

Los juguetes navideños siguen presentando estereotipos de género

En la actualidad, los estereotipos y la no igualdad entre niños y niñas sigue presente. No obstante, hay marcas que han optado por llevar a cabo campañas publicitarias reivindicativas y de denuncia

El color rosa ha dejado de ser el único símbolo de las nuevas generaciones de niñas. Ellas ya no juegan exclusivamente con bebés ni se dedican a vestir muñecas, también se divierten con patinetes o gafas de realidad virtual, dos de los regalos más buscados de la Navidad 2016. Aunque si hay un juguete que ha llegado para lograr la paridad entre niños y niñas esos son los Hatchimals, la evolución de los Furby, que lejos de levantar barreras entre sexos, han logrado unir la voz popular: los Hatchimals son los juguetes del momento, y no, no entienden de rosas ni azules.

Los juguetes más deseados del 2016: rompiendo estereotipos

Según Toys&R&Us los juguetes más buscados de esta Navidad abarcan un espectro de lo más amplio: desde mascotas interactivas como Little Live Pet Snuggles hasta el micrófono más molón, Selfie Mic MusicSet, que además de cantar permite immortalizar el momento con un selfie.

La publicación británica Mirror ha encuestado a 20 niños para crear su lista de los juguetes most wanted de este año y el resultado ha sido similar. Bien es cierto que aún se pueden observar resquicios de sexismo en los juguetes de acción, en cuyas fotografías promocionales aparecen en su mayoría, niños, además del predominio indiscutible de los colores oscuros en estos juguetes.

Los castillos, las princesas y aquellos juguetes que de una u otra manera apuestan por la estética (vease la cámara de fotos con stick Kidizoom Selfie Fan) continúan tiñéndose de color rosa o morado, los tonos atribuidos a las niñas.

No obstante, los Hatchimals, los juegos de mesa como el Monopoly o los juguetes más avanzados como el HUE Animation Studio, un kit de animación de lo más completo, parecen haber logrado romper moldes y unir a niños y a niñas en una opinión común: estos juguetes son los más deseados del año.

Los catálogos de juguetes han avanzado pero el sexismo continúa presente Juguetos catálogo de Navidad 2016

A estas alturas del año no es difícil que un catálogo de juguetes caiga en nuestras manos. Observar sus páginas y ver cuán poco se ha avanzado en la igualdad de sexos en niños pequeños es un hecho escalofriante.

Las páginas dedicadas a las niñas continúan tiñéndose de rosa mientras que los juguetes de acción son de color oscuro (negro, rojo o naranja principalmente) atribuyéndose a los niños.

Solamente es necesario abrir alguna de las páginas de un catálogo de juguetes cualquiera para darnos cuenta de que, aunque hay intentos por equilibrar estas diferencias, aún sigue habiendo patrones muy marcados que no se han roto. En el caso de Juguetos podemos ver a niños conduciendo motocicletas de color rosa pero no a niñas jugando con tractores en una página y unas pocas más adelante los estereotipos campan a sus anchas. Se ha avanzado, sí, pero aún hay camino por andar.

Pongamos fin a los pasillos rosas Campaña de Lego contra el sexismo en los juguetes

Los denominados "pasillos rosas" son aquellos en los que se agolpan las muñecas, carritos de bebés y demás juguetes de traza femenina. Todos ellos, por supuesto, teñidos de rosa y con cientos de referencias a princesas de cuento.

Chi Onwurah, diputada laborista del Parlamento británico, expresó su rechazo a esta práctica de las jugueterías "Sólo cuando entro en una juguetería siento que estoy experimentando una segregación por género".

En el Reino Unido la organización El Rosa Apesta (Pink Stinks en inglés) se encarga de denunciar los juguetes que considera sexistas. Además, sostienen que el "princesismo" en el que han estado inmersas las niñas las últimas décadas las han alejado de las carreras de ciencias o aquellas enfocadas a las tecnologías.

No obstante, algunos movimientos como GoldieBlox ya han comenzado a apostar por el cierre de brechas en las carreras STEM (Science, Technology, Engineering and Mathematics) a través de la creación de juguetes que inviten a las niñas a interesarse por la ciencia y la tecnología, dos ámbitos en los que hoy en día los hombres continúan siendo mayoría.

Di "no" a la diferenciación: los juguetes no entienden de género

Laia quiere ser astronauta y Albert prefiere ser un hada. Él construye un cohete para ella y Laia le regala su varita mágica. Con este bonito mensaje y el lema "El juguete no tiene género" el Gobierno Valenciano rompe una lanza a favor de eliminar las desigualdades entre géneros a través del vídeo que han creado para la mayor difusión de la campaña.

Los niños deberían jugar con el juguete que prefieran, pudiendo abstraerse de los estereotipos que la sociedad ha marcado durante años. Con esta intención, en 2014 el Gobierno canario elaboró una guía para que no se regalasen juguetes sexistas a los niños bajo el lema "Elegir los juguetes no es un juego. Esta Navidad regala igualdad".

Jugar, como conducir, no debería entender de género. ¿Y si esta Navidad cambiamos el juego?

La promoción de juguetes no estereotipados por sexos favorece la educación en la igualdad. Un mensaje que los creativos de Audi han aplicado en su último corto "La muñeca que eligió conducir" en el que podemos ver a Barbie conduciendo un Audi R8. Sí, Barbie al volante de un deportivo, una brusca vuelta de tuerca de los estereotipos.

"Jugar, como conducir, no debería entender de género. ¿Y si esta Navidad cambiamos el juego?" es el mensaje final del vídeo, con el que por supuesto, no podríamos estar más de acuerdo.

El contenido de este comunicado fue publicado primero en la página web de Tendencias

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Moda Juegos Infantil Ocio para niños](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>