

## Toys and diversity. Campaña online de Families Europe a favor de la igualdad en la publicidad de juguetes

El mercado laboral europeo está **fragmentado**, con un predominio de mujeres y migrantes en los empleos mal remunerados, poco cualificados y temporales. Una cantidad muy grande de personas con discapacidades no tienen trabajo y las juntas directivas de las empresas y los puestos de gestión son ocupados mayoritariamente por hombres.

Migrantes y personas con discapacidad raramente están presentes en las campañas publicitarias ni son mostradas como modelos positivos. Igualmente, hombres y mujeres reflejan habitualmente **estereotipos de género**, por ejemplo: ciencia, negocios y deportes serían actividades propias de hombres mientras que enfermería, cuidado y enseñanza serían propias de mujeres...

Esta división también es visible en las campañas de marketing dirigidas a menores. Los primeros años son claves en el desarrollo social y cognitivo, y el impacto que el juego y los juguetes tienen en el desarrollo contribuyen a moldear el comportamiento, los intereses y las elecciones que hará en su vida posterior como personas adultas.

**COFACE Families Europe** ha desarrollado **seis principios clave** con el fin de crear conciencia en relación con el marketing y la publicidad de juguetes, dirigidos principalmente a la industria y los anunciantes, y por extensión a colegios, ONGs, asociaciones de consumidores y familias:

- Permite que niñas y niños **decidan con qué quieren jugar**: no hagas divisiones de género desde la infancia.
- No influyas a los menores hacia determinadas profesiones según los roles de género: **déjalos jugar para ser quienes quieran ser**.
- Actúa para poner **fin a la violencia de género y el acoso**: promueve imágenes y comportamientos no violentos.
- **Representa a las familias en su diversidad**. Hay cada vez más familias monoparentales, familias multinacionales y multirraciales, familias LGTB o familias multigeneracionales. Sin embargo, la representación de adultos está limitada a adultos blancos de entre 30 y 40 años. Recomendamos incluir adultos de diferentes razas, grupos de edad (por ejemplo, abuelos), o adultos con discapacidades, porque todas las formas familiares merecen respeto y

representación.

- **Los niños y niñas con discapacidades también juegan:** hay que acabar con su invisibilidad en el mundo de los juguetes.
- Procura que en la publicidad de juguetes haya una **representación justa de la diversidad racial**. El número de ciudadanos y residentes en la UE con diferentes orígenes y procedencias raciales está creciendo, por lo que se hace necesaria una representación más equitativa de la diversidad y complejidad de nuestra sociedad.

La campaña **#ToysAndDiversity** tiene como objetivo detectar y poner de relieve los estereotipos de género en los catálogos y tiendas de juguetes, pero también pretende mostrar si los juguetes son inclusivos para menores con discapacidades o migrantes.

Puedes participar en esta campaña subiendo tus fotos a twitter, utilizando el hashtag **#ToysAndDiversity**, que muestren o bien el uso de estereotipos de género en los juguetes, o bien el uso de buenas prácticas en la búsqueda de la igualdad por parte de los anunciantes. Tienes más información y banners para redes sociales en [este enlace](#).

Secciones: **FFM Isadora Duncan**