

Imaginarium, vuelve a jugar

I Estudio Imaginarium de Educación y Género

El 98% de los padres españoles concienciados con la educación sin género

- El 80,7% de los padres ha comprado alguna vez juguetes o disfraces considerados tradicionalmente del género contrario al de su hijo o hija
- Sin embargo, el 45,6% de los encuestados afirma haber escuchado recientemente expresiones sexistas
- El 84,9% de los padres y madres muestra preocupación por el uso que sus hijos hacen de las nuevas tecnologías



Zaragoza, 10 de febrero de 2017. El 98,6% de los padres españoles es consciente de la importancia de educar a sus hijos en la educación sin género, según pone de relevancia el **I Estudio Imaginarium de Educación y Género**. De hecho, los hábitos de consumo de los padres españoles así lo demuestran, y el 80% de ellos afirma haber adquirido juguetes o disfraces que tradicionalmente no se consideran propios del género de sus hijos o hijas. Tan solo el 8,3% de los encuestados ha descartado alguna vez adquirir un producto tomando como referencia el criterio del género.

En lo referente a los juguetes que prefieren los niños y niñas se mantienen en primer y segundo lugar los puzzles y los juegos de estimulación. Sin embargo, conforme los niños y niñas van cumpliendo años los roles de género tradicionales se refuerzan y las niñas optan por juguetes normativamente asociados a su género como las cocinitas (62%) y las muñecas (97%) y los niños por los muñecos de acción (77%) y coches (93%).

"Este estudio muestra la conciencia de los padres españoles por educar a sus hijos e hijas sin condicionarlos según su género. Por ello, el objetivo en Imaginarium es trabajar e investigar para poder brindar todas las opciones de juego posibles a nuestros niños y niñas para, sencillamente, hacerlos felices, con independencia del tipo de juguete que elijan, sin juzgar sus elecciones y ofreciéndoles alternativas sencillas de juego real que los aleje un rato de las pantallas", afirma Natalia Chueca, directora de marketing de Imaginarium.

Pero todavía queda camino por recorrer, ya que el 45,6% de los encuestados afirma haber escuchado recientemente expresiones del tipo "ser un hombre" o "como una chica" y el 42% cree que sus hijos o hijas serían objeto de burla si llevaran al colegio algún elemento que no se correspondiera tradicionalmente con su género.

Cabe destacar que el 24% de los niños y niñas entre 7 y 12 años y el 29% con más de 12 años eligen las pantallas (tablets y móviles) como su opción de juego preferida y este hecho es motivo de preocupación para el 84,9% de los padres y madres participantes en el estudio.

Reparto tradicional de roles en las profesiones y actividades extraescolares

El **I Estudio Imaginarium de Educación y Género** también ahonda en las profesiones que padres y madres creen más acordes para sus hijos e hijas, siendo las más deseadas: medicina (44,2%), ingeniería (26,2%) y enseñanza (21,6%).

Cabe destacar que el 65% de quienes han elegido el deporte profesional, son padres niños, igual que el 61% de los que han optado por la robótica o el 55% que lo ha hecho por la ingeniería. En el caso de los padres y las madres que tienen hijas a su cargo, consideran que la danza (65%), el diseño (59%) y la enseñanza (58%) son aspiraciones profesionales más adecuadas para ellas. Observamos de este modo un sesgo hacia la orientación de las profesiones asociadas tradicionalmente a niños (deportivas y técnicas) y niñas (artes y cuidados).

Esta identificación con profesiones realizadas tradicionalmente por uno de los dos sexos también se observa en las actividades extraescolares elegidas por niños y niñas. Aunque parece que los padres dejan libertad para su elección, ya que el 58% de los encuestados reconoce que han sido los niños y niñas quienes han decidido a qué quieren dedicar el tiempo después de clase.

En este aspecto se observa que los niños optan por practicar de forma mayoritaria los deportes de equipo como el fútbol (89%), hockey (65%) o baloncesto (61%). Por su

parte las niñas son mayoría en gimnasia rítmica (96%) o en patinaje (76%) y, de forma paritaria practican natación con porcentajes del 50,6% en el caso de los niños y del 49,4%, en el de las niñas.

También es significativo que el 87% de las niñas que juegan al fútbol han elegido esta actividad extraescolar por iniciativa propia, sin mediación de sus padres o madres, lo cual indica que los niños y niñas de hoy ya han dado un paso hacia la igualdad de género.

Sobre el estudio

El I Estudio sobre la Educación y Género, elaborado por Imaginarium y la consultora de comunicación Best Relations, tiene como objetivo hacer una radiografía de los patrones de educación en materia de género, mostrando así si los padres y las madres del siglo XXI apuestan por una educación sin género, así como la manera en que lo hacen patente y cómo se lo trasladan a su hijos e hijas.

Acerca de Imaginarium

Imaginarium es la empresa dedicada al juego y diversión de los niños con un gran número de tiendas a nivel mundial. Nacida en Zaragoza en 1992, la compañía cuenta con cerca de 400 tiendas en otros formatos en 26 países de todo el mundo. Imaginarium reúne una amplia colección de productos multisensoriales que despiertan la imaginación de los niños y ponen en marcha todos los sentidos para que sientan, rían, se expresen, exploren, se sorprendan, se superen a sí mismos y se levanten del sofá para experimentar una diversión real.

Sobre Best Relations

Best Relations es una consultora de comunicación y transformación digital enfocada a la reputación y objetivos de negocio. Fundada en 1998, la compañía desarrolla servicios de comunicación (relación con medios, gestión de influencers, eventos y gestión de crisis), diseño (diseño gráfico, blogs, programación web y edición de vídeo), digital (community management, campañas creativas y publicidad social, análisis y monitoring) y contenidos (edición, storytelling y distribución multiplataforma). www.bestrelations.com ; www.mediosociales.es

PARA MÁS INFORMACIÓN:

VÍDEOS: Imaginarium Channel

ENLACES: www.imaginarium.es

SÍGUENOS EN: www.lapuertapequena.com

