

MÁS QUE  
pink&blue



GUÍA DE JUGUETES NO SEXISTAS

MÁS QUE  
pink&blue

**Edita:**  
Instituto Aragonés de la Mujer

**Coordinación:**  
Red Talento Consultoras

**Autoras:**  
Laura Seara Sobrado  
María Lameiras Fernández

**Diseño e ilustraciones:**  
Patricia Joga Díaz



- 1** Presentación
- 2** ¿Necesitamos esta Guía?
- 3** ¿Son los juguetes sexistas?
- 4** Más allá del Pink&Blue...
- 5** Las cosas están cambiando
- 6** Decálogo
- 7** Glosario de términos

*La igualdad es una necesidad vital del alma humana. La misma cantidad de respeto y de atención se debe a todo ser humano, porque el respeto no tiene grados.*

**Simone Weil, filósofa, 1949**

La igualdad entre mujeres y hombres es la gran aspiración del feminismo y de todas aquellas personas que aspiran a vivir en sociedades justas, libres y más democráticas. La educación juega un papel prioritario en la consecución de esas sociedades igualitarias que aspiramos a conquistar, pero no sólo la educación formal, sino toda aquella influencia cultural que pueda jugar un papel educacional en niñas y niños. Los juegos y juguetes son herramientas que configuran el pensamiento y desarrollo de las personas desde la infancia y, por ello, debemos incorporar también la perspectiva feminista y de género en el análisis de los mismos.

Los juegos y los juguetes forman parte del proceso de adquisición de cultura para niñas y niños. El desarrollo educativo de una persona está condicionado, también, por los espacios que ocupa y cómo se desarrolla en ellos. Es por ello por lo que se hace imprescindible no incorporar criterios de desigualdad en juegos y juguetes, ni asentar estereotipos sexistas desde la infancia. Atribuir a los juegos y a los juguetes criterios sexistas contribuye a prefijar espacios, líneas imaginarias de desigualdad, y roles diferenciados y basados en la superioridad masculina frente a la inferioridad femenina, que se traduce en desigualdad y discriminación que, con el paso del tiempo, se acentúa y perpetua.

2018 ha supuesto un punto de inflexión en el feminismo. La eclosión de décadas de reivindicación y lucha de muchas mujeres, maestras y referentes, que han consagrado buena parte de su vida a trabajar y luchar para legarnos un mundo más justo, igualitario y libre a las que hemos llegado detrás. Vivimos un momento histórico que nos ofrece la oportunidad de derribar las barreras que impiden la plena igualdad entre mujeres y hombres, y avanzar hacia una sociedad mejor para todas y todos. No la dejemos pasar, seamos protagonistas del cambio que la sociedad en su conjunto necesita y anhela.

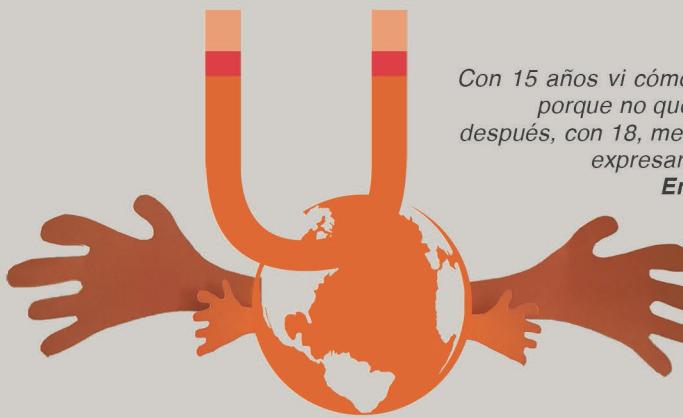
**Natalia Salvo Casaús.**

Directora del Instituto Aragonés de la Mujer.



Con esta Guía, el Instituto Aragonés de la Mujer, pone a disposición de toda la ciudadanía un recurso con el que contribuir a la reflexión en torno a los juguetes y los espacios de juego para liberarlos de las rígidas normas de género. Normas que convierten, arbitrariamente, determinados juguetes y colores en lícitos o ilícitos, dependiendo de si el destinatario es un niño o una niña. Normas que contribuyen a perpetuar estereotipos y roles de género, a partir de los que se construye un espacio binario y jerárquico en el que los hombres ostentan un mayor poder y privilegios a costa de la devaluación de lo femenino. Normas que colocan a las niñas y mujeres en un espacio de subordinación, comprometiendo así su bienestar y libertad, y el adecuado desarrollo emocional de los niños y hombres.

La guía pretende desanclar a los juguetes y espacios de juego de la “marca” de género sexista, ayudando a convertir al juguete en lo que realmente es, un objeto que se debe entregar con la finalidad de entretenir y alimentar la inagotable capacidad de aprendizaje, imaginación y creatividad. En definitiva, un juguete con el que contribuir a crear un espacio de igualdad y respeto a la diversidad para todas las niñas y niños.



Con 15 años vi cómo mis amigas dejaron de practicar sus deportes favoritos porque no querían que su cuerpo estuviera muy musculoso. Unos años después, con 18, me di cuenta de que mis amigos hombres eran incapaces de expresar sus sentimientos. Por estas razones decidí ser feminista.  
Emma Watson, actriz y embajadora de ONU Mujeres, 2009

### 3. ¿Son los juguetes sexistas?

Desde la Constitución de 1978 a la Ley 3/2007 de 22 de marzo para la igualdad efectiva entre mujeres y hombres pasando por la Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer de 1979, conocida como CEDAW, hasta los objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 promovidos por las Naciones Unidas, la igualdad entre hombres y mujeres se convierte en un derecho y un objetivo imprescindible para el desarrollo del planeta.

Recientemente, el Pacto de Estado contra la Violencia de Género subraya la necesidad de promover la eliminación de prejuicios, imágenes estereotipadas y roles sexistas, impulsar la construcción y difusión de representaciones plurales y reales de ambos性s y fomentar el uso de un lenguaje no sexista que nombre la realidad de las mujeres e incorpore una visión igualitaria de las relaciones afectivas y de la convivencia doméstica.

En este escenario, la educación de los niños y niñas en un modelo de igualdad y respeto a la diversidad, representa el objetivo prioritario a través del que consumar la igualdad real. Los juguetes y espacios de juegos no sexistas son un eficaz instrumento para socializar a las niñas y niños en la igualdad.



Si embargo, en la cultura patriarcal siguen perviviendo estereotipos de género que describen y prescriben las características y roles que les “corresponden” a mujeres y hombres, representando la división sexual entre identidades y actividades. Así, los estereotipos descriptivos vinculan a los hombres con independencia, dominación y fuerza mientras que a las mujeres se las asocia con dependencia, pasividad y debilidad. Del mismo modo, desde los estereotipos prescriptivos se vincula a los hombres con el espacio público y con el poder mientras que a las mujeres se las vincula con el espacio privado, la maternidad y el cuidado.

Los juguetes, en su estética y colores, pueden convertirse en un instrumento muy eficaz de transmisión de estos estereotipos de género. De este modo, determinados juguetes y colores capitalicen la representación de la feminidad y la masculinidad a través de las cuales niñas y niños aprenden a convertirse en mujeres y hombres, dentro de los

modelos tradicionales y hegemónicos de identidad. Por tanto, lo que consideramos elecciones libres de los juguetes en realidad están reproduciendo de forma mimética la forma en la que la sociedad describe y categoriza a mujeres y hombres. Su elección es el reflejo de la publicidad y de los mensajes sexistas, no de su genuino interés.

El color es de hecho un elemento esencial que precede al lenguaje, con una gran capacidad segregadora, especialmente en los primeros años de vida. El binarismo generizado que represeta el Pink&Blue, vinculando el color rosa con la feminidad y el azul con la masculinidad, es tan arbitrario como reciente. Hasta mediados del siglo XX el color blanco era el color de la infancia, tanto para niños como para niñas, y su incorporación a la iconografía del juego es paralela.

## 4. Más allá del Pink&Blue...

*El machismo mata, empobrece y atonta. Por ese orden.  
Amelia Valcárcel, filósofa española, 2007.*



Con el título de esta guía nos referimos a los colores Rosa-Pink y Azul-Blue para visibilizar como las sociedades generizadas, y por tanto sexistas, se trasladan al mundo de los juguetes y los juegos.

Con el color rosa se crea el espacio “legitimado” para las niñas y con el azul el espacio “legitimado” para los niños. El poder iconográfico del Pink&Blue invade la estética de los juguetes y sus espacios de exposición como tiendas, escaparates, envoltorios, catálogos y anuncios. El propio diseño de las tiendas, a través de pasillos con la estética Pink&Blue separa los juguetes de niñas y niños, al igual que los escaparates. Los envoltorios de muchos juguetes sucumben al Pink&Blue.

De hecho algunos juguetes representados por la estética Blue han incorporado la estética Pink en sus nuevas propuestas. Los anuncios y catálogos reflejan los mismos estereotipos. Según datos del Consell de l'Audiovisual de Catalunya hubo un repunte de publicidad sexista en la última campaña de Navidad con casi un 35% de contenidos sexistas en los anuncios de juguetes.



Finalmente, en los catálogos que la mayoría de las cadenas y tiendas de juguetes lanzan durante todo el año e intensifican durante las épocas navideñas, hay una clara segregación por género de los juguetes. Muñecas, accesorios de belleza o tareas domésticas están en las páginas “rosas”, donde solo aparecen niñas jugando a ser madres, cuidadoras o princesas, aprendiendo con los juguetes a limpiar, cocinar y a estar “guapas”. Sin embargo, en las páginas en las que predominan colores azules, rojos y negro, aparecen coches, superhéroes, motos y dinosaurios entre niños jugando a aventuras.



## pink&blue

Por tanto, a través de la estética Pink se señalan los juguetes de belleza, de princesas, de limpieza y de muñecas para las niñas, remarcando la identidad para la que están "destinadas" y reforzando el valor de la estética y la función de madres y cuidadoras. A través de la estética Blue y con ella una gama de colores que proscriben el Pink, se representan héroes, coches, motos, juegos de construcción y de riesgo, reforzando para los niños una identidad vinculada con el poder, el valor, la independencia y la aventura.

Junto a la iconografía del color se alinean los mensajes segregados que incorporan los envoltorios de los juguetes: "entretén al bebé mientras le cambias el pañal", "vamos al supermercado", "ondula, riza y hazte mechas de color", "un día de secretos de belleza", "todo lo necesario para ser estilista" o "tocador mágico de belleza" y "accesorios de princesa".



## BOMM

Los rasgos de la "masculinidad" para los niños se transmiten a través de mensajes que incluyen un lenguaje más agresivo y directo que invita a la acción: "construye tu propio camión", "persección por la autopista", "rugidos reales" o "impresionantes técnicas de ataque" "derrota al tiburón y parte la ola", "suspensión en cuatro ruedas" o "crea impresionantes acrobacias".

La iconografía puede ser tan obvia como la que representa en la misma página de un catálogo de juguetes a una niña subida en una bicicleta rosa "con cesta, cofre y portamuñecas trasero", al lado de un niño subido a una bicicleta azul "con bocina, botella y porta-botellas trasero".

Pero en realidad no existen juguetes sexistas, los juguetes solo son juguetes. El sexismio está en el uso que se hace de los juguetes, de los colores y de los mensajes incorporados.

# MÁS QUE pink&blue



No es el juguete lo que tenemos que cambiar sino los mensajes y colores estereotipados con los que se vinculan a niños y niñas. Los juguetes pueden estimular diferentes habilidades y capacidades como la inteligencia, la imaginación, la creatividad y su desarrollo personal y social. Por tanto se trata de eliminar la forma en la que se segregan los juguetes en espacios “femeninos” y “masculinos”, dando la oportunidad a todas las niñas y los niños de desarrollar todas sus potencialidades.

Con el uso sexista que se hace de los juguetes se determina la forma en la que las niñas y niños construyen su identidad y los roles para los que se consideran aptos. Así, los juguetes de construcciones y bloques con los que se desarrollan habilidades espaciales y matemáticas tempranas, pueden influir en la elección de sus estudios, condicionando sus opciones profesionales y manteniendo una división segregada de los trabajos.



Por otro lado, los juguetes simbólicos sobre actividades domésticas y muñecos, contribuyen a desarrollar la inteligencia emocional y la responsabilidad en los cuidados, favoreciendo las relaciones interpersonales y la corresponsabilidad.

Esta segregación sexista de juguetes y espacios de juego pueden perpetuar la dependencia y cosificación de las mujeres, que convierte sus cuerpos en el principal valor, haciéndolas vulnerables a trastornos en los que esté presente el descontento con su imagen corporal, como anorexia y bulimia. Además, estas características de dependencia y cosificación incrementan la vulnerabilidad futura de las niñas respecto a las relaciones de control y violencia, con juguetes que contribuyen a la idealización del amor romántico.

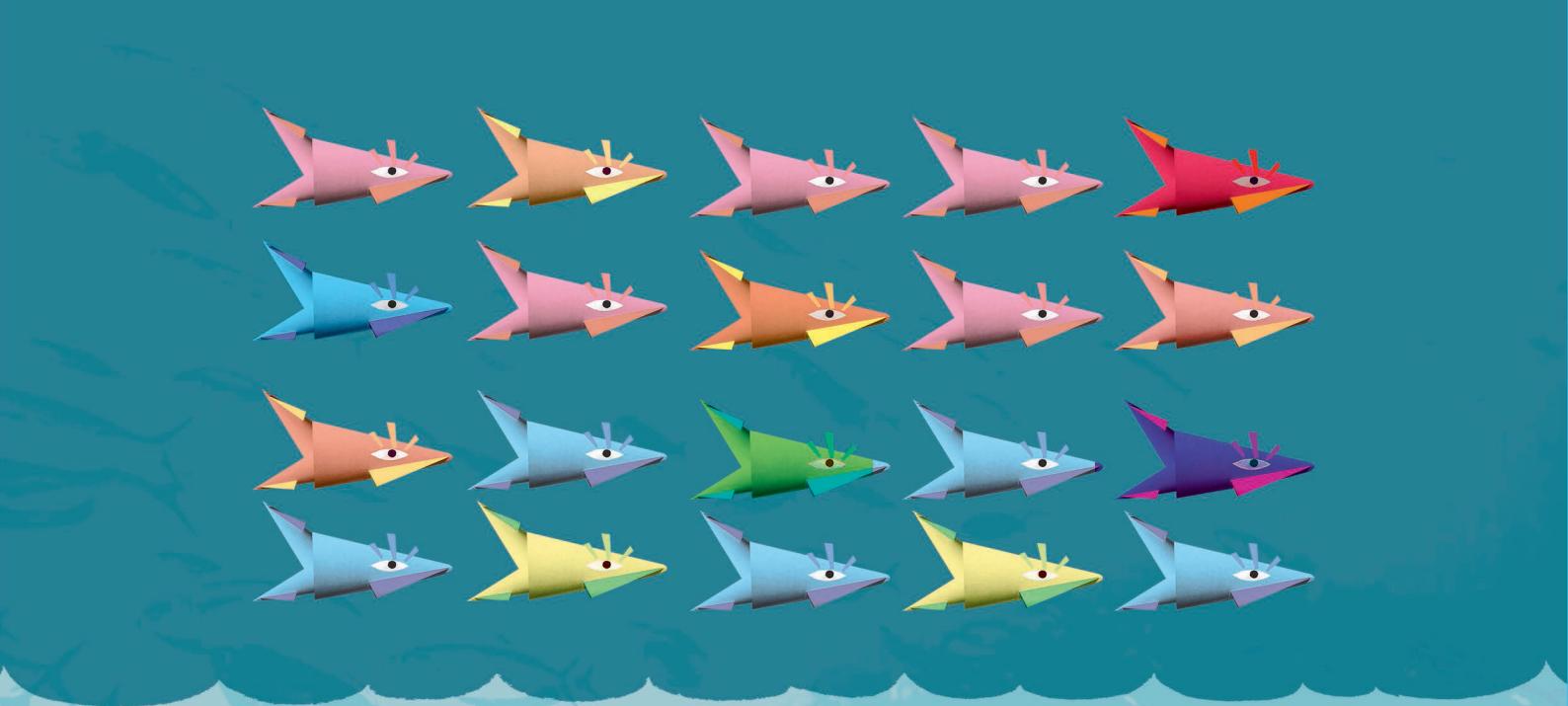
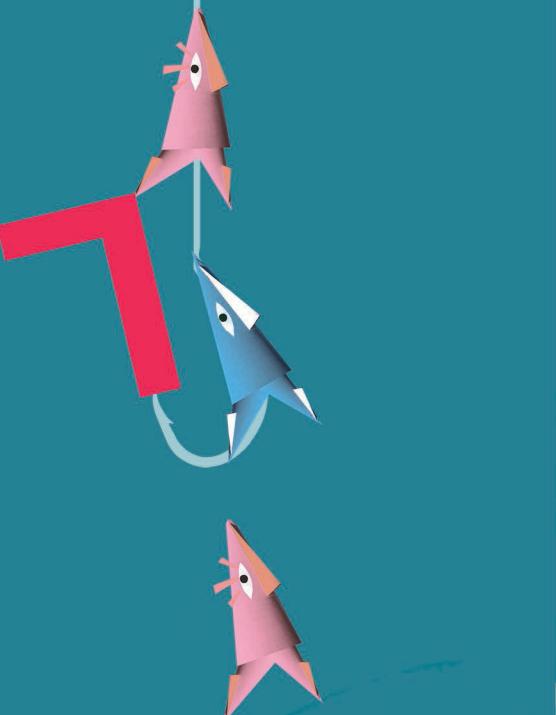
*Yo no deseo que las mujeres tengan poder sobre los hombres, sino sobre ellas mismas.*  
Mary Wollstonecraft, escritora, 1792

## ► 5. Las cosas van cambiando ◀

Se empieza, por parte de las administraciones públicas, a trabajar en campañas a favor de los juguetes y juegos igualitarios. Son ya varios los gobiernos autonómicos y ayuntamientos que tratan de combatir el sexism o a través de distintos materiales didácticos y campañas en los medios de comunicación.

También las organizaciones de mujeres así como las entidades sociales o de consumo, están llevando a cabo buenas prácticas que fomentan la igualdad en la elección y compra de juguetes, especialmente en campañas de Navidad e inicio del curso escolar.

Aunque el camino que queda por recorrer es aún muy largo hay buenos proyectos, también en el ámbito cultural, que reivindican el fin del sexism o en los juguetes a través del audiovisual y otras expresiones artísticas con el objetivo de visibilizar y contribuir a superar los estereotipos tradicionalmente relacionados con los roles de género en los juegos y juguetes.



Frente al férreo modelo del Pink&Blue nos encontramos, cada vez de forma más frecuente, con buenas prácticas de marcas comerciales y tiendas que han empezado a editar catálogos no sexistas e inclusivos en la visión, la imagen, el uso de los colores y la disposición de los juguetes en los escaparates y tiendas. También nos encontramos con ejemplos de buenas prácticas en la imagen y presentación de algunos juguetes tradicionalmente estereotipados, tratando de visibilizar a niños y niñas cocinando, paseando a muñecos, realizando tareas domésticas, haciendo experimentos o practicando deportes de equipo mixtos.

En definitiva, se trata de construir un espacio que supere el Pink&Blue, con otras formas de representar el mundo y los juguetes permitiendo abrir un arco iris de colores en el que incorporar a todas las niñas y niños en un espacio más igualitario e inclusivo.

# Decálogo

Antes de  
comprar  
un juguete...

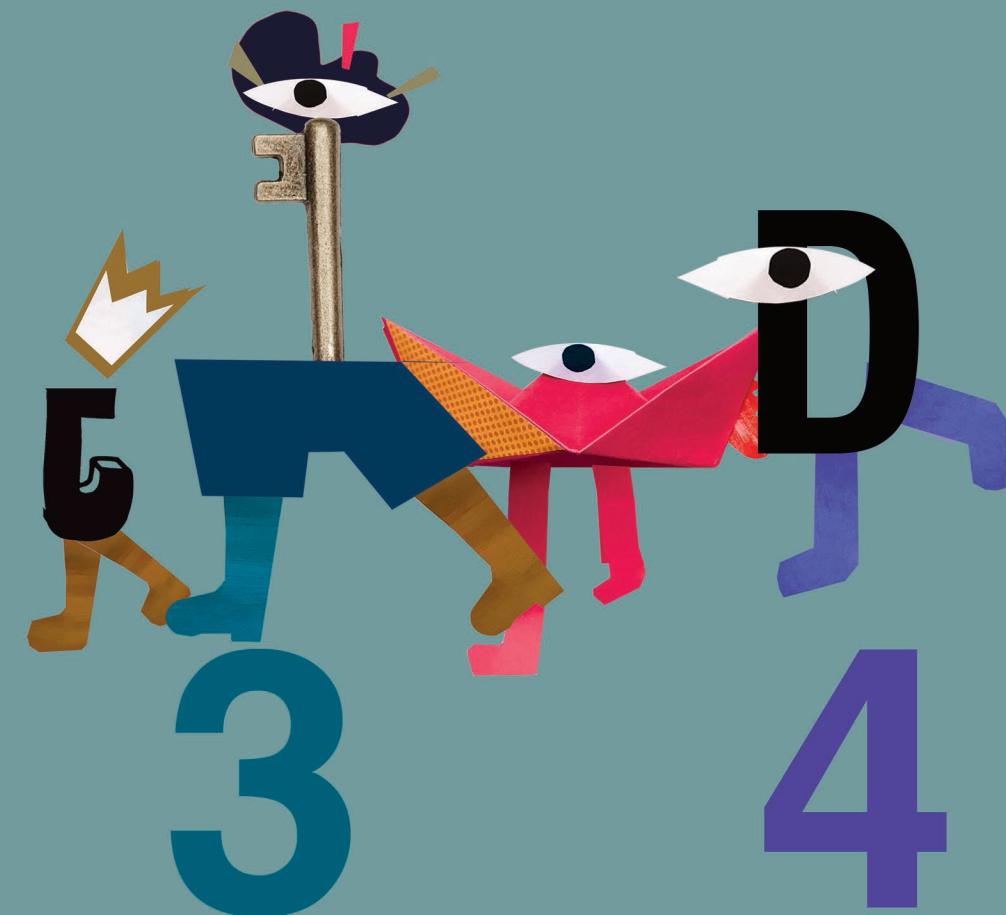


Antes de comprar un juguete... piensa que el rosa no es de niñas y el azul de niños. Todos los colores del arco iris pertenecen a todas las niñas y niños del mundo.

Existen pocas armas en el mundo tan poderosas como una niña con un libro en la mano.  
Malala Yousafzai, Premio Nobel de la Paz, 2014

2

Antes de comprar un juguete... piensa que no hay juguetes diferentes e incompatibles para niñas y para niños. Cada juguete puede contribuir a desarrollar una destreza o habilidad y todos son importantes.



Antes de comprar un juguete... muestra a niños y niñas catálogos igualitarios para que sus elecciones se deriven de sus gustos e intereses desvinculándolos del mensaje sexista.

Antes de comprar un juguete... piensa en las destrezas y valores que quieras fomentar en la niña o niño a quien va destinado, entre los que siempre deberían estar presentes la igualdad y el respeto a la diversidad



*Antes de comprar un juguete...*no olvides lo importante que es aprovechar la oportunidad educativa que éste puede brindar, compartiendo el tiempo de juego para transmitir valores de igualdad y respeto.

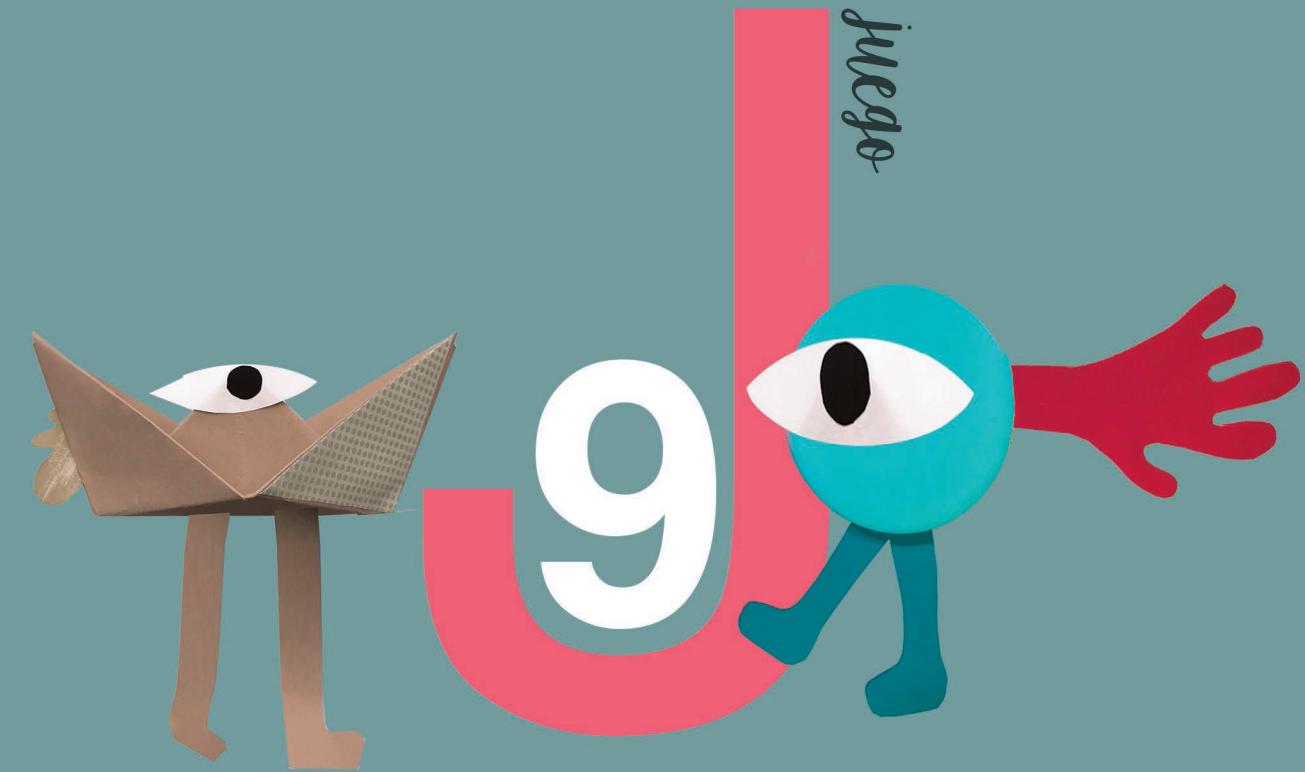


*Antes de comprar un juguete...*no olvides que la mayoría siguen la iconografía Pink&Blue y el uso de lenguaje e imágenes sexistas. No permitas que condicione tu elección.

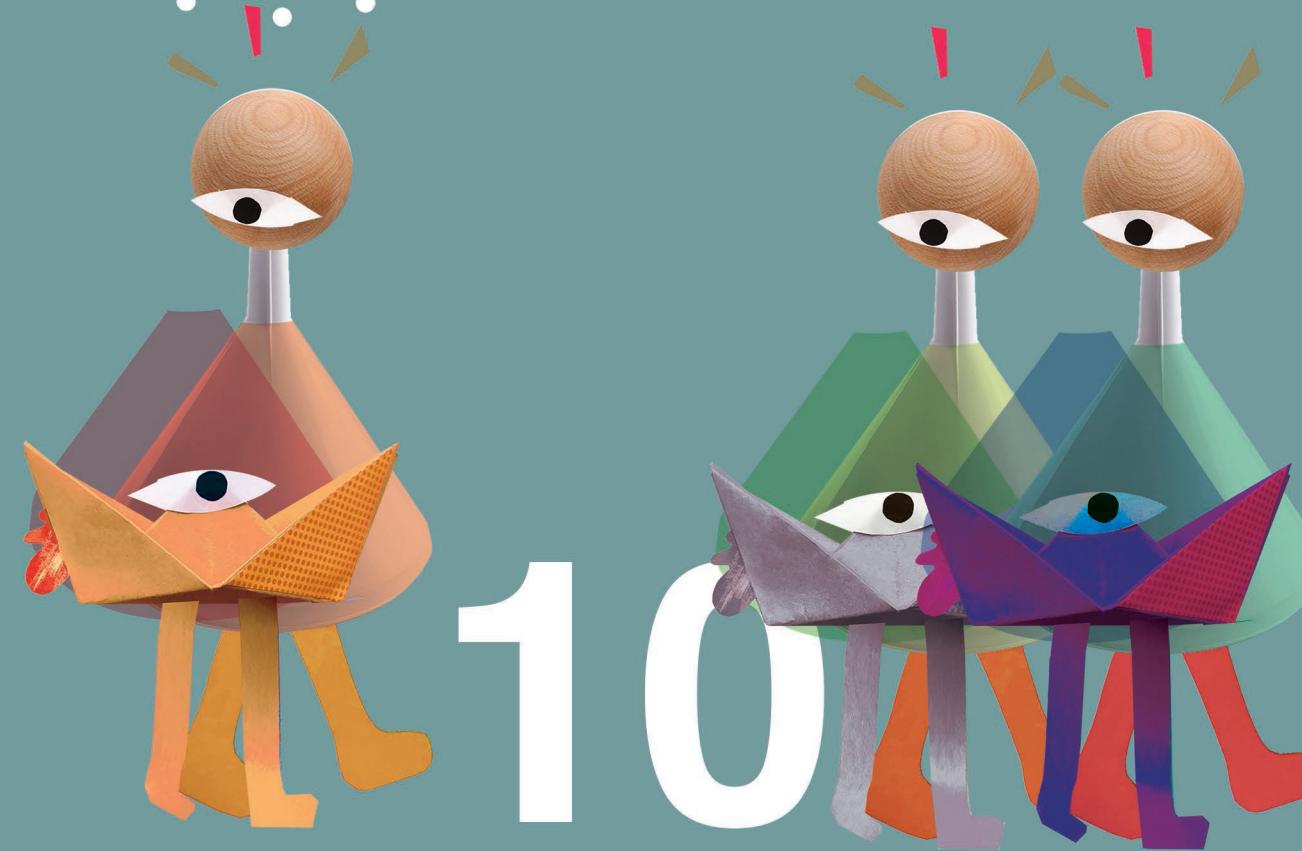
*Antes de comprar un juguete...*piensa que no hay juguetes sexistas. Cualquier juguete puede ser una buena elección siempre que no se use para justificar y mantener las desigualdades en identidades y roles entre niños y niñas.



*Antes de comprar un juguete...* recuerda que fomentar habilidades que promuevan la convivencia con juegos compartidos contribuirá a su bienestar en la edad adulta. Regala juguetes para compartir.



*Antes de comprar un juguete...* solicita en las tiendas un juego o juguete en función de la edad, las destrezas o de los valores que quieras inculcar pero no en función de que el destinatario sea un niño o una niña.



*Antes de comprar un  
juguete...* mira su caja y su presentación y asegúrate de que se nombra y se  
muestran imágenes de niños y niñas que no incluyen mensajes sexistas.  
Deja atrás la estética del Pink&Blue.

*Las mujeres han servido todos estos siglos de espejos que poseían el poder mágico  
y delicioso de reflejar la figura de un hombre el doble de su tamaño natural.*  
*Virginia Woof, escritora, 1929.*

**GLOSARIO**

# GLOSARIO

## *género*

Conjunto de características diferenciadas que dentro de las sociedades patriarcales se asignan a hombres y mujeres

## *Estereotipos de género*

El conjunto de ideas preconcebidas de cómo deben ser y comportarse hombres y mujeres, así como prescriben también los papeles que deben desempeñar tanto en el mundo público como privado.

## *Patriarcado*

Forma de organización social que convierte al hombre en el “patriarca”, que ejerce el control de las mujeres dentro de las relaciones (ámbito privado) y de las instituciones (ámbito público)

## *Sexismo*

Actitudes de prejuicio o discriminación que se anclan en los estereotipos de género

I U G A L D A D

## *Sociedades generizadas*

Que construyen un binarismo jerarquizado en función del cual el hombre es el que representa el poder y la mujer el género relegado a un segundo nivel, ambos representados por características que los colocan en los polos opuestos de un continuo.

## *Violencia de género*

Todo acto de violencia, basado en la pertenencia de la persona agredida al sexo femenino, que tenga o pueda tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico para la mujer, así como las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de la libertad, tanto si se producen en la vida pública como en la privada.

## *Principio de igualdad entre mujeres y hombres*

Ausencia de toda discriminación, directa o indirecta, por razón de género y, especialmente, las derivadas de la maternidad, la asunción de obligaciones familiares y el estado civil