

Lo importante es el juego

María Esther Espinosa Calderón

A Mario y Víctor alegría de mí existir.

“Lo que importa es el juego no el juguete”, reza el refrán popular; sin embargo, este binomio indisoluble para los niños toma gran importancia para los comerciantes en fechas significativas como diciembre –Navidad–, enero –día de Reyes– y abril –día del niño–. Los medios de comunicación bombardean constantemente a la población infantil con las grandes maravillas del mercado, provocando alegría, tristeza o frustración entre los menores.

Francisco Antúnez



De acuerdo con el poder adquisitivo de los padres, los niños se crean falsas expectativas, piensan que la mercancía anunciada está al alcance de todos y al no tenerlos les provoca frustración, eso no interesa al comerciante, su fin es vender la última novedad.

El juguete tradicional, el que muchas veces no tiene publicidad, vive una perenne guerra con el moderno. Algunos niños olvidan su pelota, su caballo o coche de madera por los Powers Rangers, Dragón Ball Z, el Nintendo, Game Boy o la computadora.

La gran mayoría de los infantes ya no sabe de rondas infantiles que se hacían en lugares abiertos. En ciudades como el Distrito Federal ya no hay espacio ni tiempo para jugar a “Doña Blanca” o a “La rueda de San Miguel”, la televisión también las ha desplazado.

Gracias a la publicidad las niñas prefieren una muñeca que pueda hacer una gracia, a la que no hace nada. Sin embargo, este gusto puede ser momentáneo, una vez que se le terminan las baterías vuelve a su juguete viejo y utiliza su gran imaginación para darle vida.

Algunos padres, debido a la falta de tiempo, a la importancia que le dan a sus preocupaciones, han perdido la capacidad de jugar con sus hijos, están llenos de prisa no saben contar aquellos cuentos con los que crecieron; deficiencias que se ocultan –cuando se tiene dinero– con los juguetes más modernos.

Es así como en diversas casas se ve a niños que se han convertido en latifundistas de juguetes, o han convertido algún espacio de su hogar en cementerios hechos de productos espectaculares que tienen vida sólo en el momento que se los regalan.

Los padres se sienten felices de deslum-

brar a sus herederos con las últimas adquisiciones que motivó la publicidad. Pero finalmente, los chicos regresan con el que pueden desarrollar su creatividad, a veces es la caja que contenía el regalo.

Jugar implica entretenimiento y diversión; el juguete es el medio para que el niño se integre al mundo. Para Juan José Arreola (*Como Aguinaldo de Juguetería*, Procuraduría Federal del Consumidor), le "...da la posibilidad de manejar los elementos del mundo y el juego resulta gracioso porque es una imitación; la niña hace de la muñeca una criatura; el niño, un carrito de un instrumento de trabajo. El juguete lo inventa un niño..."

Pero la publicidad con tal de vender, le crea una necesidad al infante. Muchos de los juguetes actuales, sobre todo entre los electrónicos y computarizados existe una falta de relación entre el niño y el juguete. El nintendo "es un juguete de abstracciones aunque haya figuras. Estas son casi símbolos y rompen el vínculo mano-juguete-corporeidad", señala Arreola.



Daniel Correa Rojo

Las acciones lúdicas favorecen la socialización y lleva al niño al desarrollo de sus etapas cognoscitivas, por lo tanto un juguete debe de favorecerlo. Los tradicionales proporcionan un sin fin de posibilidades a los pequeños, no así el moderno que ha olvidado las características de acción, ritmo, equilibrio, exploración, interpretación, imaginación y transformación.

Para Lilian Schefler en *Como Aguinaldo de juguetería*, "el juego es, sin duda, una actividad de primordial importancia durante la niñez y su significación permanece a lo largo de la vida... es una actividad libre y voluntaria, fuente de energía y diversión... forma parte de la vida cotidiana".

El juego infantil es un valioso recurso terapéutico; constituye un espacio privilegiado para desarrollar y expresar lo afectivo. Es la primera actividad organizada y propositiva, es la precursora y amplificadora de la conciencia. Un juguete es todo objeto capaz de articularse en una relación íntima y creativa del niño.

Un buen juguete, según el Instituto Nacional del Consumidor, es aquel que fomenta la creatividad y no la agresividad. Por lo general, los actuales son producto de series de televisión absurdas en donde la violencia rige la trama del programa. Junto con otros que anuncia la publicidad no sólo se oponen a la naturalidad de la práctica lúdica infantil, sino que comunican al infante muchas deformaciones y miserias que viven las sociedades actuales.

Un buen juguete no es nada sin el niño, es quien le da vida e imaginación. Pero lo que los pequeños más desean es la compañía, el afecto y la comprensión de sus padres. *fem*



Daniel Correa Rojo