

¿Dejó Santa Claus igualdad de género en tu casa esta navidad?

La organización de las naciones unidas (ONU) establece 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), el objetivo número 5 es la igualdad de género: “lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y a las niñas”, lo definen como un “derecho humano fundamental”, sin embargo, y desafortunadamente, aún hay gran disparidad tanto en México como en el mundo. La manera de lograr un cambio es educarnos sobre la igualdad de género y ser conscientes de cómo, desde nuestra casa, podemos hacer un cambio.

Te preguntarás que tiene que ver Santa Claus en todo esto. Jugar es una actividad universal que debería trascender la categoría de género, desafortunadamente, como sociedad e individuos hemos estereotipado incluso los juguetes. Piénsalo por un momento, si tienes un hijo y alguien le regala una cocinita ¿qué dirías? “Mi hijo será un gran chef, ¡el mejor del mundo!”, seguro eso no pasó por tu mente. O bien, si tienes una hija y ella te pide un set de construcción de un coche, ¿se lo comprarías? o le dirías: <<No hija. Ese es un juguete de niños, mejor escoge una muñeca o algo más “femenino”>>.

A las niñas desde pequeñas se les enseña a través del juego cómo comportarse en sociedad, se les da una muñeca o un bebe al cual deben de cuidar y procurar como un hijo, se les involucra en actividades del hogar, limpieza y cocina. De manera consciente y subconsciente se les muestra lo que la sociedad espera que desempeñen cuando crezcan, y la mayoría de las veces, les negamos la oportunidad de decidir si quieren jugar con un balón o una figura de acción. Aquí es donde, como padres y tutores, debemos ser más conscientes; la equidad de género inicia desde estos momentos, demos a las niñas la libertad de jugar con lo que ellas quieran y no estereotipemos el juego ni los juguetes: “rosa o azul”, “los dinosaurios son para tu hermano”, “mejor toma esta muñeca es más femenina”, “¿cómo le vas a pedir un balón a Santa?, mejor pídele una muñeca”. Al regalar un juguete no debemos pensar si es para una niña o un niño, sino en las destrezas, habilidades y valores que queremos fomentar en quien lo reciba.

Desde hace algunos años, las marcas de juguetes son conscientes del gran impacto que tienen en los niños y en las niñas del mundo y se han sumado a la educación en la equidad de género. Una de estas marcas es Mattel que desde 2015 lanzó, con su línea de muñecas Barbie, una campaña global dedicada a acabar con esa brecha de género. Desafiando estereotipos y ayudando a erradicar los prejuicios que impiden a las niñas desarrollar todo su potencial, la campaña cuenta con 250 modelos de muñecas con diferentes profesiones y más de 100 muñecas en homenaje a mujeres que inspiran en el mundo. LEGO es otra marca que es consciente de esta brecha de género y entiende que, aunque las niñas son altamente creativas, aún no son tomadas en consideración ni se les da la libertad para elegir con qué jugar, sobre todo en sociedades donde se piensa que “construir es para niños”. LEGO a través de su campaña “Play Unstoppable” fomenta la equidad de género y el desarrollo de la creatividad de niñas y niños al poder construir su propio mundo.

Sumémonos a hacer un cambio, la equidad de género es trabajo de toda la sociedad. Te invito a que, la próxima vez que regales un juguete o que le preguntes a un niño qué le va a pedir a Santa Claus, seas consciente del impacto que tienes en esa decisión. Quita las barreras de “el rosa es para niña y azul para niño” y permite que haya libertad de jugar sin asignar género a los juguetes.

Referencias:

- ONU. (s. f.). Objetivo 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas. Disponible en: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/gender-equality/>
- The Dream Gap Project, Barbie (2024). Las niñas creen que pueden ser cualquier cosa, pero ¿qué opina el resto del mundo? [https:// shopping.mattel.com/es-es/pages/barbie-dream-gap](https://shopping.mattel.com/es-es/pages/barbie-dream-gap)
- The lego Group (2024). Campaña Play Unstoppable. <https://www.lego.com/en-us/play-un-stoppable>

Sobre el autor:

Mtra. Sofía Aguirre Dyjak, Maestra en Administración Empresarial por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Licenciada en Administración de Hoteles y Restaurantes por la Universidad de las Américas Puebla. Gerente de Trademarketing latam en The Lego Group. Participa de manera activa en temas de inclusión de género y comunidad LGBTQ+.

Contacto: sofia.aguirredk@udlap.mx