



JUGANDO: Taller de Creatividad y Diseño

**De la memoria a la invención:
Un recorrido por el juguete perfecto.**

OBJETIVO



Explorar el mundo del juego, definir el juguete ideal y diseñar una campaña de lanzamiento.

HERRAMIENTAS



Análisis de mercado, ética del diseño, creatividad técnica y persuasión lingüística.

Fase 1: Empatía – Recordar para Crear

Auditoría de Memoria

Para diseñar el futuro, debemos entender nuestro pasado. Reflexiona sobre tu propia 'experiencia de usuario' como niño.

El Usuario

¿Recuerdas cuando eras niño/a?

El Objeto

¿Cuál era ese juguete especial con el que pasabas horas?
¿Era de plástico, madera o metal?

?

El Entorno

¿Jugabas en la calle o en casa?
¿Solo o acompañado?

El Mercado

¿Había diferencias entre juguetes para niños y niñas?
¿Te influían los anuncios de televisión?

Psicología del Juego: La Dinámica de Grupo

Pocas veces sabemos cómo educa el juego y qué valores estamos enseñando.

Competitividad (El Problema)

- Elimina al menos competitivo.
- Genera presión por el éxito y agresividad.
- Provoca frustración y minusvaloración en el "perdedor".

Cooperación (La Solución)

- Nadie queda eliminado; desaparece la frustración.
- Forma adultos comprometidos y seguros de su valía.
- Desarrolla la creatividad mediante la búsqueda de soluciones conjuntas.



Segmentación y Acompañamiento

0-12 Meses: El Descubrimiento



Necesidades de Diseño: Texturas, formas, colores, piezas de goma, muñecos de trapo.

Interacción: Objetos para morder, golpear y tirar.

El Rol del Adulto (Todas las edades)



Importancia: Vital el juego con las "figuras de apego" (padres).

Función: El padre no es un observador, es un educador activo.

Actividades: Cuentos, canciones, visitas al zoo/museo.

Consumo Responsable y Valor Educativo



ADVERTENCIA: La sobredosis de juguetes puede generar actitudes de derroche, destructividad y acabar con la fantasía.

Los caprichos del niño no siempre coinciden con lo que le conviene.

Criterios de Diseño (Must Haves)

- | | |
|-----------|---|
| 1. | Estimulación: Debe fomentar la imaginación, no limitar al niño a repetir lo que otros hacen. |
| 2. | Acción: El niño debe usar sus manos y cuerpo (el juguete no debe jugar solo). |
| 3. | Valores: Educar para la convivencia y la paz. |
| 4. | Inclusividad: No discriminar por razón de sexo. |

El Manifiesto: Decálogo del Juguerte Ideal

Características universales de la excelencia en el juego.

01 Fomenta la cooperación sobre la competición.

02 Estimula la creatividad, no la repetición.

03 Es seguro y adecuado para la edad.

04 Promueve la acción física y mental.

05 Facilita la interacción con figuras de apego.

06 Evita la frustración por eliminación.

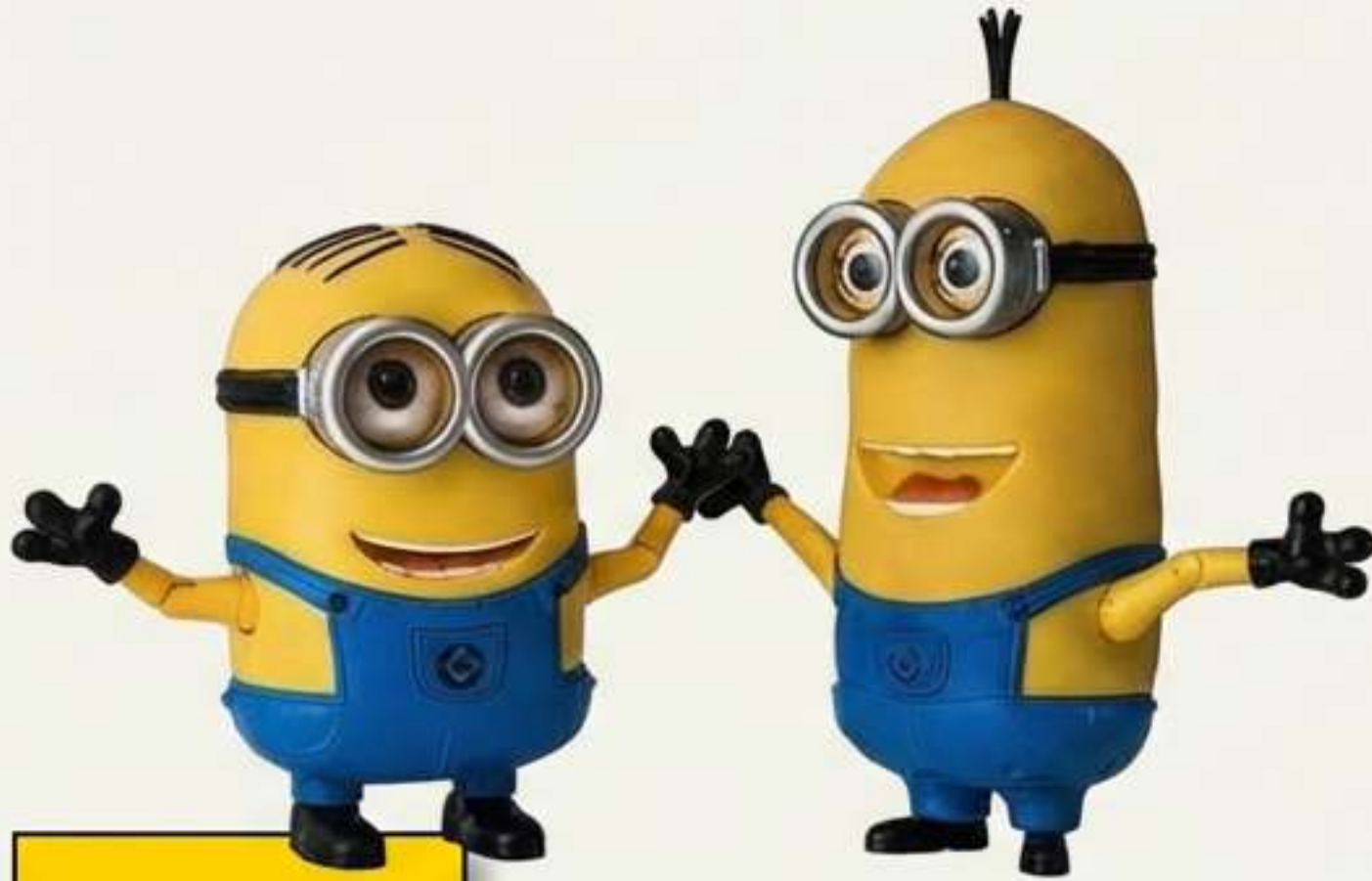
07 Es duradero y resistente.

08 No sexista / Inclusivo.

09 Potencia la autonomía.

10 Educa para la paz.

Fase 3: Ideación – Rompiendo Límites



Sin Reglas:
No hay
límites
técnicos.

Innovación
Radical:
Tecnología
del futuro.

Imposible:
Cosas que
no existen.

Vamos a crear nuestro propio juguete.

Fase 4: Prototipado – Ficha Técnica del Producto

Define tu gran proyecto basándote en estas especificaciones clave.

Nombre del Producto: _____

Finalidad (¿Para qué sirve?): _____

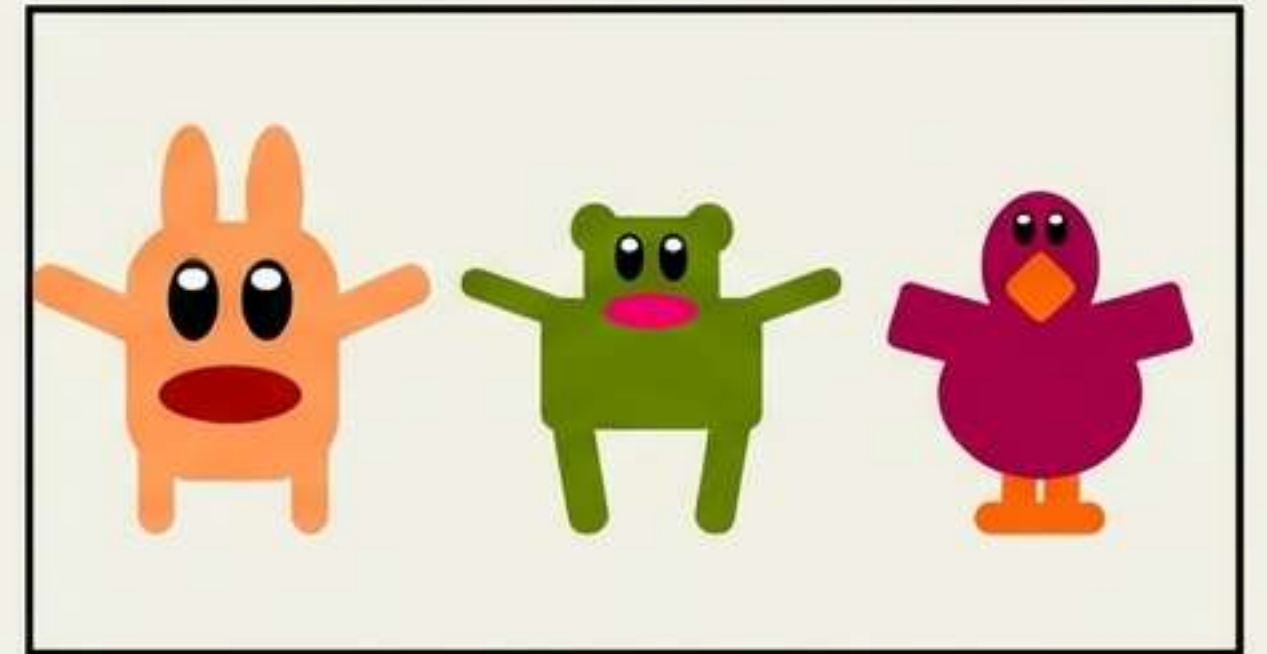
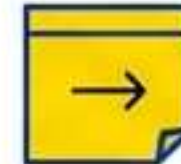
Origen (¿Por qué?): _____

Ingeniería (Materiales/Funcionamiento): _____



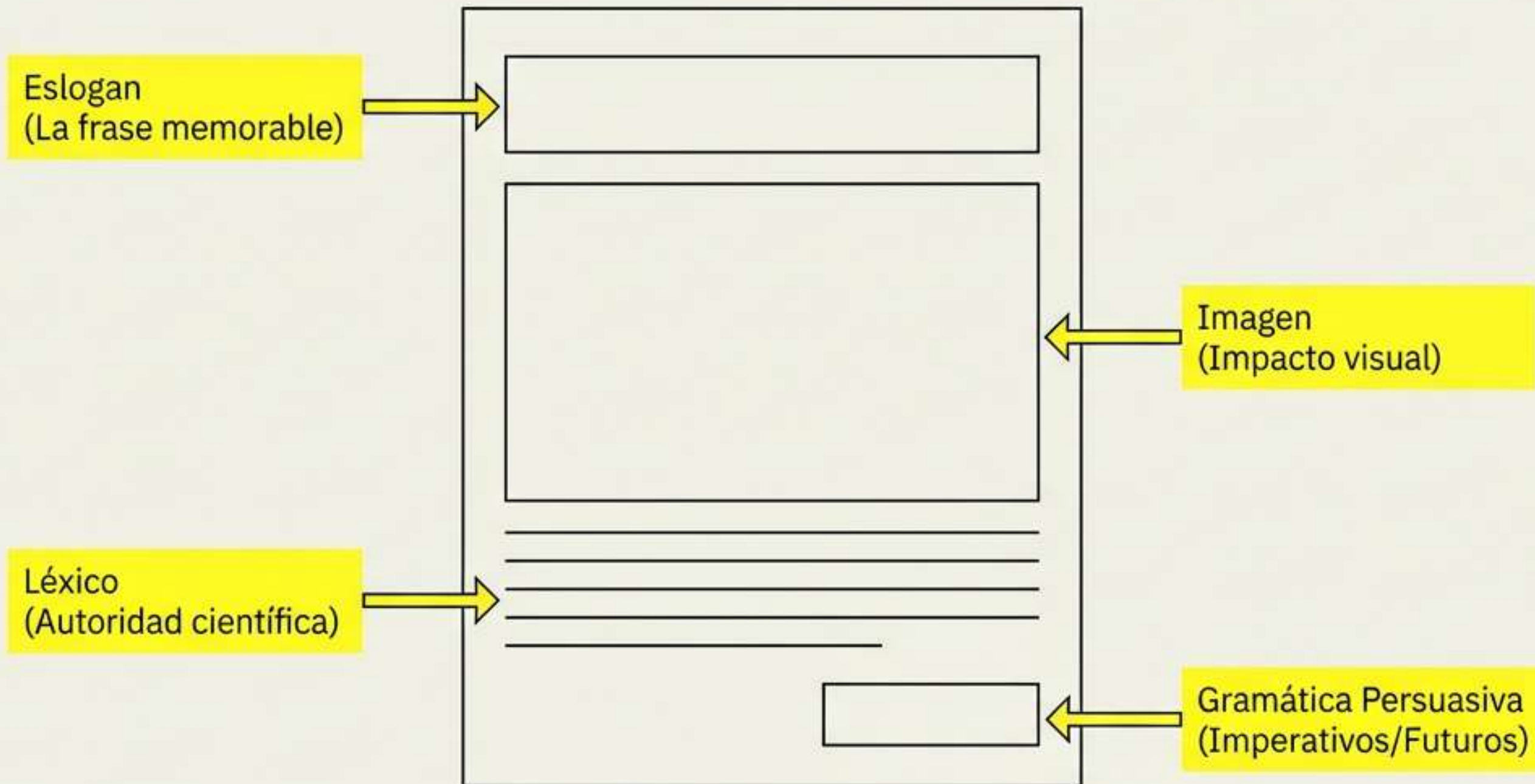
Target (Edad): _____

Coste: _____

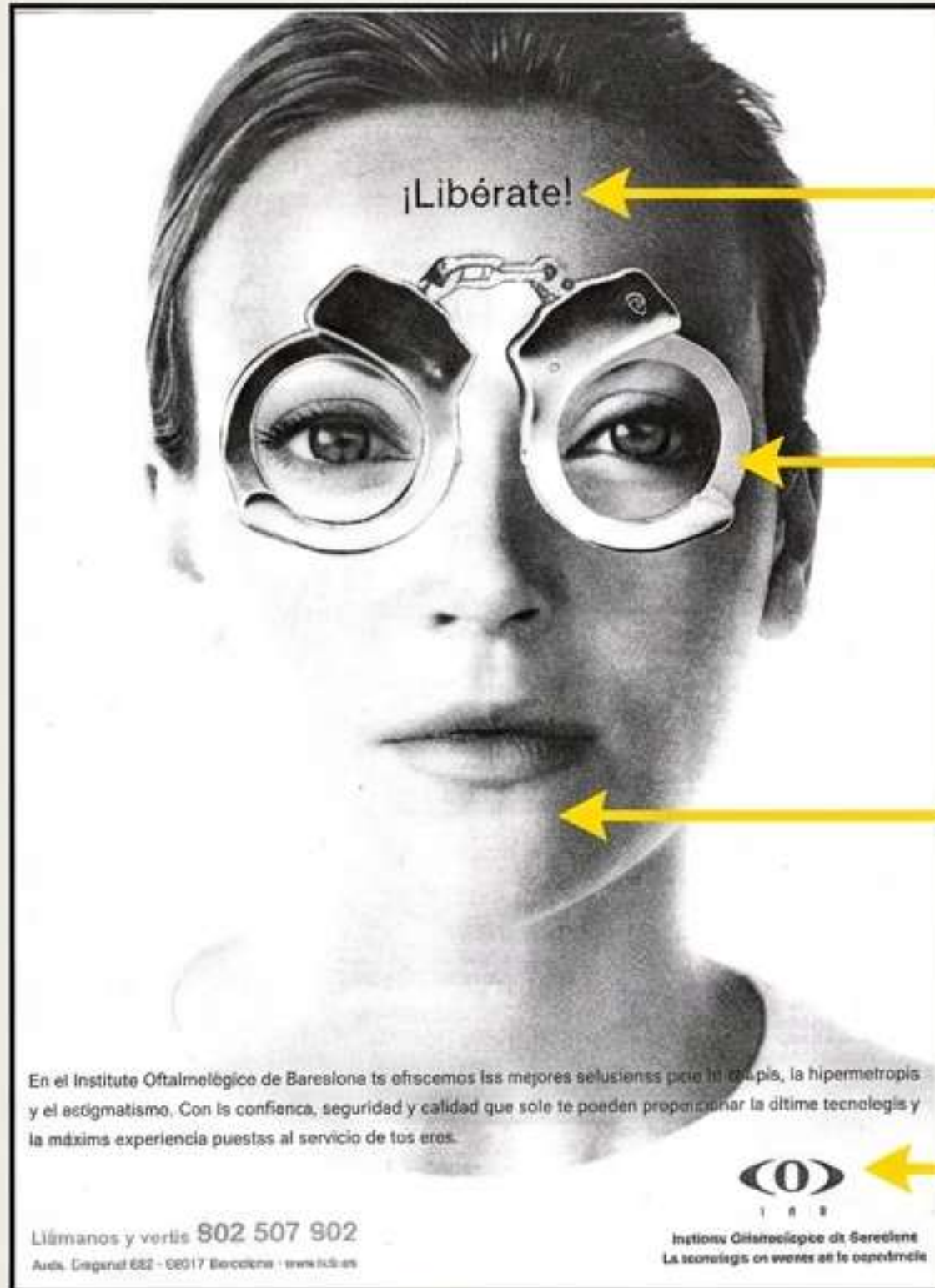


Fase 5: Comunicación y Marketing

Un gran producto necesita una gran historia.



Análisis de Caso: La Metáfora Visual



El Imperativo: Orden directa al consumidor.

La Metáfora: Gafas = Esposas. La miopía es una prisión.

Léxico Técnico: "Miopía", "astigmatismo", "última tecnología".

La Promesa: Seguridad, calidad y confianza.

Análisis de Caso: El Doble Sentido



Imperativo Formal:
Tratamiento de 'Usted'.

Juego de Palabras:
Sentido A (Tráfico) vs.
Sentido B (Salud/Sangre).

Híbrido Visual:
Zapato + Coche =
Comodidad + Velocidad.

La Caja de Herramientas del Publicista



HERRAMIENTA 1: EL IMPERATIVO (La Orden)

IBM Plex Mono

Uso: Para dirigir la conducta.

Ejemplo: "Compra",
"Mira", "Disfruta".



HERRAMIENTA 2: EL FUTURO (La Promesa)

IBM Plex Mono

Uso: Para asegurar beneficios.

Ejemplo: "Te divertirás",
"Aprenderás".



HERRAMIENTA 3: CONECTORES (La Lógica)

IBM Plex Mono

Finalidad: "Para que..."

Causa: "Porque...", "Ya que..."

Tu Turno: Lanzamiento de Campaña

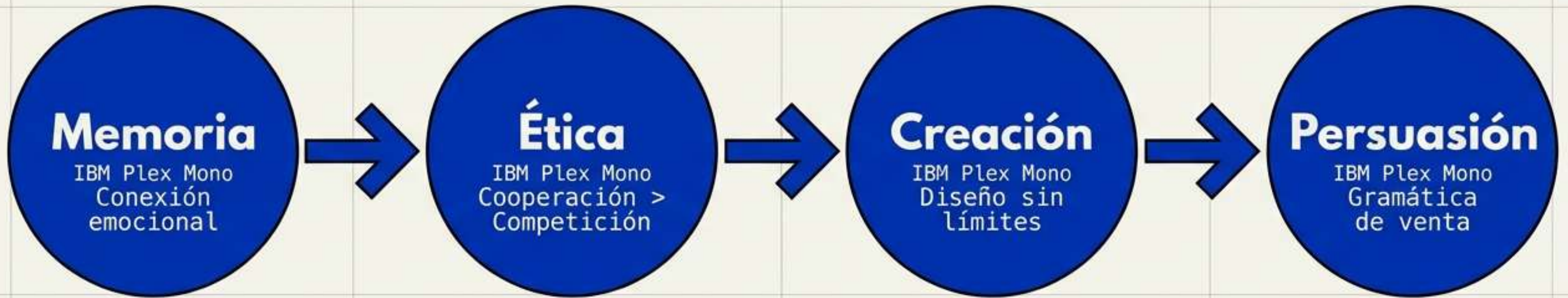
Crea el anuncio definitivo para tu juguete imposible.

1. **Un Eslogan:** Breve e impactante.
2. **Imagen:** Describe la metáfora visual.
3. **Copy (Texto):** Debe incluir un imperativo, una promesa en futuro y léxico técnico.

ESPACIO PARA TU CREATIVIDAD

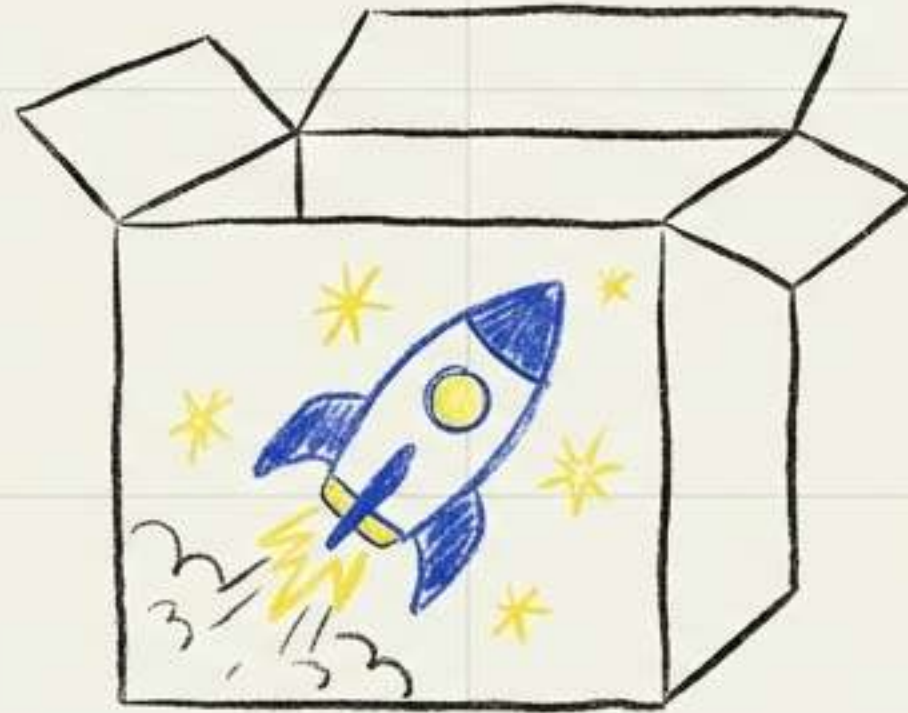
Prepárate para defender tu idea ante los inversores.

Resumen del Taller



El juego es la herramienta de aprendizaje más poderosa, tanto para niños como para adultos.

Conclusión



“El juguete es una manera divertida de que el niño aprenda el mundo que le rodea.”

Seamos diseñadores conscientes y consumidores críticos. Mantened viva la creatividad.