÍA	NÚMERO DE NIÑAS	NÚMERO DE NIÑOS	PORCENTAJE
MOCHILAS	3	0	20%
VIDEOCONSOLAS Y VIDEOJUEGOS	1	2	20%
VEHÍCULOS Y COMPLEMENTOS	2	4	33,3%
MUÑECOS Y COMPLEMENTOS	4	0	26,6%

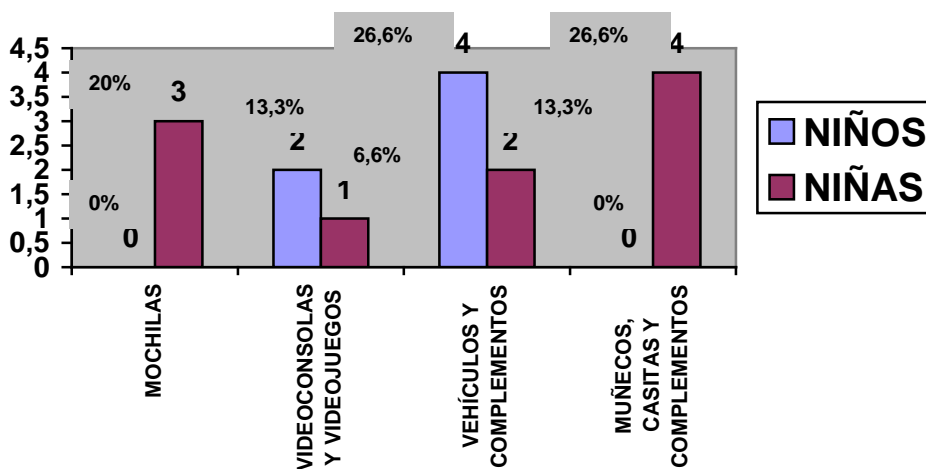
En relación a la segunda pregunta **¿Por qué?** los resultados se expresan a continuación:

CATEGORÍA	NÚMERO DE NIÑAS	NÚMERO DE NIÑOS	PORCENTAJE
¿PORQUE ME GUSTA?	4	3	46,6%
¿PORQUE NO LO TENGO?	2	1	20%
¿PORQUE LO VI EN UNA REVISTA?	1	0	6,6%
¿PORQUE ME LO VAN A TRAER?	0	1	6,6%
OTRAS RESPUESTAS?	2	1	20%

4.3.- Resultados de la investigación: información hallada.

Teniendo en cuenta los datos y porcentajes reflejados en el epígrafe anterior, se van a exponer, de forma ordenada los datos encontrados utilizando gráficos y cuadros que facilitan su visualización.

FIGURA 1: *Juquetes pedidos por los niños y niñas.*



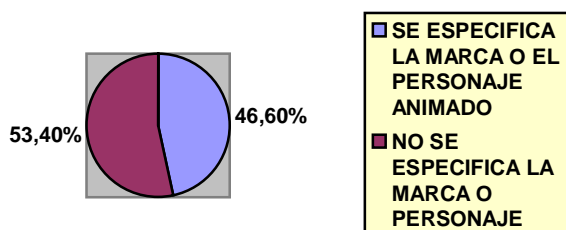
Tal y como se observa en el gráfico de barras anterior, 6 alumnos (40%) pidieron juguetes encuadrados en la categoría **vehículos y complementos**. Dentro de la misma se han incluido coches, coches de muñecas (carrozas) y pista de cars. Cabe destacar en este dato, que fueron 4 niños (26,6%) y 2 niñas (13,3%) los que pidieron este tipo de juguetes.

Por el contrario, 4 niñas (26,6%) y ningún niño pidió juguetes ubicados en la categoría **muñecas, casitas y complementos**

El gráfico también muestra que son 3 niñas (20%) las que piden juguetes de la categoría **mochilas**.

Por último, 2 niños (13,3%) y 1 niña (6,6%) piden **videoconsolas y videojuegos**. Esta categoría es la más igualada de todas las que se han analizado.

FIGURA 2: Respuestas en las que se especifica la *Ímarca* o *Ípersonaje animado* del juguete.

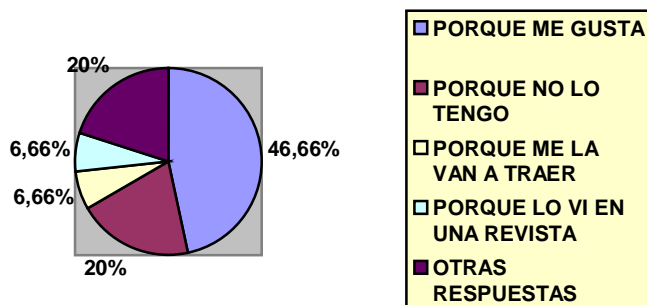


En este ciclograma se observa que 7 niños y niñas (46,60%) de la población objeto de estudio, especificaron la **marca** o **personaje animado** del juguete que habían pedido. Es un porcentaje alto, lo que muestra la influencia que ejercen los medios de comunicación, en especial, los dibujos animados. Estos últimos, son utilizados para **patrocinar** todo tipo de juguetes.

Este aspecto adquiere gran relevancia pues pone de manifiesto como los niños piden los juguetes centrándose en el personaje de los dibujos animados quedando en un segundo plano el **objeto** en sí mismo.

El resto de los alumnos y alumnas (8), lo que supone el 53,40% no han especificado la marca ni el personaje del juguete.

FIGURA 3: Razones que dan los niños y niñas para elegir sus juguetes.



En este ciclograma se aprecian los siguientes datos. El 46,66% de los niños y niñas (en concreto, 7) piden los juguetes en función de sus gustos. A estas edades, los niños y niñas relacionan aquello que les puede gustar con las necesidades que ellos creen que tienen o que les han hecho creer que tienen.

Un 20% de los alumnos y alumnas (3) apelan a que no tienen ese juguete en concreto y por eso lo piden.

Una niña expone que pide los juguetes porque los vio en una revista publicitaria.

Un niño argumenta (el 6,6%) que se lo van a traer y por eso lo pide.

El resto de respuestas dadas hacen referencia al juguete en sí mismo y son las siguientes:

La niña que pidió una máquina de hacer helados expuso que pedía ese juguete porque en verano siempre tiene que comprar helados y ella no quiere comprarlos.

La niña que pidió una carroza con caballo razonó que su petición se debía a que aunque ya tenía una quería otra para su hermana.

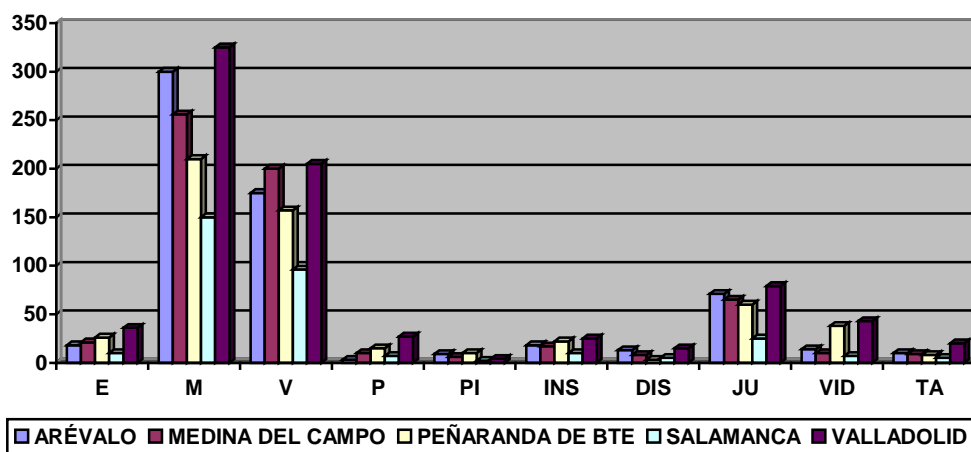
TABLA 1: Juguetes que ofrece el mercado hasta los seis años en las localidad donde se encuentra la población objeto de estudio y en las limítrofes.

<u>Localidad</u>	ARÉVALO	MEDINA DEL CAMPO	PEÑARANDA DE BRACAMONTE	SALAMANCA	VALLADOLID
<u>Juguetes</u> ENSARTABLES CON SONIDO	18	21	26	10	36
MUÑECOS, CASITAS Y COMPLEMENTOS	300	256	210	150	325

VEHÍCULOS Y COMPLEMENTOS	175	200	157	96	205
PUZLES	3	10	15	7	27
PIZARRAS	9	6	10	2	4
INSTRUMENTOS MUSICALES	18	17	22	10	25
DISFRACES	13	8	3	5	15
JUEGOS DE MESA	71	65	60	25	79
VIDEOJUEGOS Y VIDEOCONSOLAS	14	10	38	7	43
TABLET Y ORDENADORES INFANTILES	10	9	8	5	20

Los números expresan la cantidad de juguetes de cada categoría que hay en cada folleto.

FIGURA 4: Número de juguetes que ofrece el mercado en la localidad donde se encuentra la población objeto de estudio y en las limítrofes.



E: ENSARTABLES CON SONIDO **P:** PUZLES **DIS:** DISFRACES
M: MUÑECOS, CASITAS Y COMPLEMENTOS **PI:** PIZARRAS **JU:** JUEGOS MESA
V: VEHÍCULOS Y COMPLEMENTOS **INS:** INSTRUMENTOS MUSICALES
VID: VIDEOCONSOLAS Y VIDEOJUEGOS
TA: TABLET Y ORDENADORES INFANTILES

Tal y como se observa en el gráfico anterior (FIGURA 4), las categorías que más cantidad de juguetes tienen son las denominadas %Muñecos, casitas y complementos+ y %vehículos y complementos+, mostrando una gran ventaja frente al resto de las categorías.

Si se compara con los datos obtenidos en la %FIGURA 1. *Juguetes pedidos por los niños y niñas+* (página 20) se observa como los juguetes más pedidos están encuadrados dentro de las categorías que mayor número de juguetes ofrece el mercado.

En la localidad donde se encuentra la población objeto de estudio (Arévalo), el número de juguetes encuadrados en las categorías más pedidas por los niños y niñas es muy elevado. En concreto, 300 juguetes en %Muñecos, casitas y complementos+ y 175 en %vehículos y complementos+.

Por otra parte, el resto de juguetes pedidos por los alumnos y alumnas que forman la población objeto de estudio, están encuadrados dentro de las categorías de %Mochilas+ y %videoconsolas y videojuegos+.

En cuanto a la primera categoría, %Mochilas+ el mercado ofrece una media de tan sólo cinco productos en todas las localidades objeto de estudio. Hay que destacar que no es un juguete como tal, sino que forma parte del material escolar.

Sin embargo, dentro de la segunda categoría nombrada, %videoconsolas y Videojuegos+ sí que se oferta un número aceptable de los mismos, en concreto, 14 productos en Arévalo, 10 en Medina del Campo, 38 en Peñaranda de Bracamonte, 7 en Salamanca y 43 en Valladolid.

TABLA 2: Comparación entre las categorías que ofrece el mercado y las que han elegido los niños y niñas.

CATEGORÍA	NÚMERO DE NIÑOS Y NIÑAS Y PORCENTAJE QUE HA PEDIDO LA CATEGORÍA.	PRECIO MEDIO EN EUROS Y POR LOCALIDAD	
		MOCHILAS	3 niñas 0 niños
Medina del	25		
Campo			

	20% de la población estudiada	<i>Peñaranda de Bracamonte</i>	19
		<i>Valladolid</i>	16
		<i>Salamanca</i>	23
ENSARTABLES CON SONIDO	0 niños 0 niñas 0% de la población estudiada	<i>Arévalo</i>	15
		<i>Medina del Campo</i>	22
		<i>Peñaranda de Bracamonte</i>	31
		<i>Valladolid</i>	35
		<i>Salamanca</i>	32
MUÑECOS, CASITAS Y COMPLEMENTOS	4 niñas 0 niños 26,6% de la población estudiada	<i>Arévalo</i>	85
		<i>Medina del Campo</i>	82
		<i>Peñaranda de Bracamonte</i>	95
		<i>Valladolid</i>	115
		<i>Salamanca</i>	90
VEHÍCULOS Y COMPLEMENTOS	2 niñas 4 niños 33,3 % de la población estudiada	<i>Arévalo</i>	85
		<i>Medina del Campo</i>	89
		<i>Peñaranda de Bracamonte</i>	92
		<i>Valladolid</i>	115
		<i>Salamanca</i>	96
PUZLES		<i>Arévalo</i>	46
		<i>Medina del Campo</i>	35

		<i>Peñaranda de Bracamonte</i>	42
		<i>Valladolid</i>	51
		<i>Salamanca</i>	49
PIZARRAS	0 niñas 0 niños 0% de la población estudiada	<i>Arévalo</i>	46
		<i>Medina del Campo</i>	35
		<i>Peñaranda de Bracamonte</i>	42
		<i>Valladolid</i>	52
		<i>Salamanca</i>	42
INSTRUMENTOS MUSICALES	0 niñas 0 niñas 0% de la población estudiada	<i>Arévalo</i>	46
		<i>Medina del Campo</i>	53
		<i>Peñaranda de Bracamonte</i>	47
		<i>Valladolid</i>	51
		<i>Salamanca</i>	56
DISFRACES	0 niñas 0 niños 0% de la población estudiada	<i>Arévalo</i>	22
		<i>Medina del Campo</i>	26
		<i>Peñaranda de Bracamonte</i>	31
		<i>Valladolid</i>	29
		<i>Salamanca</i>	30

JUEGOS DE MESA	0 niñas 0 niños 0% de la población estudiada	<i>Arévalo</i>	36
		<i>Medina del Campo</i>	29
		<i>Peñaranda de Bracamonte</i>	38
		<i>Valladolid</i>	42
		<i>Salamanca</i>	40
VIDEOCONSOLAS Y VIDEOJUEGOS	1 niña 2 niños 20% de la población estudiada	<i>Arévalo</i>	180
		<i>Medina del Campo</i>	185
		<i>Peñaranda de Bracamonte</i>	170
		<i>Valladolid</i>	165
		<i>Salamanca</i>	180
TABLET Y ORDENADORES INFANTILES	0 niñas 0 niños 0% de la población estudiada	<i>Arévalo</i>	120
		<i>Medina del Campo</i>	100
		<i>Peñaranda de Bracamonte</i>	130
		<i>Valladolid</i>	135
		<i>Salamanca</i>	140

Tal y como se observa en la tabla anterior (TABLA 2), en la que se ha expuesto qué juguetes ofrece el mercado, cuáles son los que piden los niños y niñas y el precio medio que tiene en cada una de las localidades objeto de estudio, se puede decir que de todas las categorías ofrecidas por el mercado, los niños y niñas se han centrado en cuatro de ellas: mochilas+, muñecos, casitas y complementos+, vehículos y complementos+ y videoconsolas y videojuegos+.

Como se puede observar, excepto las mochilas, el resto de categorías recogen los juguetes más caros del mercado, estando su valor por encima de los 80” .

Hay dos valores que se han marcado en color rojo pues representan el precio más barato y el más caro de todos los juguetes ofertados.

El más económico corresponde a los juguetes encuadrados dentro de la categoría %Ensayables con sonido+. Este dato resulta característico pues es la destinada a los niños y niñas de menos de tres años y que, a nivel general tienen un consumo menos elevado. Concretamente ningún niño participante en esta investigación pidió este tipo de juguetes.

En cuanto a la categoría que tiene un mayor coste; %videoconsolas y videojuegos+ fue pedida por el 20% de la población estudiada.

5.- CONCLUSIONES

En este apartado, se van a dar a conocer las conclusiones extraídas al finalizar la investigación que se ha llevado a cabo.

La pregunta de investigación planteada fue ¿cómo seleccionar, teniendo en cuenta factores educativos, juguetes para niños y niñas hasta los seis años?. Para responderla, en primer lugar se han de tener en cuenta las características y necesidades de los niños y niñas a los que va destinado el juguete. Aunque las pautas se suelen agrupar en torno a la edad del niño y la niña, cada persona es distinta a pesar de tener la misma edad.

Es importante dejar claro, que cuando se habla de necesidades, no se está haciendo referencia a las demandas de los pequeños y pequeñas, pues a estas edades, ellos y ellas no son conscientes del concepto **necesidad**. Por tanto, hay que conocer al niño y a la niña en profundidad para satisfacer sus verdaderas necesidades en cuanto a estimulación de los sentidos, ámbito cognitivo y también afectivo.

En cuanto a los objetivos planteados, **el objetivo general era rastrear si existe algún tipo de finalidad educativa tras la petición de juguetes.**

Tras realizar la presente investigación, queda de manifiesto que no existe ninguna finalidad educativa específica sino que las peticiones se basan principalmente en gustos.

En cuanto a los objetivos específicos planteados, las conclusiones extraídas quedan reflejadas a continuación.

1.- Comprobar qué grado de influencia ejercen los medios de comunicación en la elección de juguetes por parte de los niños y niñas.

Tras realizar el estudio, se puede decir que **los medios de comunicación ejercen gran influencia pues el 100% de los de los juguetes pedidos por los niños y niñas que formaban la población objeto de estudio se encontraban en los folletos publicitarios y además, el 46,6% de los niños y niñas que especificaron la marca o personaje animado del juguete también se encontraban en los folletos y son personajes de los dibujos que actualmente se emiten en la televisión.**

También queda de manifiesto la influencia de los medios de comunicación porque los juguetes más pedidos por los niños y niñas están

encuadrados dentro de las categorías que mayor número de juguetes ofrece el mercado.

Además una niña expone claramente en su respuesta que ha pedido esos juguetes porque lo vio en una revista.

2.- Descubrir si existe alguna diferenciación en el tipo de juguetes que piden los niños y los que piden las niñas.

En esta investigación, se ha observado que **juguetes relacionados con muñecos, casitas y complementos** eran sólo pedidos por niñas. Por tanto, a pesar de estar ya en el Siglo XXI, queda mucho camino por conquistar y es nuestra labor como personas que estamos en contacto con los niños y niñas, ya sea en el papel de padres y madres o maestros y maestras, conseguir la igualdad.

Sin embargo, los juguetes encuadrados dentro de la categoría **vehículos y complementos** fueron pedidos por dos niñas y cuatro niños. Aunque no hay una igualdad plena, al menos sí que hay niñas que han pedido este tipo de juguetes.

3.- Observar si los juguetes que los niños y niñas pueden considerarse educativos.

En esta investigación, se ha observado que el 79,9% de los juguetes pedidos por los niños (33,3% (vehículos y complementos) 20% (mochilas) y 26,6% (muñecos, casitas y complementos) sí se pueden considerar educativos, pues no son bélicos ni inducen a la violencia. Sin embargo, el 20% restante pidió **videoconsolas y videojuegos**, juguetes que no son del todo educativos por fomentar el sedentarismo, la individualidad...

4.- Valorar la relación entre el precio de los juguetes y su función educativa.

Con respecto al coste de los juguetes, queda de manifiesto que **la relación entre la función educativa que realizan y su precio no es proporcional** pues los juguetes más caros no son los más adecuados para los pequeños y pequeñas.

5.- Hallar algunas razones para pedir juguetes.

Algunas razones dadas por dos niñas para elegir sus juguetes tienen su lógica aludiendo a que pide una máquina de hacer helados porque en verano no quiere

comprarlos u otra niña que pide una carroza con caballo porque aunque ella ya tiene una pide esa para su hermana.

Por el contrario, un niño que pide una PSP argumenta que ha elegido ese juguete porque se lo van a traer, quedando de manifiesto que él sabe que todo lo que pida se le va a conceder y no se para a pensar en otras razones.

6.- Detectar si se piden juguetes para practicar juegos tradicionales y cooperativos.

Es importante resaltar que **ningún niño pidió juguetes que le permitieran jugar al aire libre como por ejemplo combas, balones, canicas... a pesar de encontrarse en un entorno rural, con fácil acceso a la calle y la naturaleza en general.**

7.- Appreciar si los niños y niñas saben seleccionar de forma óptima los mensajes publicitarios y productos que ofrece el mercado.

Tras realizar la investigación, queda claro que **no se ha hecho ningún tipo de selección publicitaria ni de productos pues como se ha expuesto anteriormente el 100% de los juguetes pedidos por los niños y niñas se encontraban en los folletos publicitarios. Queda de manifiesto que se tiende a comprar aquello que más publicidad tiene y que los comerciantes recomiendan para una cierta edad.**

8.- Explorar si los niños y niñas tienen intención de construir juguetes con material de desecho.

Se comprueba que ningún niño ni ninguna niña tiene intención de construir juguetes con material de desecho pues todos los juguetes que pidieron se encontraban en los folletos publicitarios.

6.- PROPUESTA EDUCATIVA

Las propuestas educativas que se exponen a continuación, tienen como objetivo servir de guía a todas las personas, que cuando ofrecen un juguete a un niño o niña se plantean si es o no adecuado desde el punto de vista educativo. Dichas propuestas están elaboradas para niños y niñas hasta 6 años.

En primer lugar, como educadores o educadoras, bien sea en la figura de padres y madres, maestros y maestras, abuelos y abuelas,... tenemos que actuar de filtro+antes de comprar u ofrecer un juguete a los niños y niñas.

La **primera propuesta educativa** que se plantea, a la luz de los resultados obtenidos en la investigación (el 46,6% de los niños y niñas especificaban el personaje o marca del juguete y el 100% de los juguetes pedidos estaban en los folletos publicitarios) es la de **evitar, en la medida de lo posible, situarse en el área de influencia de la publicidad**. Algunas tareas recomendables son apagar la televisión durante los anuncios, procurar no coger folletos publicitarios...

Otra **segunda propuesta, es la de seleccionar dentro del gran número de juguetes ofrecidos por el mercado, los más apropiados para los pequeños y pequeñas**. Por ejemplo, si han pedido un coche, habrá que tener en cuenta, entre otras cosas, los siguientes factores:

- la edad del niño o niña
- las condiciones de seguridad
- ser complementario a otros que tenga pues muchos juguetes son del mismo estilo y lo importante es que se complementen, no que se sustituya.
- ser económico pues muchos de ellos tienen un coste muy elevado por promocionar a personajes de los dibujos animados. Es conveniente explicar a los niños y niñas que lo importante es el objeto en sí mismo y no quién aparezca en él representado.
- Por último, que haga feliz a los pequeños y pequeñas.

Ocurre lo mismo al hablar de muñecos, casitas y complementos+. Algunos de ellos como son las muñecas llamadas **Monsterhide+** tienen una estética inadecuada pues inducen a la violencia y al miedo. Por tanto, queda demostrado una vez más, la importancia de hacer una buena selección.

Sería conveniente, que como personas adultas que tenemos contacto con los niños y niñas, supiéramos transmitir que lo importante de un juguete no es el personaje que en él aparece representado sino el objeto en sí mismo, con sus características propias.

A la vez, se ha de tener en cuenta que el juguete tiene que estar dirigido a niños y niñas indistintamente, pues todas las personas somos iguales y por esta razón es justo que se nos ofrezcan las mismas oportunidades. Sólo desde la infancia, creando una buena base educativa centrada en la igualdad, conseguiremos una sociedad equitativa en lo que a realización de tareas se refiere.

La educación en la igualdad de hombres y mujeres ha de comenzar en la infancia ofreciendo las mismas oportunidades a niños y niñas, y no encuadrarlos en tareas diferenciadas por el género.

En cuanto a los juguetes encuadrados dentro de la categoría ~~%~~ videoconsolas y videjuegos+ es muy importante analizar muy a fondo su contenido pues muchos de ellos contienen muchas imágenes y escenas de violencia además de que su uso continuado tiene importantes efectos negativos en la vista, el exceso de sobrepeso...

Por tanto, a la hora de comprar un juguete, la clave primordial es conocer qué objetivo educativo va a cumplir en el niño o niña que lo utilice cuidando mucho la selección, y dejar en un segundo plano el aspecto económico.

Relacionado con este último aspecto, una **tercera propuesta educativa** que se plantea es la **elaboración artesana de juguetes utilizando materiales de desecho como cajas de cartón, telas, tapones... o procedentes de la naturaleza** pues se transmitirían así, otros valores como la sencillez, el ahorro, la creatividad...

En la siguiente tabla quedan reflejadas algunas orientaciones para la elaboración de juguetes según la edad y necesidades de los niños y niñas.

EDAD	NECESIDADES DE LOS NIÑOS Y NIÑAS	ORIENTACIONES PARA ELABORACIÓN PROPIA DE JUGUETES
0-1 año	<ul style="list-style-type: none"> - Estimular todos los sentidos. - Coordinar los movimientos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Acompañar cada una de las rutinas con canciones y ritmos sencillos y juegos con las manos. - Pintar cajas de zapatos de colores y ponerles una cuerda para que el niño o la niña las arrastre. - Pegar en una cartón telas con diferentes texturas.
2-3 años	<ul style="list-style-type: none"> - Aprender a hablar y a andar. - Acceso a la función simbólica. 	<ul style="list-style-type: none"> - Forrar o pintar cajas de diferentes tamaños para apilar. - Cantar canciones y recitar retahílas para estimular el lenguaje. - Utilizar la ropa que ya no se use para disfrazarse.
4-5 años	<ul style="list-style-type: none"> - Juego simbólico 	<ul style="list-style-type: none"> - Construir dominós y memorys con papel y cartón permitiendo a los niños colorear los dibujos.
6 años	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo cognitivo de diferentes capacidades como la memoria, razonamiento lógico,... 	<ul style="list-style-type: none"> - Chapas - comba -cartas

Por último, pero no por ello menos importante, la propuesta educativa que se propone es la de **aprovechar todos los recursos que ofrece el entorno** en el cual se encuentra la población que ha sido objeto de estudio. Al tratarse de un entorno

rural, los niños y niñas tienen una mayor accesibilidad a la calle, al campo y en definitiva, a la naturaleza en general. Por eso, las hojas, piedras, piñas... presentes en este entorno son materiales susceptibles de ser utilizados en el juego. A la vez, dicho entorno, puede ser utilizado para **aprender a jugar a juegos tradicionales** que padres, madres, abuelos, abuelas o vecinos y vecinas pueden enseñar a los niños y niñas ya que en su mayoría exigen jugar al aire libre facilitando la socialización del pequeño y la pequeña, además de favorecer el ejercicio físico que necesitan a estas edades.

BIBLIOGRAFÍA

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Arnedo Rubio, M.D. (2003). *En tiempos de la abuela*. Estella (Navarra): Gráficas Lizarra
- Chateau, J. (1973). *Psicología de los juegos infantiles*. Buenos Aires: Kapelusz.
- Cratty, B.J. (1974). *Juegos didácticos activos*. México: Pax México.
- Cratty, B.J. (1979). *Juegos escolares que desarrollan la conducta*. México: Pax México.
- Cratty, B.J. (1982). *Desarrollo perceptual y motor en los niños*. Barcelona: Piados.
- De Borja i Solé, M. (1979). *El juego infantil. Organización de las ludotecas*. Barcelona: Oikos-Tau.
- De Borja i Solé, M. (1982). *Les ludoteques. Joguines i societat*. Barcelona: Edicions 62.
- Elkonin, D.B. (1985). *Psicología del juego*. Madrid: Visor.
- Ferrés i Prats, J. (1998). *Cómo ver la publicidad*. Cuadernos de Pedagogía, 297 (número de monográfico dedicado a Educación para el consumo), 65-68.
- Garaigordobil Landazábal, M. (2007). *Juegos cooperativos y creativos para niños de 4 a 6 años*. Madrid: Ediciones Pirámide
- García Rodríguez, M.L. (2006). *La actividad lúdica en la etapa infantil*. Papeles Salmantinos de Educación 7, 223-234.
- Jares R., X. (1992). *El placer de jugar juntos*. Madrid: CCS
- Lebrero Baena, M.T y M.P. (2011). *Taller de recursos y juguetes didácticos en el aula*. Madrid: UNED.
- Neruda, P. (2005). *Confieso que he vivido*. Chile: Pehuén Editores.
- Piaget, J. (1959). *La formación del símbolo en el niño*. México: Fondo de cultura económica.
- Piaget, J. e Inhelder, B. (1984). *Psicología del niño*. Madrid: Morata, 12ª edición.
- Ramos Paúl, R. (2007). *El manual de Supernanny. Tiempo de calidad. El juego*. Madrid: EL PAÍS,S.L.
- Rodríguez Gómez, G; Gil Flores, J; García Jiménez, E. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Málaga: Ediciones Aljibe.

FUENTES ELECTRÓNICAS:

De Borja Solé, M. (1994). *Las ludotecas como instituciones educativas. Enfoque sincrónico y diacrónico*. Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado 19, 19-41.

<http://www.dialnet.unirioja.es/download/articulo/117809.pdf>

Fecha de consulta: 1 de abril de 2013.

LeCompte, M. (1995). *Un matrimonio conveniente: diseño de investigación cualitativa y estándares para la evaluación de programas*.

<http://www.uv.es/RELIEVE/v1/RELIEVEv1n1.htm>

Fecha de consulta: 1 de abril de 2013.

Moreno Murcia, J.A. y Rodríguez García, J.L. *El aprendizaje por el juego motriz en la etapa infantil*, 69-103.

<http://www.um.es/univefd/juegoinf.pdf>

Fecha de consulta: 1 de abril de 2013.

Saco Porras, M. (coord.), Acedo Gracia, E. y Vicente Felipe, C.(2001). *Juegos populares y tradicionales. Una propuesta de aplicación*. Junta de Extremadura.

<http://www.doredin.mec.es/documentos/009200220001.pdf>

Fecha de consulta: 1 de abril de 2013.

Vallejo Salinas, A. (2009) *Juego, material didáctico y juguetes en la primera infancia*. CEE Participación Educativa 12, 194-206.

<http://www.mecd.gob.es/revista-cee/pdf/n12-vallejo-salinas.pdf>

Fecha de consulta: 1 de abril de 2013.

ANEXOS

TRANSCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA REALIZADA A LOS NIÑOS Y NIÑAS