



Apoyan:



farq | uruguay
facultad de arquitectura/universidad de la república



la
igualdad
no es
juego

CONCURSO NACIONAL DE DISEÑO DE AFICHES SOBRE JUEGOS, JUGUETES Y GÉNERO

2009

AUTORIDADES

Ministra de Educación y Cultura
María Simon

Subsecretario de Educación y Cultura
Carlos Liscano

Director General
Eduardo Martínez

Director Nacional de Cultura
Hugo Achugar

Coordinador General de Proyectos Culturales
Gabriel Calderón

Coordinador del Departamento de Industrias Creativas
Gustavo Remedi

PROYECTO VIVÍ CULTURA

Unidad Coordinadora de Proyecto Conjunto

Coordinador
Gustavo Buquet

Asistente técnica
Silvana Bergson

Asistente administrativa
Claudia Giráldez

CONCURSO NACIONAL DE DISEÑO DE AFICHES SOBRE JUEGOS, JUGUETES Y GÉNERO

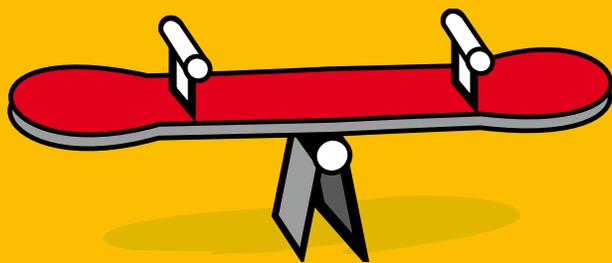
Coordinación
Ximena Moraes

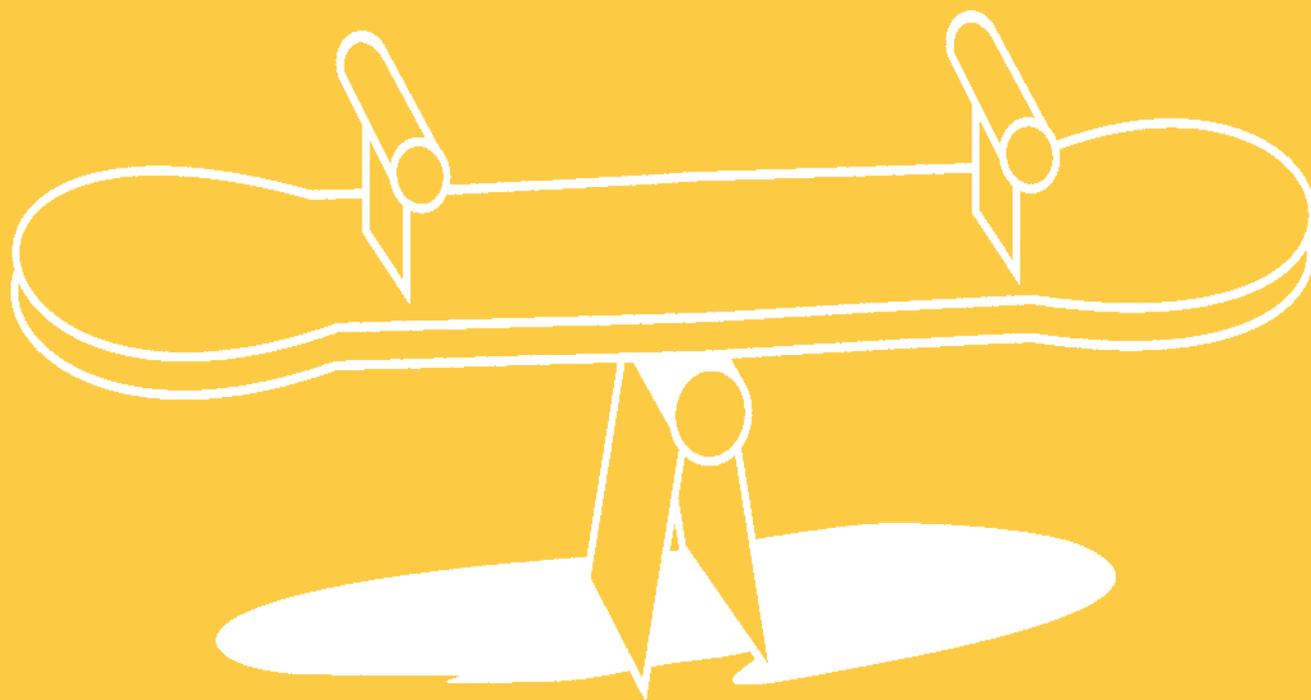
Diseño gráfico
Rodolfo Fuentes

ISBN: 978-9974-36-151-5

El orden en que aparecen en este catálogo los afiches con Mención no refleja ningún tipo de distinción o valoración entre ellos. Lo mismo ocurre con los seleccionados para su exhibición.

El CONCURSO NACIONAL DE DISEÑO DE AFICHES SOBRE JUEGOS, JUGUETES Y GÉNERO es una producción del Departamento de Industrias Creativas (DICREA) de la Dirección Nacional de Cultura (DNC) del Ministerio de Educación y Cultura (MEC) y el proyecto Viví Cultura denominado también “Fortalecimiento de las Industrias Culturales y mejora de accesibilidad a los bienes y servicios culturales de Uruguay” es financiado por el Fondo España-PNUD para el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) a través del Sistema de Naciones Unidas.





Gustavo Remedi

no es juego:

argumentos de una intervención cultural

¿A qué, con quién y cómo jugamos? ¿qué juguetes compramos? ¿qué les regalan a nuestros hijos en las fiestas o en sus cumpleaños? ¿qué regalamos? ¿qué valores, visiones de mundo, actitudes y comportamientos conllevan y promueven?

Una de las premisas que subyacen esta convocatoria es que los juguetes y los juegos, multiplicados por cien mil o un millón de actos cotidianos se vuelven una poderosa usina económica, social, ideológica y cultural. También, y a pesar de que en última instancia este motor es puesto en marcha por decisiones y acciones que tomamos a nivel personal, de poco valen las acciones individuales aisladas a la hora de pretender encauzarlo en una dirección u otra. Los cambios en la sensibilidad, la conciencia y en las prácticas y hábitos culturales tampoco se dan de la noche a la mañana.

Por lo demás, intervienen en este campo de acción cultural un conjunto de actores e instituciones sociales y económicas. Entre ellas se destacan la industria del juguete —en muchos casos, poderosas corporaciones transnacionales—, el comercio de los mismos —importadores,

distribuidores y jugueterías de diverso tipo y tamaño—, las agencias de publicidad, los medios de comunicación, la propia industria del cine y la animación, las cuales dan origen a muchos juguetes y juegos.

De lo anterior se desprende una concepción según la cual la construcción y la transformación de la cultura nacional es el resultado de las múltiples acciones de la sociedad. Éstas tienen lugar en la vida cotidiana y sus efectos sedimentan y cristalizan en este nivel. La intervención cultural no se limita a las actividades artísticas o explícitamente educativas o formativas —por ejemplo, la escuela. Prácticas y objetos aparentemente inocentes e ino cuos como los juegos y los juguetes son formas y vehículos sumamente importantes en el desarrollo de la persona y la sociedad.

Si prestamos atención a lo que explica la psicología, los juegos son fundamentales para la construcción de la psiquis y la personalidad: para adquirir conocimientos, desarrollar y cultivar capacidades, experimentar y ensayar ideas y roles, sublimar deseos o encauzar productivamente impulsos, tanto edificantes como negativos, y

muchas cosas más. También son claves para la socialización de los individuos, la construcción, adquisición y difusión de sensibilidades y visiones de mundo, de proyectos y guiones de vida, de valores, identidades, roles, comportamientos, vínculos y formas de relacionamiento social, como advierten los estudios culturales, la sociología y la antropología cultural.

Desde el punto de vista del análisis cultural, de hecho, mayor es el trabajo —y el impacto— ideológico y cultural de aquellos discursos y prácticas que pasan invisiblemente, sin llamar la atención sobre sí mismos —que evaden el radar— y se instalan a modo de segunda naturaleza, a diferencia de un libro, una clase escolar, una película o una canción, respecto a los cuales estamos más predispuestos a estar atentos a sus contenidos ideológicos y culturales, e incluso, acerca de su relevancia política o económica.

Desde el punto de vista económico, también, si bien se suelen medir las ventas de discos y libros y se contabilizan las entradas de teatro y de cine vendidas, rara vez se estima la dimensión y el peso de la industria del juego y los juguetes: el mercado del regalo de juguetes organizado en torno al calendario del consumo (fiestas de cumpleaños, Día del Niño, Navidad, Día de los Reyes Magos, etc.), los accesorios e infraestructura de los juegos —que incluye a una amplia gama de deportes—, el dinero que mueve, el valor económico que agrega y la riqueza que genera la manufactura de juguetes y sus actividades relacionadas (el diseño, el empaquetamiento, la publicidad, etc.), sin olvidar, el rampante campo de la industria del videojuego y los juegos en línea, las importaciones y exportaciones de juguetes, y hasta la parte del presupuesto familiar que mes a mes se dedica a juguetes y juegos, propios y ajenos.

Por todas estas razones, el Departamento de Indus-

trias Creativas (DICREA) de la Dirección Nacional de Cultura del Ministerio de Educación y Cultura, en conjunción con el Proyecto Viví Cultura (el proyecto de “Fortalecimiento de las industrias culturales y mejora del acceso a los bienes y servicios culturales” financiado por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) a través del Sistema de Naciones Unidas y en el cual el Ministerio de Educación y Cultura juega el papel de contraparte estatal) se propuso desarrollar una serie de acciones tendientes a llamar la atención acerca del papel social y cultural de los juguetes y los juegos, en particular, la relación entre éstos y la construcción de identidades y relaciones de género, uno de los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

El concurso de diseño de afiches, la difusión del mismo, la muestra de la ceremonia de premiación y esta publicación, son algunas de tales acciones. El concurso convocó a creativos/as, diseñadores/as, comunicadores/as y público en general, incluidos menores y jóvenes a idear y realizar afiches gráficos que promovieran la reflexión sobre el modo en que los juegos y los juguetes construyen identidades y relaciones de género, y que invisible y sutilmente naturalizan formas de pensar y actuar que perpetúan las desigualdades de género y reproducen la discriminación, la violencia y la opresión.

Los juegos y juguetes —valga aclarar— no se limitan a los juegos de niños, aún siendo más formativos y cruciales en la edad temprana. Ni las identidades y relaciones de género deben reducirse a modelos binarios estáticos y simples que desconocen y atentan contra la diversidad.

Para la gestión e implementación de todos los aspectos organizativos del concurso se seleccionó a Ximena Moraes y para el diseño del afiche de la convocatoria, la propuesta del diseñador Rodolfo Fuentes.

El lanzamiento del concurso tuvo lugar el lunes 14 de setiembre de 2009 en el Centro de Diseño Industrial (CDI), actualmente en vías de pasar del Ministerio de Educación y Cultura (órbita en la que funcionó desde su creación en 1988) a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de la República. En dicha ceremonia participaron María Bianchi, del Fondo de Desarrollo de Naciones Unidas para la Mujer (UNIFEM) en representación del conjunto de las agencias que participan en Unidos en la Acción y en Viví Cultura, quien al igual que Silvana Bergson de la Unidad Coordinadora del Proyecto Viví Cultura, fue otra de las principales impulsoras y patrocinadoras del concurso. También participaron del evento Enrico Irrazábal, Director del Centro de Diseño Industrial (CDI), en calidad de anfitrión, y Fernando Sico, Director del Espacio de Arte Contemporáneo (EAC), el cual comparte con el CDI las remozadas instalaciones del antiguo edificio de la cárcel de la calle Miguelete que albergará próximamente el Centro y Archivo de Diseño Gráfico.

Se estableció que los afiches ganadores del Primer, Segundo y Tercer premio recibieran un premio económico en pesos uruguayos equivalente a U\$D 2.000, U\$D 1.500 y U\$D 1.000 respectivamente. También, que el jurado escogiera, además, tres menciones honorarias, y seleccionara el conjunto de obras que componen esta publicación y la muestra itinerante. El plazo de entrega fue fijado para el 21 de octubre de 2009 y la ceremonia de premiación para el día 16 de noviembre de 2009 en la Facultad de Arquitectura.

El jurado estuvo compuesto por Lucy Garrido, profesora de literatura, periodista, creativa, directora de Cotidiano Mujer e integrante de numerosas organizaciones que abogan por los derechos de la mujer, Rodolfo Fuentes, diseñador gráfico de destacada trayectoria na-

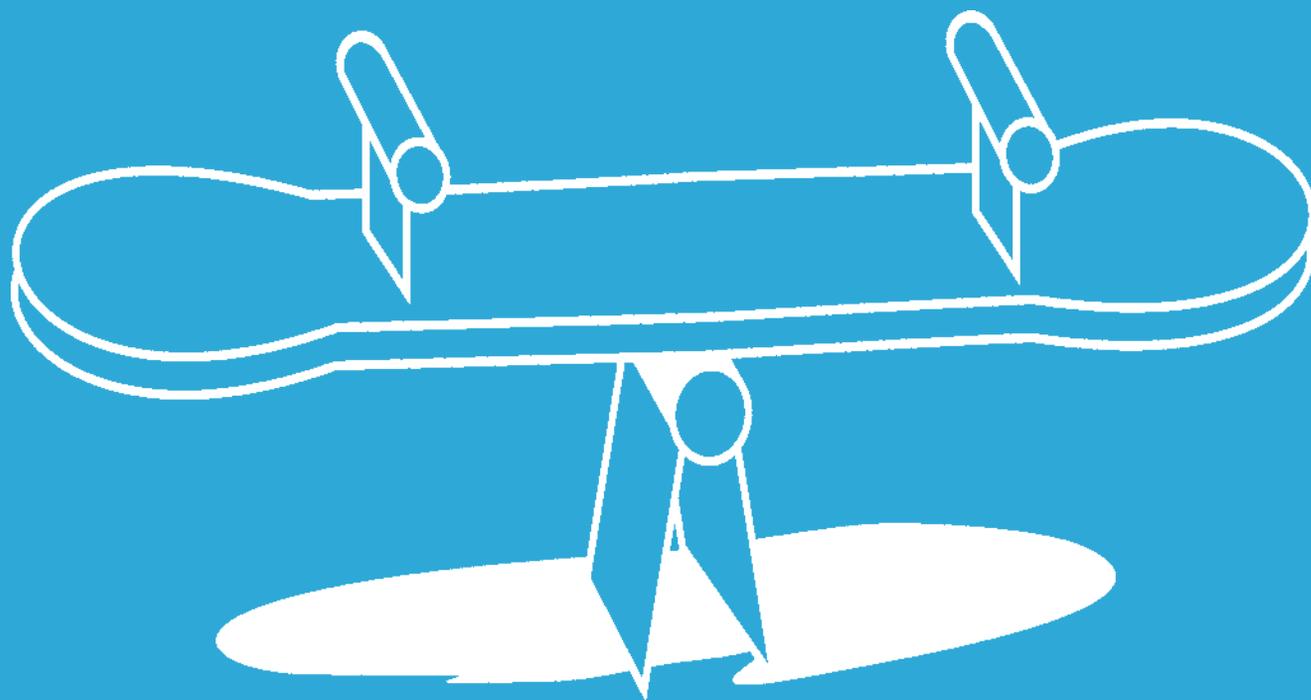
cional y de relieve continental, y Gustavo Tabares, artista plástico, Coordinador del Programa de Artes Visuales de la Dirección Nacional de Cultura del MEC a cargo de la organización el Premio Nacional de Artes Visuales y el envío a la Bienal de Venecia.

A estas primeras acciones les seguirán, el año próximo, una muestra itinerante nacional de las obras premiadas y seleccionadas, una campaña dirigida a las compras navideñas y de Reyes, y un concurso de diseño de juguetes de distinto tipo: de mesa, de rol, didácticos, videojuegos, artesanales, etc.

A modo de cierre, aprovechamos para saludar y felicitar a todos los participantes —premiados o no— y agradecer a todos quienes han sido parte de la organización, implementación y éxito de esta convocatoria. Reiteramos, a su vez, nuestras premisas iniciales: que la cultura no se limita a la actividad artística, que es el resultado de las múltiples acciones aparentemente no tan importantes que llevamos a cabo en nuestra vida cotidiana, que tendemos a no prestar suficiente atención a ciertos hábitos y prácticas culturales instaladas que se han naturalizado e invisibilizado. También, la necesidad de tomarnos más seriamente la industria y el comercio cultural —en este caso, del juego y los juguetes— tanto en su dimensión ideológica, política y social —y no sólo en relación al género— como en su dimensión económica, industrial y comercial: los recursos que moviliza, los gastos que insume, las riquezas que genera, directa e indirectamente, en el corto y en el largo plazo. 🇺🇷

Gustavo Remedi

*Coordinador General,
Departamento de Industrias Creativas
(DICREA)
Dirección Nacional de Cultura del MEC*



la igualdad no es juego

PREMIOS, MENCIONES Y SELECCIONADOS

1

1er Premio

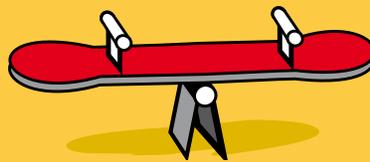
Seudónimo "Sullivan"

Roberto Cancro

25/01/1965

Montevideo

Diseñador gráfico



LA IGUALDAD NO ES JUEGO



2

2do Premio
Seudónimo “Cucú”

María Laura Rocco

05/07/1980
Montevideo

Publicidad

Laura Núñez Uhalde

18/07/1979
Montevideo

Diseñadora gráfica

Arroz
con leche
~~me quiera~~
~~con una~~ ~~Casita~~
~~Semovita~~
de ~~San Nicolás~~
que sepa ~~cosas~~
que sepa ~~abrir~~ ~~la~~
~~para ir~~ ~~a JUGAR~~
~~con esta si~~ ~~con esta no~~
~~con esta~~
~~señala ME QUEDA~~ ~~NO~~

Eliminó los prejuicios. Enseñales a jugar sin condiciones.

3

3er Premio

Seudónimo “Meni”

Denise Rugo Baubeta

07/01/1975
Montevideo

Traductora pública

Barbarie 



LA IGUALDAD NO ES UN JUEGO

mención

Seudónimo “Mona”

Daniell Flain Ugolino

23/04/1968
Montevideo

Diseñador industrial



la igualdad **m**ultiplica

mención

Seudónimo “Jackdape”

Daniel Pereyra Olivera

06/02/1973
Montevideo

Arquitecto



la desigualdad

.....
no es un juego

mención

Seudónimo “Emu”

Herbert Ordonez

29/06/1990
Connecticut, EEUU

Estudiante de Licenciatura en Artes

**LA MATRIA
TE NECESITA**

**LA IGUALDAD
NO ES JUEGO**



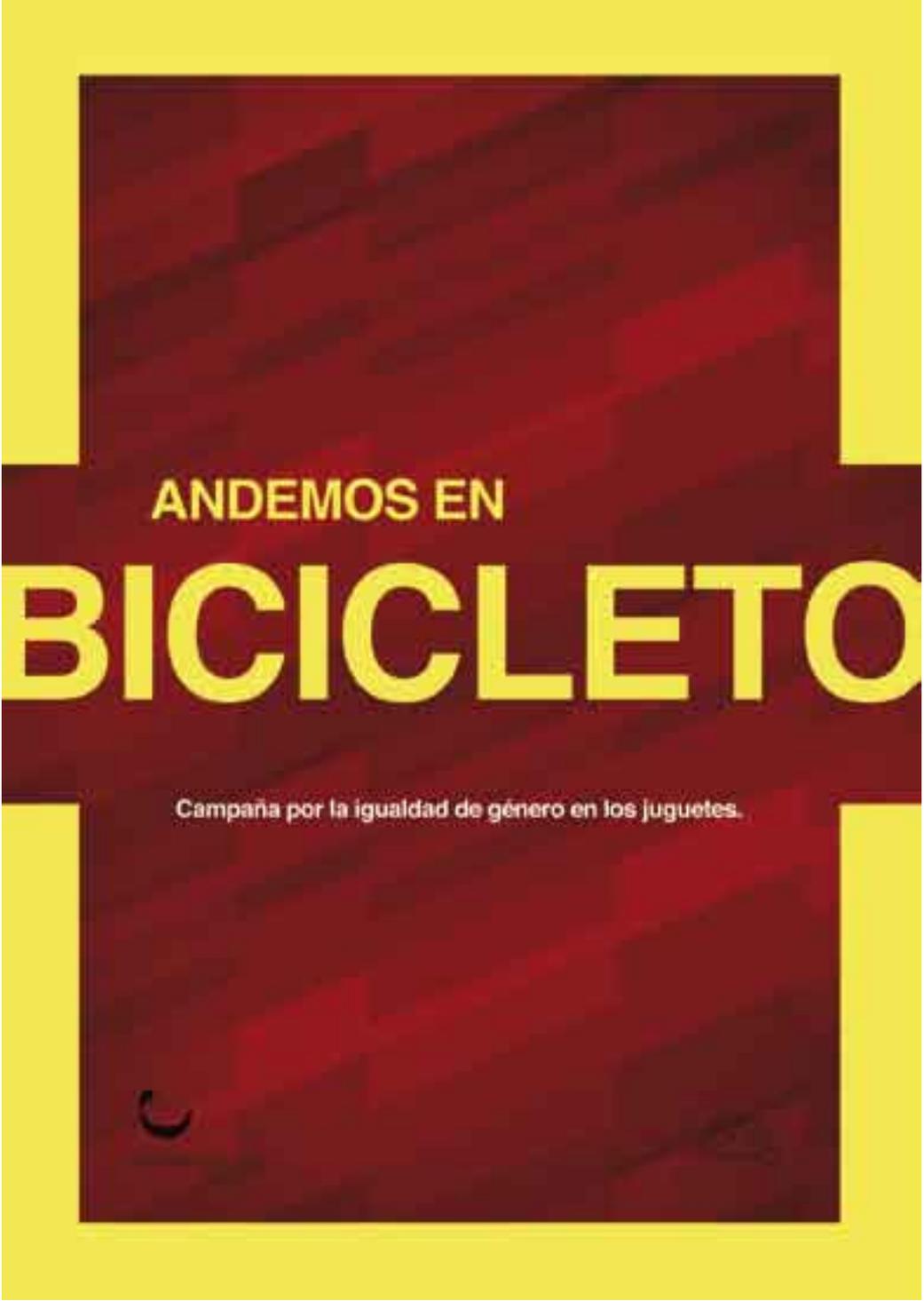
seleccionado

Seudónimo "Dos"

Andrés Techera

09/10/1975
Castillos

Publicitario



ANDEMOS EN
BICICLETO

Campana por la igualdad de género en los juguetes.



seleccionado

Seudónimo “Alcanzarla!”

Nicolás Carril

06/12/1985
Montevideo

Estudiante de arquitectura

la igualdad no es un juego...



seleccionado

Seudónimo “Bolita”

Marcelo Carretto

15/03/1969
Montevideo

Diseñador industrial

Un equipo donde juguemos **tod@s**



La igualdad
no es juego

seleccionado

Seudónimo "Amaranta Úrsula"

Florencia Durán

14/09/1986
Montevideo

Estudiante del Centro de Diseño Industrial

buscando igualdad



seleccionado

Seudónimo “Atogal”

Alicia Oronoz

08/01/1962
Montevideo

Artista plástica / diseñadora gráfica

la igualdad
no es juego



seleccionado

Seudónimo “Gillespie”

Sebastián Suárez Manzi

07/06/1971
Montevideo

Diseñador gráfico

Hay mucho en juego.

Elegí regalar juegos y juguetes

NO sexistas



NO discriminemos, NO promuevas la desigualdad, NO elijas mal

seleccionado

Seudónimo “Groove”

Sebastián Plá

14/08/1980
Montevideo

Diseño y animación

Andrea González Brena

01/06/1989
Montevideo

Estudiante de diseño gráfico

seleccionado

Seudónimo “Manami”

Irene González Frizzera

26/10/1983
Montevideo

Estudiante de diseño textil

Juguemos libremente

Por un presente más divertido y un futuro sin prejuicios



Nina



Rodrigo



Otto



Ana



Melina



Gino



Loli



Iner



Leo



Pablo



Pedro

Clara



Isabella

Melina

seleccionado

Seudónimo “Lardo”

Pablo Batista

14/05/1966
Montevideo

Diseñador gráfico

Alexis Quenón

11/07/1979
Montevideo

Creativo publicitario



**Juguemos
limpio.
Juguemos
todos.**

⚠ WARNING

No hay juegos de niñas o de niños. Sólo hay juegos.
Hagamos que se diviertan y que los juegos y juguetes no sean sexistas.
Hagámoslo porque lo que hoy es juego, mañana son valores.

seleccionado

Seudónimo “Mimo”

Santiago Velazco Suárez

01/11/1976
Montevideo

Diseñador gráfico

la igualdad
se construye
jugando



seleccionado

Seudónimo Hadazul

Elena Spagnuolo Johnston

10/11/1981
Montevideo

Diseñadora gráfica

NOSOTROS ELEGIMOS
A QUE JUGAR



LOS JUGUETES SON PARA JUGAR
Y PUNTO!

seleccionado

Seudónimo “55%Magenta”

Alejandro Rodríguez

15/11/1964
Montevideo

Diseñador gráfico

¡BASTA DE ROSADO!

Queremos juguetes
que sirvan para todos.



Los juguetes
"sólo para niñas"
refuerzan
los estereotipos
que nos separan.



Vamos a jugar juntos

seleccionado

Seudónimo “Almohatufa Vareliana”

Santiago Díaz Llanes

27/02/1981
Montevideo

Empleado



MACHOTE Y MUÑEQUITA

VS

IGUALDAD DE GÉNERO



¡¡Vos elegís!!

seleccionado

Seudónimo “Lulú”

Luján Graña

08/12/1976

Moheda, Suecia

Diseñadora

Dale otra vuelta al juego



