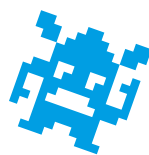
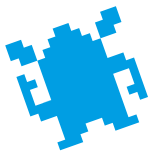


VEINTICINCO



Junta de Andalucía





V
E
I
N
T
H
C
H
N
C
O

/25

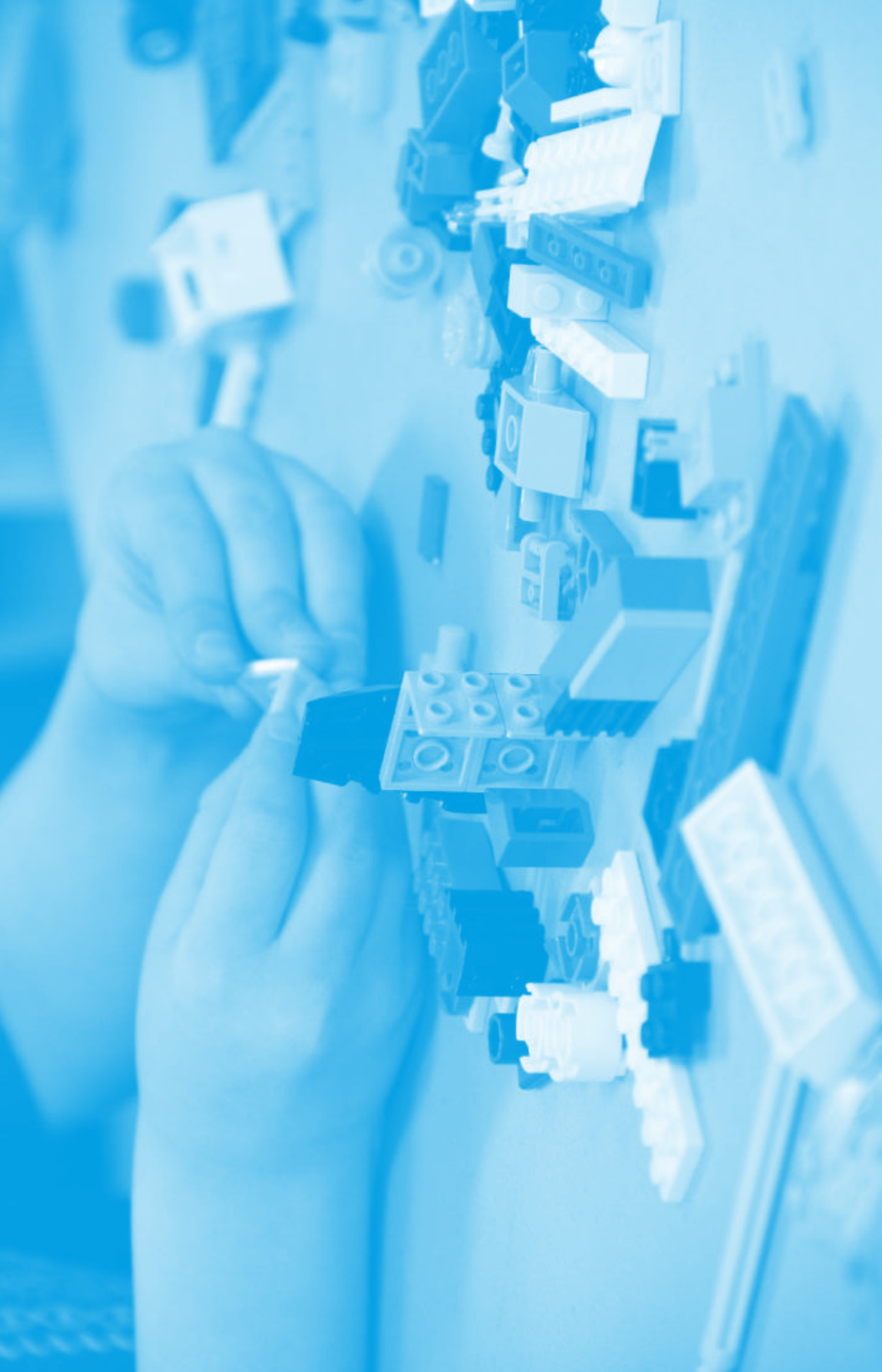
Mil novecientos
noventa y cinco-
Dos mil veinte
/Veinticinco
Años
de Juegos
y Juguetes
no ~~Sexistas~~,
no ~~Violentos~~



Junta de Andalucía

Consejería de Igualdad, Políticas Sociales
y Conciliación

INSTITUTO ANDALUZ DE LA MUJER





→ Hace ya veinticinco años que comenzó una de las Campañas de sensibilización más antigua del Instituto Andaluz de la Mujer, se trata de la *Campaña del Juego y el Juguete no Sexista, no Violento*, que surgió a partir de la realización de actividades, promovidas desde los Centros de la Mujer, dirigidas a sensibilizar a la población en general sobre la necesidad de eliminar el contenido sexista y violento de muchos juegos y juguetes y de desarrollar una actitud crítica sobre el consumismo y la publicidad que se genera en torno a ellos en las fechas navideñas. Así el Instituto Andaluz de la Mujer ha continuado realizando anualmente esta Campaña, que gira cada año en torno a un lema diferente, dirigiéndose mediante la edición de materiales y diversas actuaciones, tanto al público en general, como al ámbito educativo más directamente.

«La violencia no es un juego», «La publicidad también juega», «Olvídate de las etiquetas»... son algunos de los lemas que han guiado estas Campañas a lo largo de 25 años, cuyos objetivos en común se recogen en el lema de este aniversario: «Cambiar el juego, cambiar el mundo».

En estas navidades de 2020, la Consejería de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación, quiere conmemorar con este libro,

los 25 años de Campañas de juegos y juguetes no sexistas y no violentos, y poner en valor los materiales didácticos de coeducación sobre esta temática editados por el Instituto Andaluz de la Mujer desde sus comienzos hasta la actualidad, agradeciendo el esfuerzo y el compromiso de todas las personas, entidades, centros educativos, etc. que han hecho posible este gran legado.

Espero que esta especial publicación recopilatoria de todas las Campañas, junto con la muestra de los materiales y recursos que se han editado para su celebración cada año, resulte de gran utilidad a todas las personas que en su día a día luchan por conseguir una sociedad más justa e igualitaria, libre de sexismo, promoviéndola desde la infancia, y que son las que nos impulsan a continuar trabajando y aunando esfuerzos en el camino hacia la igualdad real.

D.^a Rocío Ruiz Domínguez

/Consejera de Igualdad,
Políticas Sociales y Conciliación/
Junta de Andalucía

25



2020/

→/Cambiar el juego, cambiar el mundo/

P→16



2017/

→/En la infancia comienza el juego/

P→22

2019/

→/Olvidate de las etiquetas/

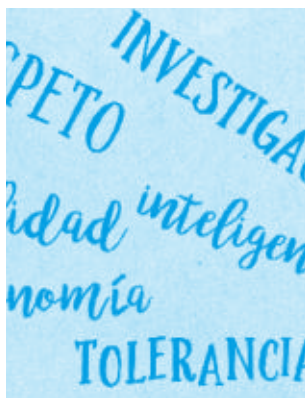
P→18



2016/

→/Los juguetes crean personas/

P→24



2015/

→/¡Me lo pido!/

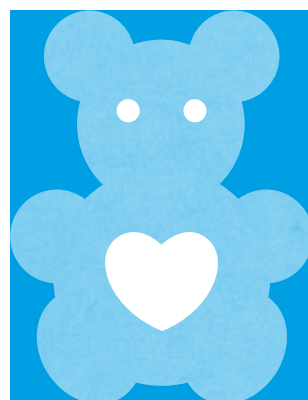
P→26



2018/

→/Recopilación de materiales didácticos/

P→20



2014/

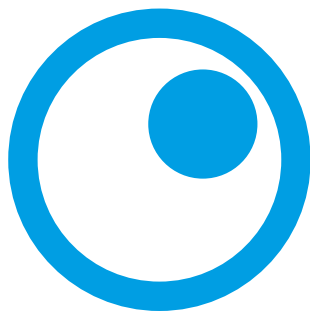
→/Recomendaciones para la eliminación de estereotipos de género en la publicidad de juguetes/

P→30

2013/

→/Guía didáctica
del Observatorio
Andaluz de
la Publicidad
no Sexista/

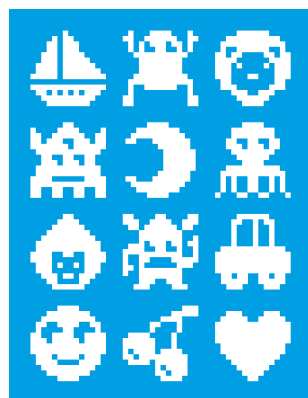
P→32



2011/

→/Jugar
sin violencia,
garantía
de futuro/

P→36



2012/

→/La violencia
no es
un juego/

P→34



2009/

→/Diez ideas
para dos mil
diez/

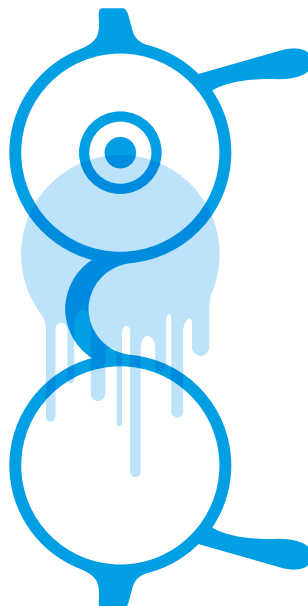
P→42



2008/

→/La publicidad
también juega/

P→44



2010/

→/Quince años
de Juegos
y Juguetes
no Sexistas,
no Violentos/

P→40



2007/

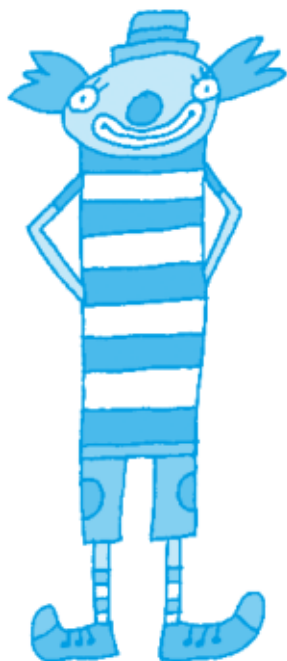
→/Nuevas
formas
de jugar/

P→46

2004/

→/Rechaza
la publicidad
sexista/

P→54



2006/

→/Vivir
los cuentos/

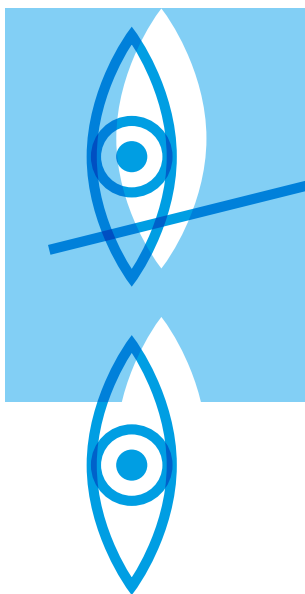
P→50



2003/

→/Mira
la publicidad
con otros
ojos/

P→56



2005/

→/Videojuegos
¿A qué juegas?/

P→52

Veinticinco.



2002/

→/Jugar
sin violencia/

P→60



2001/

→/A jugar...
que de todo
aprenderás/

P→62



1998/

→/Un mundo de
sueños/

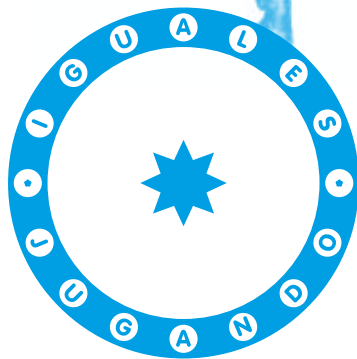
P→70



1997/

→/Llegan
al corazón/

P→72



1995/

→/Iguales jugando/

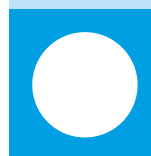
P→76



1999/

→/Imagina.../

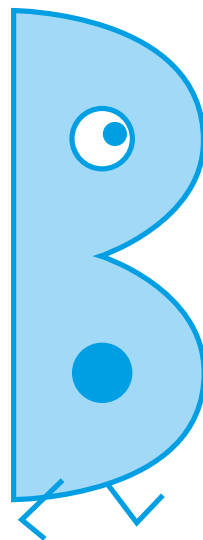
P→66



1996/

→/Los
juguetes enseñan
a vivir/

P→74



M9-95

2M-20

25 años Campaña
del Juego y el Juguete
no Sexista, no Violento



2M-20

año dos mil veinte— lema→ /Cambiar el juego, cambiar el mundo/



En 2020, el Instituto Andaluz de la Mujer celebra los 25 años de la *Campaña del Juego y el Juguete no Sexista, no Violento*, que se inicia en 1995 bajo el lema «Iguales Jugando».

Desde el IAM se pretende alertar una conciencia crítica en fechas tan señaladas para el consumo y donde los juguetes están llamados a ser los grandes protagonistas de los anuncios publicitarios, ofrecidos a la infancia divididos por secciones que limitan la libre elección, cosa que no resulta divertido a las niñas y los niños que no se van a conformar sólo con una mitad del catálogo de juguetes.

Y es que ciertamente, los juguetes siguen estando claramente divididos por sexos en los catálogos. Ya no hay secciones que digan «para niños» o «para niñas» porque en realidad no hace falta. Los colores siguen llevando a cabo esta división binaria

aunque sea de manera implícita.

Y no sólo en los colores, sino que este binarismo se refleja además en una diferencia de gustos, aficiones, roles, profesiones, etc.

También se hace un llamamiento explícito al papel de las familias, en este objetivo de romper con los estereotipos sexistas en los juegos y juguetes, e incluso a la industria juguetera y publicitaria, mediante una invitación a participar con buenas prácticas que contribuyan también a construir un mundo que no divida ni limite las capacidades y posibilidades de niñas y niños.

Esta Campaña consta de un *spot* de sensibilización sobre el sexismo en los juguetes realizado en animación 3D, un cartel, imágenes para las redes sociales y un decálogo de consejos para la adecuada elección de juegos y juguetes.

Recursos 2020 ▾



—Cartel



—Decálogo



—Video



—RRSS

2M-19



año dos mil diecinueve— lema→ /Olvídate de las etiquetas/

La implantación de las TIC en los hogares, centros educativos, recreativos..., etc, unida a la oferta masiva de juegos tecnológicos por parte de esta industria, convierten a los videojuegos y otros juguetes tecnológicos en el centro del entretenimiento de niñas y especialmente niños, así como adolescentes, sobre todo en las fechas navideñas en las que se dispara su consumo.

Por este motivo, el Instituto Andaluz de la Mujer pretende despertar una conciencia crítica en fechas tan señaladas para el consumo y donde los videojuegos están llamados a ser los grandes protagonistas. Conscientes de la fuerza y el valor que adquieren los modelos para la infancia y para la adolescencia, es preciso llamar la atención de niñas y niños, adolescentes, familiares, profesorado y de la sociedad en general sobre los patrones conductuales que transmiten los juegos tecnológicos, con especial incidencia en los videojuegos, en cuanto al sexismo y la violencia.

La Campaña consta de un video coeducativo para la formación y sensibilización sobre el sexismo y la violencia en los videojuegos, junto con otros elementos como un cartel, diferentes imágenes para las redes sociales y un decálogo sobre la elección de videojuegos.

Recursos 2019 ▾



-Cartel



-Decálogo

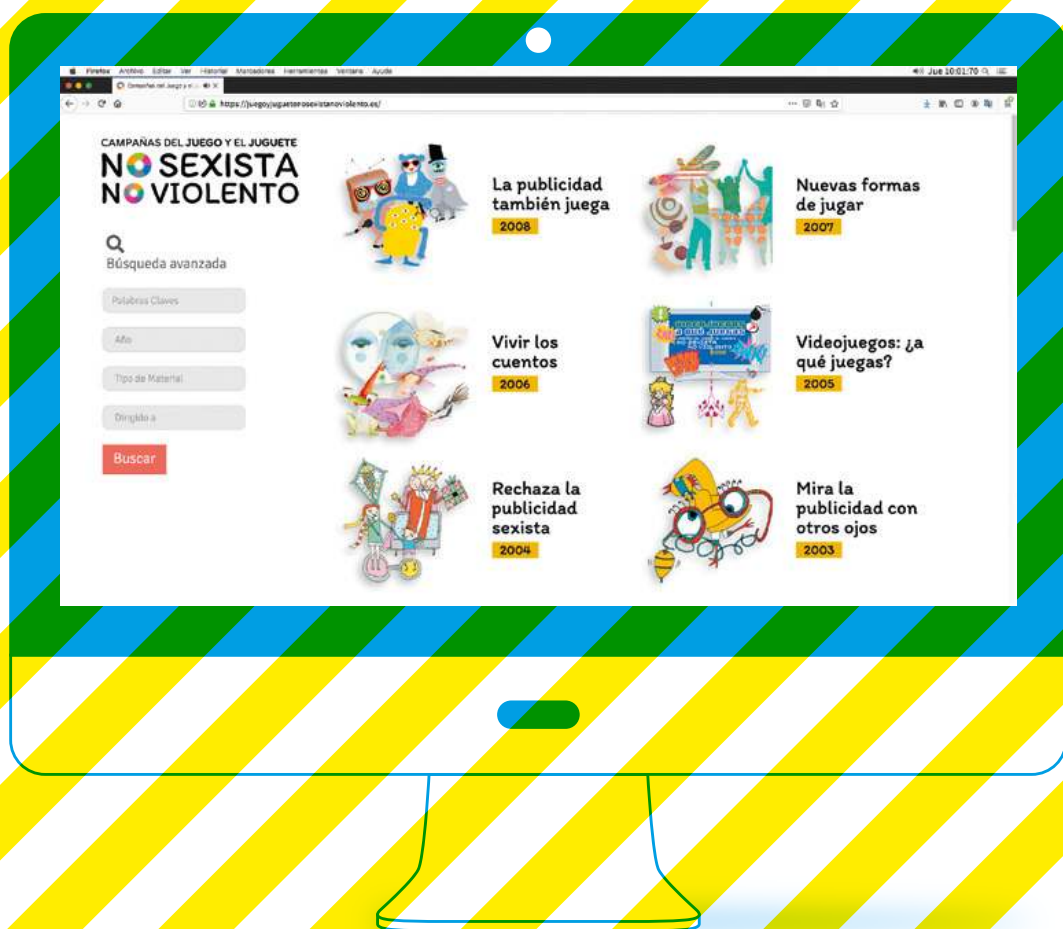


-Video



-RRSS





2M-18

año dos mil dieciocho— →/Recopilación de materiales didácticos/

<https://juegoyjuguetenosexistanoviolento.es>

Para este año 2018, el Instituto Andaluz de la Mujer elabora esta práctica herramienta consistente en el diseño y producción de una página web y un vídeo en *motiongraphics* para la recopilación y puesta en valor de los materiales didácticos de Coeducación sobre juegos y juguetes no sexistas y no violentos editados por este organismo desde sus comienzos hasta la actualidad, para

facilitar de forma atractiva y fácil al profesorado y personas coeducadoras la búsqueda y utilización de dichos materiales.

En definitiva, con este sitio web, juegoyjuguetenosexistanoviolento.es, se pretende crear un repositorio donde poder consultar directamente los materiales creados desde hace casi 25 años.

Recursos 2018 ▾



—Cartel



—Decálogo



—Página web



—Vídeo



—RRSS



2M-17

año dos mil diecisiete— lema→ /En la infancia comienza el juego/

«En la infancia comienza el juego» pone el acento en la importancia de la elección de los juguetes por parte de las familias para ayudar a los menores a ser lo que quieran ser.

Los juguetes son los medios a través de los cuales las niñas y los niños aprenden a relacionarse, a sociabilizarse, a adoptar normas y roles de conducta y a desarrollar sus gustos, construyendo así las personas que serán en un futuro. Por ello, es necesario elegir juguetes que ayuden a promover la capacidad personal de cada menor, sin distinción de género, así como juegos para cooperar y compartir espacios, especialmente los domésticos en el caso de los niños.

La Campaña consta de un spot de televisión emitido en horario infantil para contrarrestar el «bombardeo publicitario», complementado con una cuña en radio y la difusión en redes sociales y en los canales de la Consejería de Educación, así como del Decálogo del Juego y el Juguete no Sexista, no Violento, que será utilizado en las aulas como material didáctico.

Recursos 2017 ▾



—Cartel



—Decálogo



—Anuncio



—Cuña de radio



—RRSS



Elegir bien los juguetes
les ayuda a ser
lo que quieran ser

EN LA INFANCIA COMIENZA EL JUEGO

Campaña del Juego y del Juguete
No Sexista, No Violento



Instituto Andaluz de la Mujer
CONSEJERÍA DE IGUALDAD Y POLÍTICAS SOCIALES

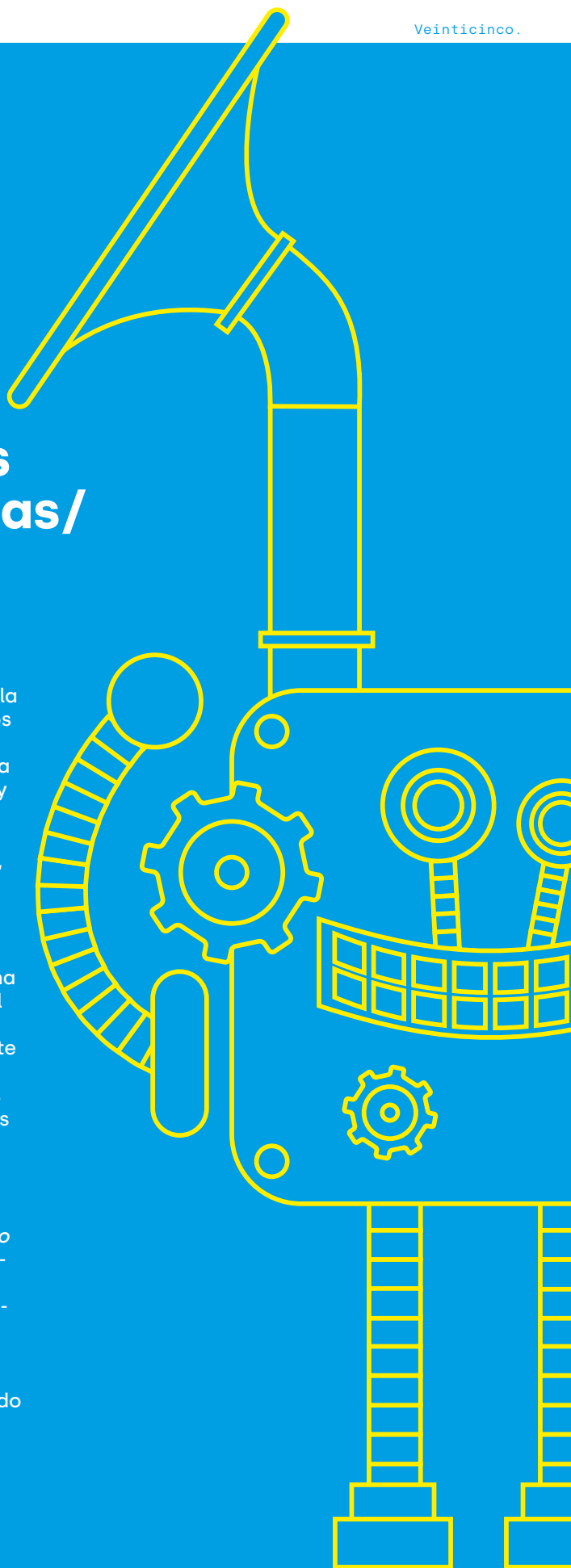
2M-16

año dos mil dieciséis— lema→ /Los juguetes crean personas/

Bajo el lema «Los juguetes crean personas», la Campaña desarrolla la idea de que los juguetes son medios a través de los cuales las niñas y los niños aprenden a relacionarse, a sociabilizarse y a adoptar normas y roles de conducta.

Dirigida a la ciudadanía en general, pensada para fomentar la compra responsable de juguetes y juegos igualitarios, y especialmente a la comunidad educativa, para que trabajen en las aulas en generar una conciencia igualitaria crítica con el machismo, parte de la imagen de una divertida máquina que convierte los valores (respeto, sensibilidad, habilidad...) en juguetes, ya que los «valores-juguetes» construyen a las personas.

Como principales acciones, la campaña desarrolla la difusión del *Decálogo del Juego y el Juguete no Sexista, no Violento* en redes sociales, en plataformas especializadas y en los canales educativos. Asimismo, en colaboración con la Consejería de Educación, se utiliza dicho decálogo como material didáctico en los centros educativos, realizando actividades en torno al mismo.





Recursos
2016 ▾



—Cartel



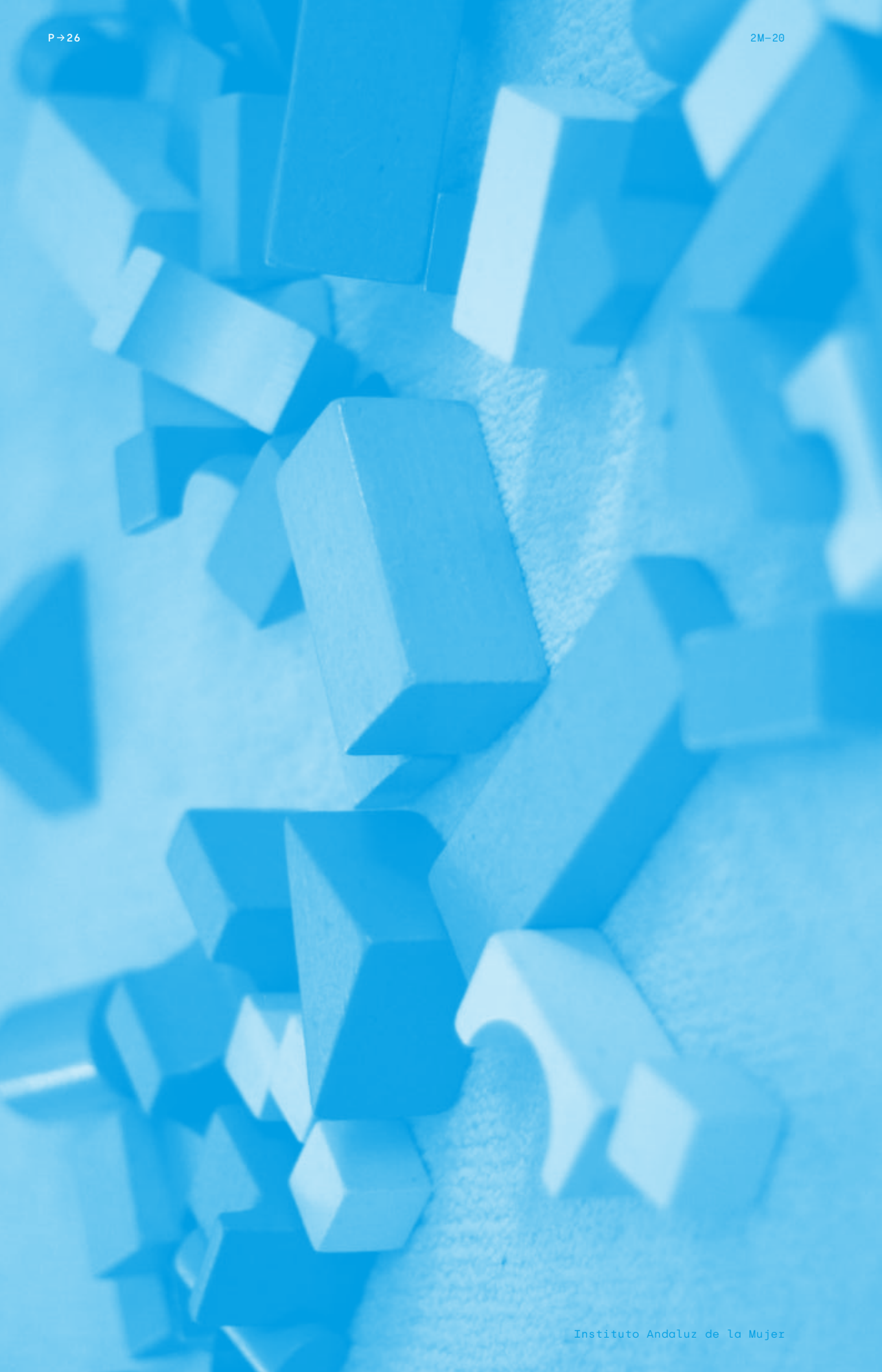
—Decálogo



—Unidad didáctica



—RRSS

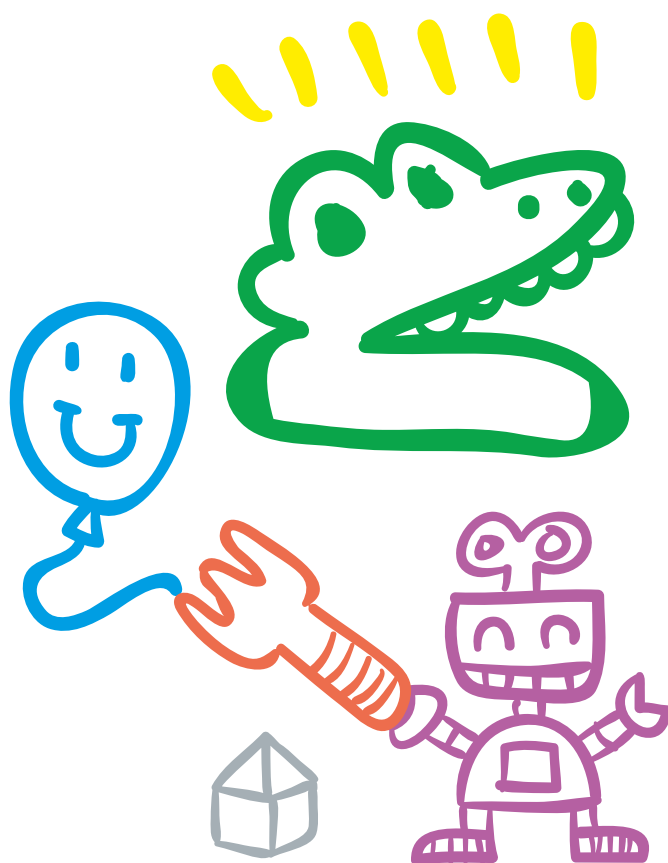


2M-15

año dos mil quince— lema→ /¡Me lo pido!/ /

Esta Campaña comienza en diciembre de 2015 y se desarrolló durante el resto del curso 2015-16. Dirigida a la comunidad educativa y a la ciudadanía en general, tiene como objetivo concienciar de la importancia de la transmisión de valores igualitarios desde la infancia y, en especial, a través del juego y los juguetes.

Mediante recursos, elementos y lenguajes adaptados a los diferentes grupos de población, se lanza una unidad didáctica con actividades basadas en el *Decálogo del Juego y Juguete no Sexista, no Violento* y una serie de recomendaciones para su uso.



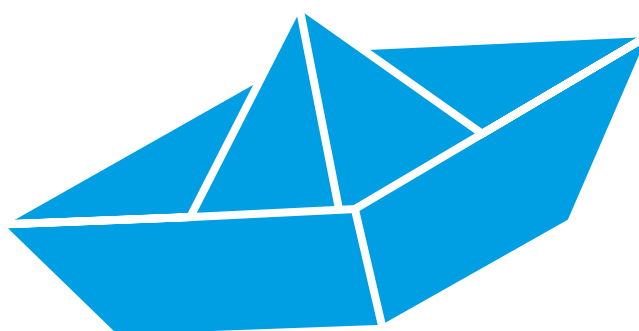
Recursos
2015 ▾



—Decálogo



—Unidad didáctica





2M-14

año dos mil catorce— →/Recomendaciones para la eliminación de estereotipos de género en la publicidad de juguetes/

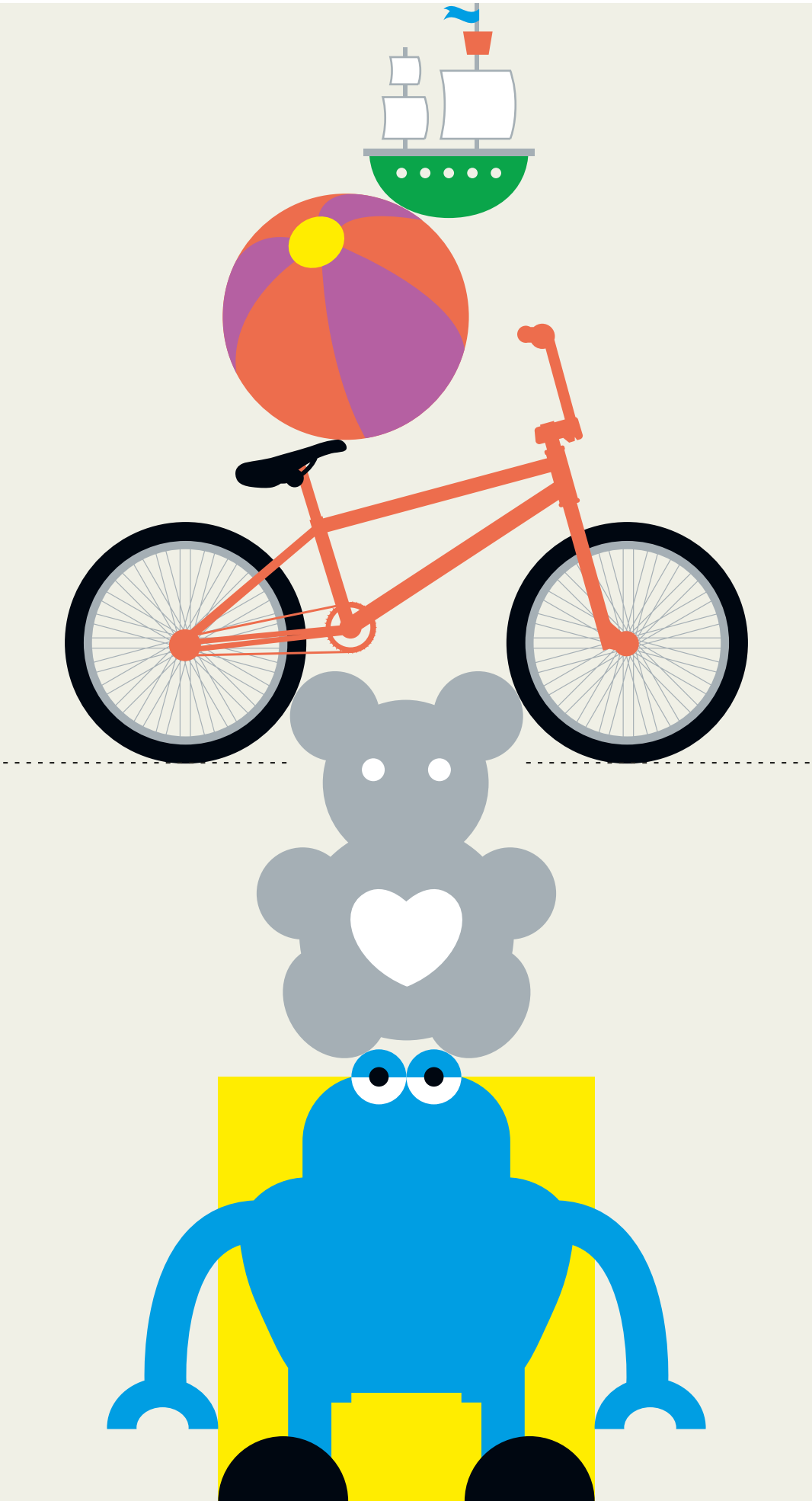
El Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) y el Instituto Andaluz de la Mujer (IAM) elaboraron en 2014 unas recomendaciones para eliminar los estereotipos sexistas que inundan la publicidad de juguetes. Estas recomendaciones se dirigen a las televisiones públicas y privadas, a los publicistas, a los anunciantes y a los fabricantes de juguetes con el fin de cumplir con las normas y los códigos de buenas prácticas aconsejadas para fomentar la presentación de una imagen igualitaria de niños y niñas.

Recursos
2014 ▾



—Díptico





2M-13

**año dos mil trece—
→/Guía didáctica del
Observatorio Andaluz
de la Publicidad no Sexista/**





Esta guía didáctica pretende ayudar a la reflexión y la elección de los juguetes idóneos y personalizados, teniendo en cuenta el principio de igualdad, tal y como señala la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, de *Promoción de la Igualdad de Género en Andalucía*, para garantizar que niños y niñas adquieran la formación adecuada para fomentar su autonomía personal y los conocimientos y habilidades y compartir responsabilidades domésticas, familiares y de cuidado.

Los juegos y juguetes pueden contribuir a la modificación de conductas, actitudes y valores y, en este sentido, es destacable la labor educativa que las personas adultas pueden realizar si se analiza e interviene adecuadamente en la elección de los juegos y juguetes.

Argumentar y estar a favor de los juegos no sexistas no es imponer, forzar o prohibir a los niños jugar con mecanos, coches o motos y las niñas con cocinas o muñecas, todo lo contrario, es anular prohibiciones; permitir que niñas y niños jueguen indistintamente del sexo que tengan. Se defiende que a partir de las diferencias personales cada niño, cada niña, pueda desarrollar sus capacidades y aptitudes al máximo, al margen de estereotipos impuestos. Se propone, de este modo, romper limitaciones artificiales y abrir a inventar, crear o rescatar formas de juego no sexista.

Recursos
2013 ▼



—Unidad didáctica

2M-12

año dos mil doce— lema→ /La violencia no es un juego/

Con «La violencia no es un juego» arranca la primera *Campaña del Juego y el Juguete no Sexista, no Violento* que utiliza las redes sociales como canal principal de difusión.

Se trata de una Campaña de continuidad, basada en los mismos recursos gráficos del año 2011. Tiene como objetivo sensibilizar a la población sobre la necesidad de eliminar el contenido sexista y violento de muchos juegos y juguetes, poniendo de acento en esta ocasión en el fomento de juegos pacíficos y constructivos, especialmente en relación a los juguetes tecnológicos.

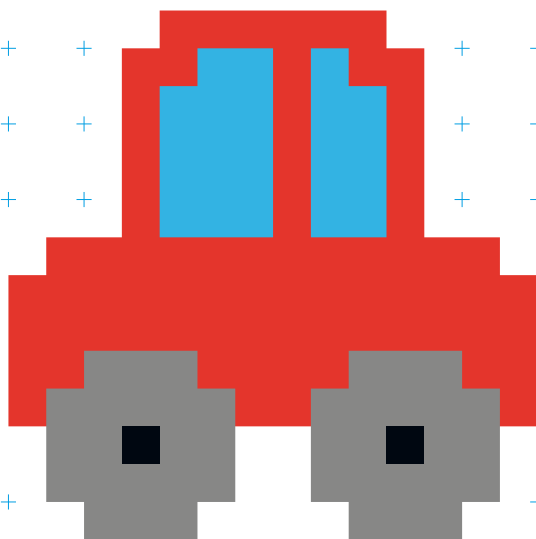
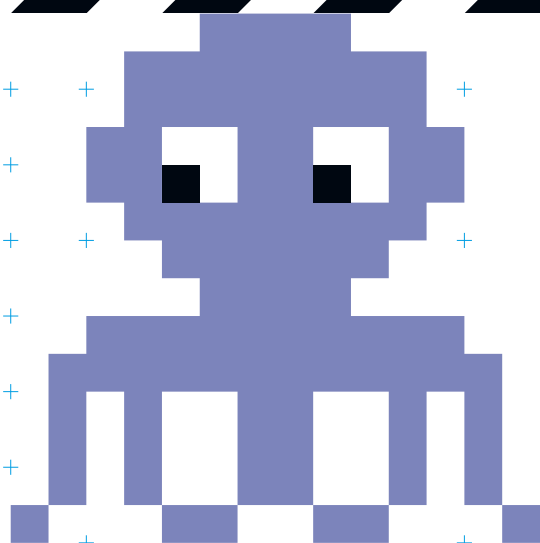
Recursos
2012 ▾

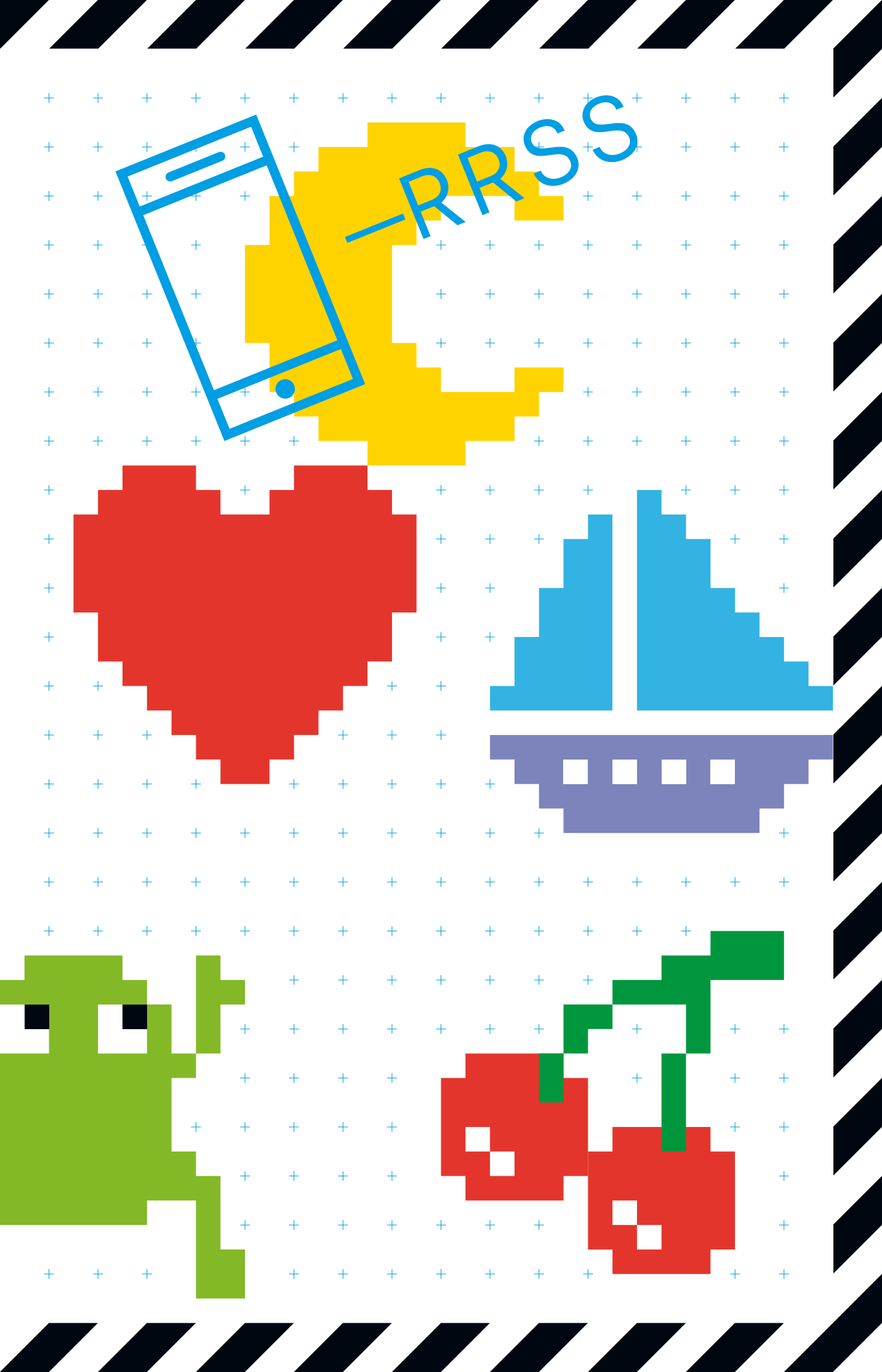


—Video



—RRSS





2M-11

año dos mil once—
lema→
/Jugar sin violencia,
garantía de futuro/



Bajo el lema «Jugar sin violencia, garantía de futuro», con una gráfica que hace referencia al clásico *Pac-Man*, se pretende sensibilizar a la población sobre la necesidad de eliminar el contenido sexista y violento de muchos juegos y juguetes, poniendo el acento en esta ocasión en el fomento de juegos pacíficos y constructivos, especialmente en relación a los juguetes tecnológicos.

Se distribuyeron carteles, calendarios de mesa y marcapáginas a los centros educativos, centros del profesorado y otras instituciones de la comunidad anzuza.

Recursos 2011 ▾



—Cartel



—Calendario



—Marcapáginas



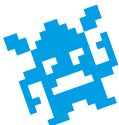
JUGAR SIN VIOLENCIA

GARANTÍA DE FUTURO

CAMPAÑA 2011 DEL JUEGO Y EL JUGUETE NO SEXISTA, NO VIOLENTO



Instituto Andaluz de la Mujer
CONSEJERÍA PARA LA IGUALDAD Y BIENESTAR SOCIAL









2M-10

año dos mil diez— →/Quince años de Juegos y Juguetes no Sexistas, no Violentos/

Una edición de materiales encaminada a proporcionar recursos didácticos y ofreciendo una recopilación digitalizada en CD de los materiales publicados durante 15 años, desde 1995 hasta 2010, unida a una guía que recoge la descripción de cada una de las Campañas que con tan buena acogida cuentan.





Recursos
2010 ▾



-Cartel



-Folleto



-CD



-Calendario



-Marcapáginas



Instituto Andaluz de la Mujer
CONSEJERÍA PARA LA IGUALDAD Y BIENESTAR SOCIAL

→ 20 Años
Instituto Andaluz
de la Mujer

2M-09

año dos mil nueve— lema→ /Diez ideas para dos mil diez/

Observatorio
de la Publicidad
no Sexista



La edición de 2009 de la *Campaña del Juego y el Juguete no Sexista, no Violento* lleva por título «Diez ideas para 2010», y, esta vez, se hace conjuntamente desde el Área de Coeducación, del Gabinete de Estudios y Programas, y el Observatorio Andaluz de la Publicidad no Sexista del Instituto Andaluz de la Mujer.

Continuamos con los objetivos marcados en la Campaña 2008 «La Publicidad también juega» sobre la publicidad de juegos y juguetes, con la finalidad de establecer y compartir un clima de concienciación social, sobre la Publicidad y la elección de juegos y juguetes que no limite las posibilidades de desarrollo en igualdad de niñas, niños y jóvenes.

Por todo ello, en esta ocasión, como novedad, se trabaja utilizando la página web del Observatorio de la Publicidad no Sexista y se editan y distribuyen un *Decálogo para elegir juegos y juguetes no sexistas, no violentos* y un CD interactivo que recoge el decálogo y que cuenta con la ventaja de que se incorpora en cada uno de los puntos del mismo, una selección de recursos textuales y audiovisuales que se ofrecen como herramientas útiles para trabajar en el aula y en las familias con niñas, niños y adolescentes.

Además de estos recursos se han distribuido otros materiales con ilustraciones y textos del decálogo adaptados a niñas y niños de menor edad.

Recursos
2009 ▾



—Cartel



—Decálogo



—CD



—Calendario

2M-08

año dos mil ocho— lema→ /La publicidad también juega/

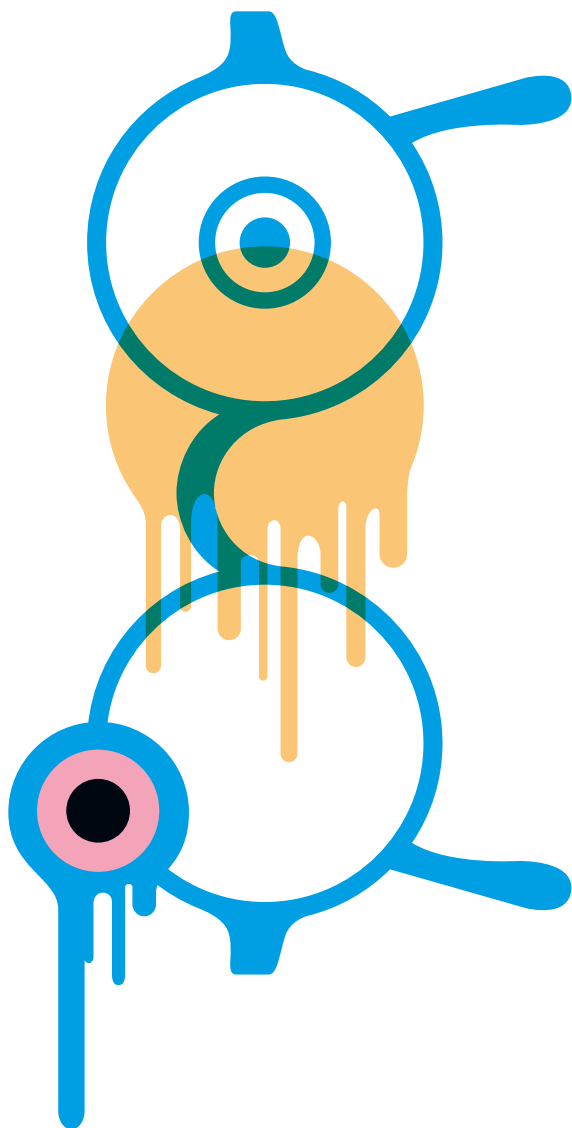
En el año 2008, la *Campaña del Juego y el Juguete no Sexista, no Violento* lleva asociado el lema «La publicidad también juega», dedicándose en esta ocasión al análisis crítico de la publicidad de juegos y juguetes. Los materiales se dirigen al profesorado, a las familias y al alumnado de Educación Infantil, Primaria y Secundaria y se componen de dos cuadernos:

1 → *Guía didáctica*, que trata sobre la importancia de una buena elección de los juguetes y de los juegos para el desarrollo personal de las niñas y niños, el desfase de modelos de la publicidad juguetera, los modelos que se presentan en la publicidad, criterios a seguir al elegir juegos y juguetes, pautas para educar de una forma no sexista, bibliografía y enlaces de interés; y

2 → *Actividades*, con propuestas para trabajar con las familias y otras para trabajar con el alumnado según los diferentes ciclos, además de criterios de evaluación para hacer una reflexión individual y grupal e indicadores para elegir los mejores regalos.

Además, dentro de la campaña también se editaron otros materiales gráficos: carteles, calendarios, cuadernos de notas y marcapáginas.

«Érase una vez un mundo
donde se miraba
la publicidad con gafas
de género...»





Recursos
2008 ▾



—Cartel



—Unidad didáctica



—Cuaderno



—Calendario



—Marcapáginas



Campaña realizada en el marco de la aprobación de la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, de *Promoción de la Igualdad de Género en Andalucía*, y la Ley 13/2007, de 26 de noviembre, de *Medidas de Prevención y Protección Integral contra la Violencia de Género*, que ponen de manifiesto la importancia de la concienciación, de la educación y de la prevención como instrumentos para consolidar ese nuevo modelo social sustentado en unas relaciones entre mujeres y hombres de corresponsabilidad, de respeto y de colaboración en igualdad.

La Campaña titulada «Nuevas formas de Jugar» consistió en la edición de la «Guía para transformar los juegos tradicionales»

que propone la revisión, desde un enfoque de género, de los juegos tradicionales destacando sus valores positivos y mostrando otras formas de jugar que genere hábitos participativos en igualdad.

Se trata de contribuir al enriquecimiento de las capacidades y habilidades del alumnado, de forma que, los chicos y chicas se diviertan desarrollando actitudes y comportamientos de cooperación, amistad, respeto a las diferencias, relaciones de igualdad, etc.

Además de esta guía, se elaboraron y distribuyeron entre la comunidad educativa, calendarios, carteles y marcapáginas.

2M-07

año dos mil siete—
lema→
/Nuevas formas
de jugar/

nuevas
**FORMAS
DE JUGAR**

*campana del juego
y el juguete
no sexista,
no violento*

07

Instituto Andaluz de la Mujer
CONSEJERÍA PARA LA IGUALDAD Y BIENESTAR SOCIAL

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30

JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

2008

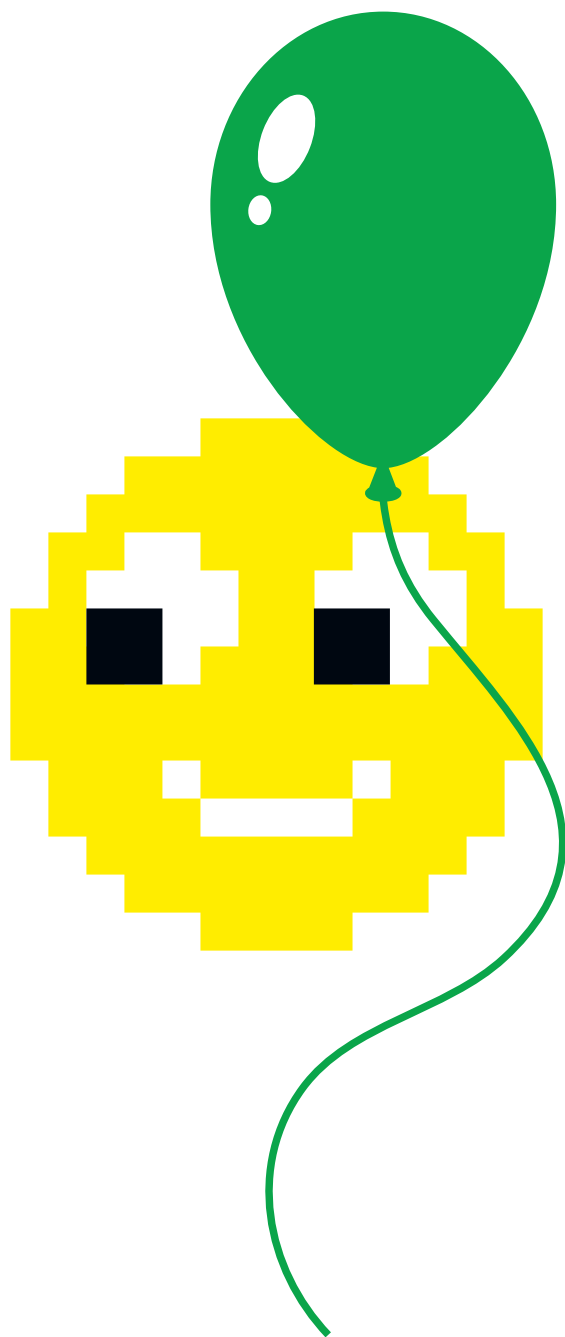
- Recursos
2007 →
- Cartel

—Unidad didáctica

—Calendario

—Marcapáginas





año dos mil seis—
lema→
/Vivir los cuentos/

2M-06



Recursos
↓ 2006 ↓



—Cartel



—Unidad didáctica



—Calendario



—Marcapáginas



En 2006, dentro de la Campaña «Vivir los cuentos» se editó una guía para la detección de los cuentos sexistas: *Guía para contar los cuentos*.

A partir del análisis de cuentos clásicos, la guía ofrece una herramienta útil para aprender a detectar y a eliminar el sesgo sexista y los elementos violentos de los cuentos que se narran a niñas y niños.

El contenido se justifica porque el cuento es un recurso, es un vehículo educativo muy potente que inculca a la infancia los valores dominantes y socializa a los niños y las niñas.

El profesorado y las familias son conscientes del saber y de las experiencias que ofrece el cuento, pero no siempre es consciente de su poder socializador, puede contribuir a mantener el poder establecido. Es por lo que esta guía ofrece herramientas para que la transmisión de saberes y de modelos no se haga desde la desigualdad ni desde la discriminación.

Además de la guía se editaron calendarios, carteles y marcapáginas.

2M-05



-Cartel



- Unidad didáctica



—CD

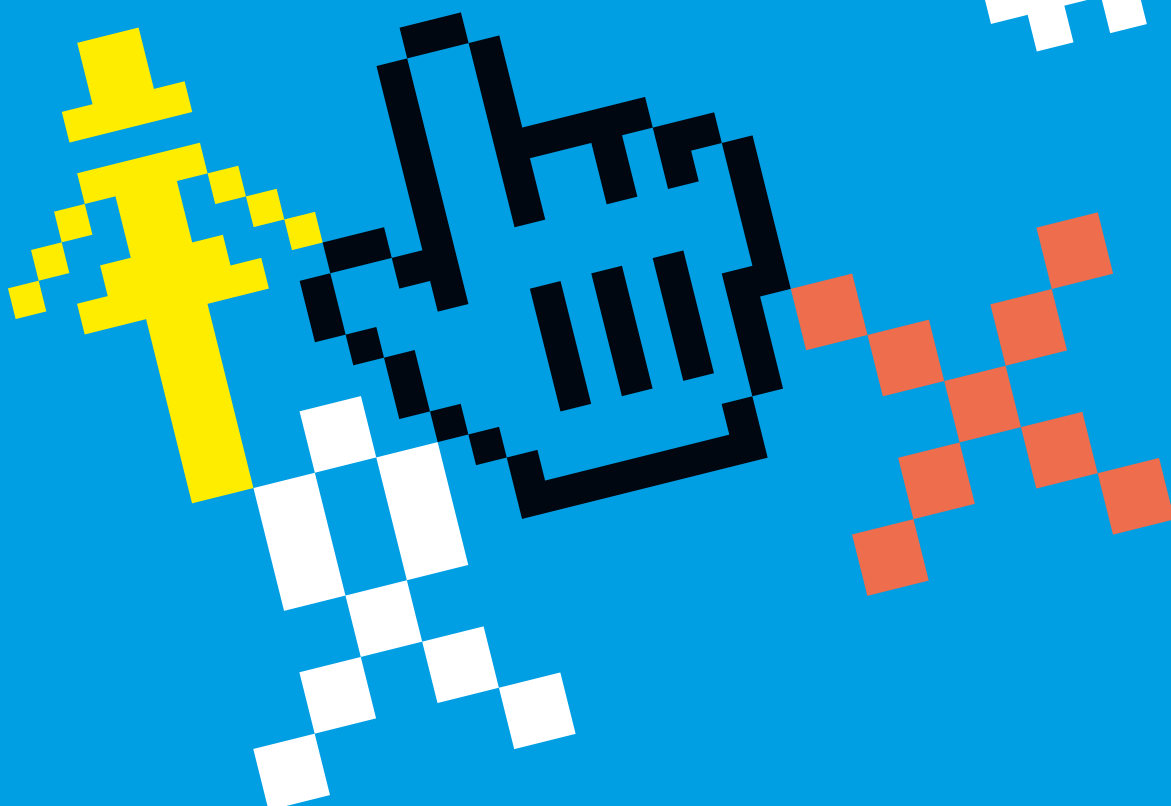
año dos mil cinco— lema→ /Videojuegos ¿A qué juegas? /

En el año 2005, el Instituto Andaluz de la Mujer reeditó la *Guía didáctica para el análisis de los videojuegos*.

La finalidad de este material didáctico es ofrecer una serie de actividades para aprender a mirar, comprender, analizar, interpretar, valorar y, finalmente, transformar los videojuegos. Estas actividades pueden ser incorporadas al currículo del aula en las diferentes áreas, tanto en Primaria como en Secundaria.

Pretende alentar una conciencia crítica prestando atención al contenido sexista de gran número de videojuegos que resultan de fácil acceso para menores y adolescentes, en fechas tan señaladas para el consumo y donde los videojuegos están llamados a ser los grandes protagonistas.

Además de los ejemplares de la *Guía didáctica para el análisis de los videojuegos*, se han editaron unos CDs con el contenido de la guía para facilitar la impresión rápida de las actividades que se necesiten aplicar en las aulas y carteles con calendario alusivos al lema de la Campaña.



2M-04

año dos mil
cuatro—
lema→
/Rechaza
la publicidad
sexista/



Material de Coeducación editado, en torno a la *Campaña del Juego y el Juguete no Sexista, no Violento*, en colaboración entre el Instituto Andaluz de la Mujer y la Consejería de Educación y Ciencia, bajo el lema «Rechaza la publicidad sexista».

Los materiales se componen de dos cuadernillos: uno de ellos recoge la descripción del Proyecto del CEIP «Santa Teresa», de Fuentes de Andalucía (Sevilla), seleccionado como la mejor experiencia en la *Campaña del Juego y el Juguete no sexista, no violento* del año 2003, con sus objetivos, actividades (de sensibilización,

formación y acción) y valoración final. El segundo es una publicación titulada *Una brújula para padres y madres*, dirigido a las familias, que pretende dar una información útil sobre la importancia del juego y el juguete para llevar a reflexionar y crear una conciencia crítica sobre la publicidad y el consumismo. Ofrece consejos para elegir juguetes, juegos tradicionales, etc.

Además de estas publicaciones, se editaron carteles y adhesivos alusivos a la campaña con el horario escolar y un calendario del curso para el alumnado.

Recursos
2004 ▾

-Cartel



–Folletto



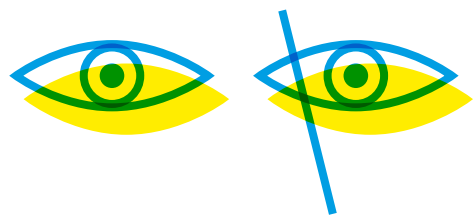
- Calendario



) -Adhesivo



año dos mil tres— lema→ /Mira la publicidad con otros ojos/



Carpeta que contiene veintisiete experiencias didácticas realizadas en el año 2001 en Colegios de Educación Infantil y Primaria de las ocho provincias andaluzas, seleccionadas por comisiones provinciales, entre las que se encuentran los cuatro trabajos premiados. Los colegios autores de los trabajos y otros respondieron de esta forma a una invitación que se les hizo para participar en un concurso de experiencias de aula y de centro relacionadas con el juego y el juguete no sexista, no violento, para lo que contaron con las actividades que contenía el libro *A jugar... que de todo aprenderás*, unidad didáctica con abundante material educativo distribuida en la Campaña de 2001.

Las diferentes fichas contienen una pequeña memoria descriptiva de la experiencia consistente en una presentación de la misma, sus objetivos, actividades y evaluación.

Acompañando a este material se editaron carteles y calendarios de bolsillo.

Recursos 2003 ▾



—Cartel



—Carpeta

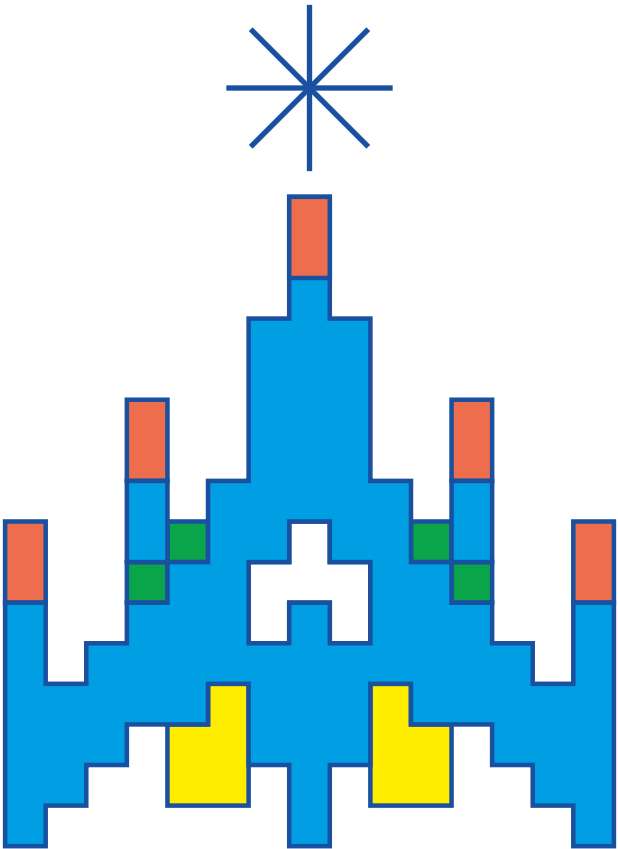


—Fichas



—Calendario





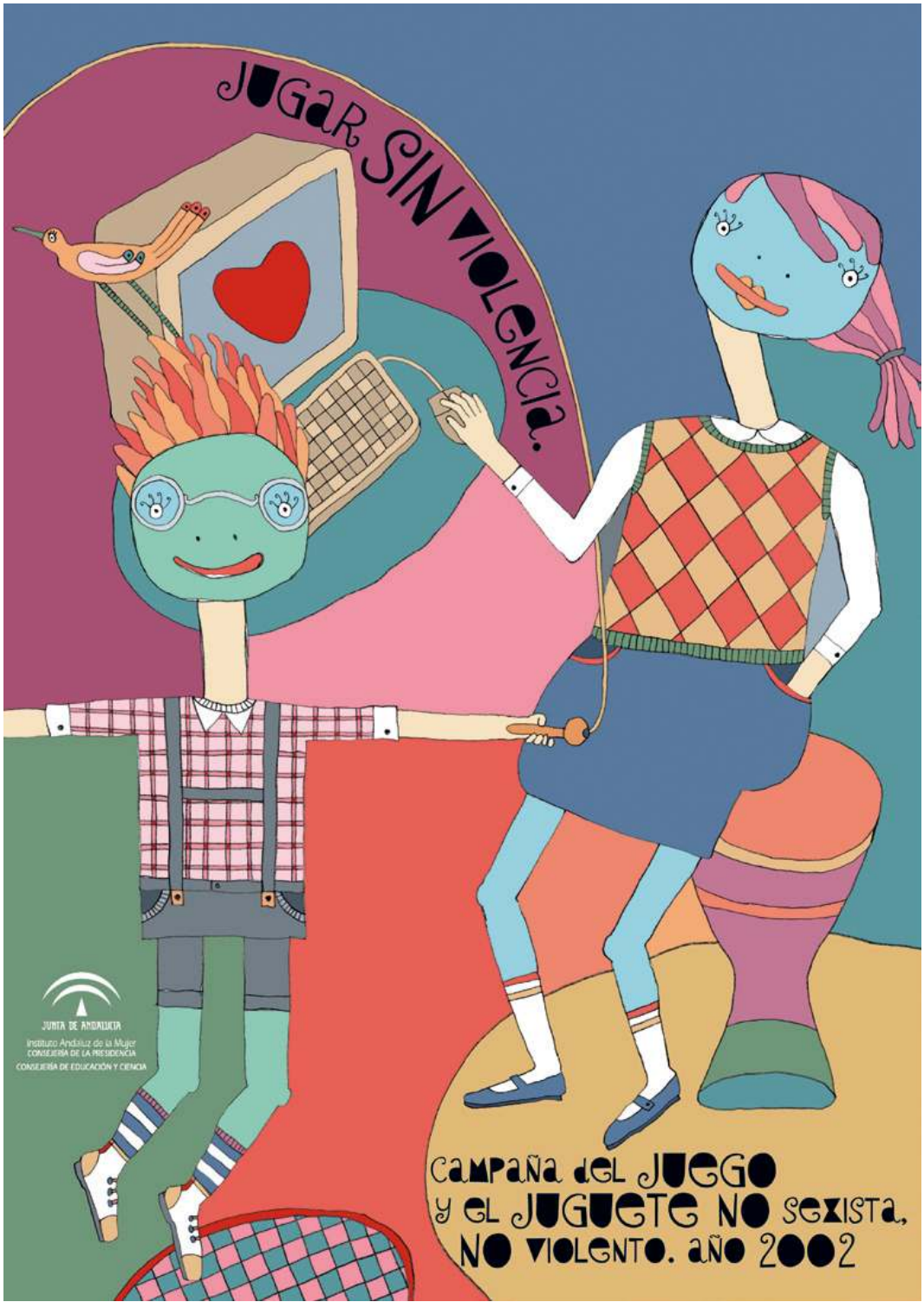


2M-02

año dos mil dos—
lema→
/Jugar sin violencia/



Con el lema «Jugar sin violencia» se editaron y distribuyeron materiales divulgativos (carteles, cuadernos y lápices) para sensibilizar al profesorado, al alumnado y a las familias.



Recursos
2002 ▾



-Cartel



-Cuaderno



-Lápiz

año dos mil uno— lema→ /A jugar... que de todo aprenderás/

didácticos con gran variedad de actividades que faciliten una educación más justa y solidaria.

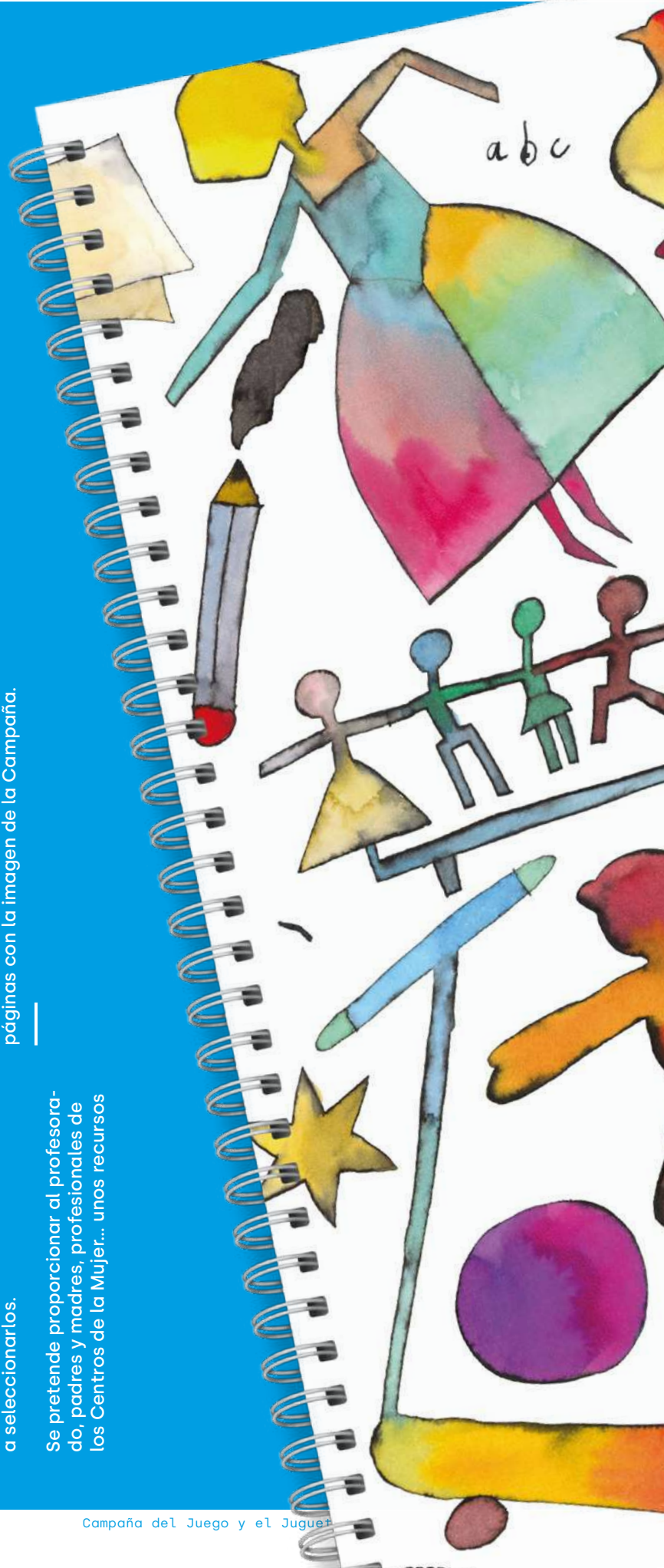
Además de este material, se han editado cuadernillos en los que se recoge una muestra de las actividades del material didáctico, y que se adjunta como anexo al número de septiembre de 2001 de la revista *Andalucía Educativa*.

Se elaboraron también carteles y marcá-páginas con la imagen de la Campaña.


La Campaña «A jugar... que de todo aprenderás» se dirige a Centros Educativos de Educación Infantil y Primaria, con la finalidad de proporcionar un material que facilite fomentar el juicio crítico frente a la competitividad, la violencia, el sexismo y la desigualdad que se transmiten en muchos juegos y juguetes.

Aborda la necesidad de educar para el consumo responsable, en los valores de apreciación y cuidado así como aprender a seleccionarlos.

Se pretende proporcionar al profesorado, padres y madres, profesionales de los Centros de la Mujer... unos recursos



2M-01



a jugar...
que de todo
aprenderás

-Marcapáginas



-Encarte



-Unidad didáctica



-Cartel


 Recursos
2001 →

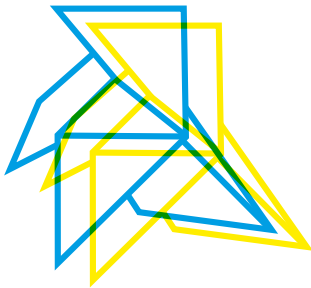
Consejería de Educación y Ciencia
Instituto Andaluz de la Mujer



JUNTA DE ANDALUCÍA

2M

año dos mil— lema→ /Juegos de papel/



La *Campaña del Juego y el Juguete no Sexista, no Violento* del año 2000, bajo el lema «Juegos de Papel», se dirigió a Centros de Educación Infantil y Primaria y se basó en una imagen con gran impacto visual.

La ilustración nos muestra juegos imaginativos y espontáneos con juguetes sencillos al alcance de niñas y niños, apelando a la igualdad y a la creatividad.

Además del cartel, se editaron calendarios y marcapáginas con la imagen de la Campaña.





Recursos
2000 ▾



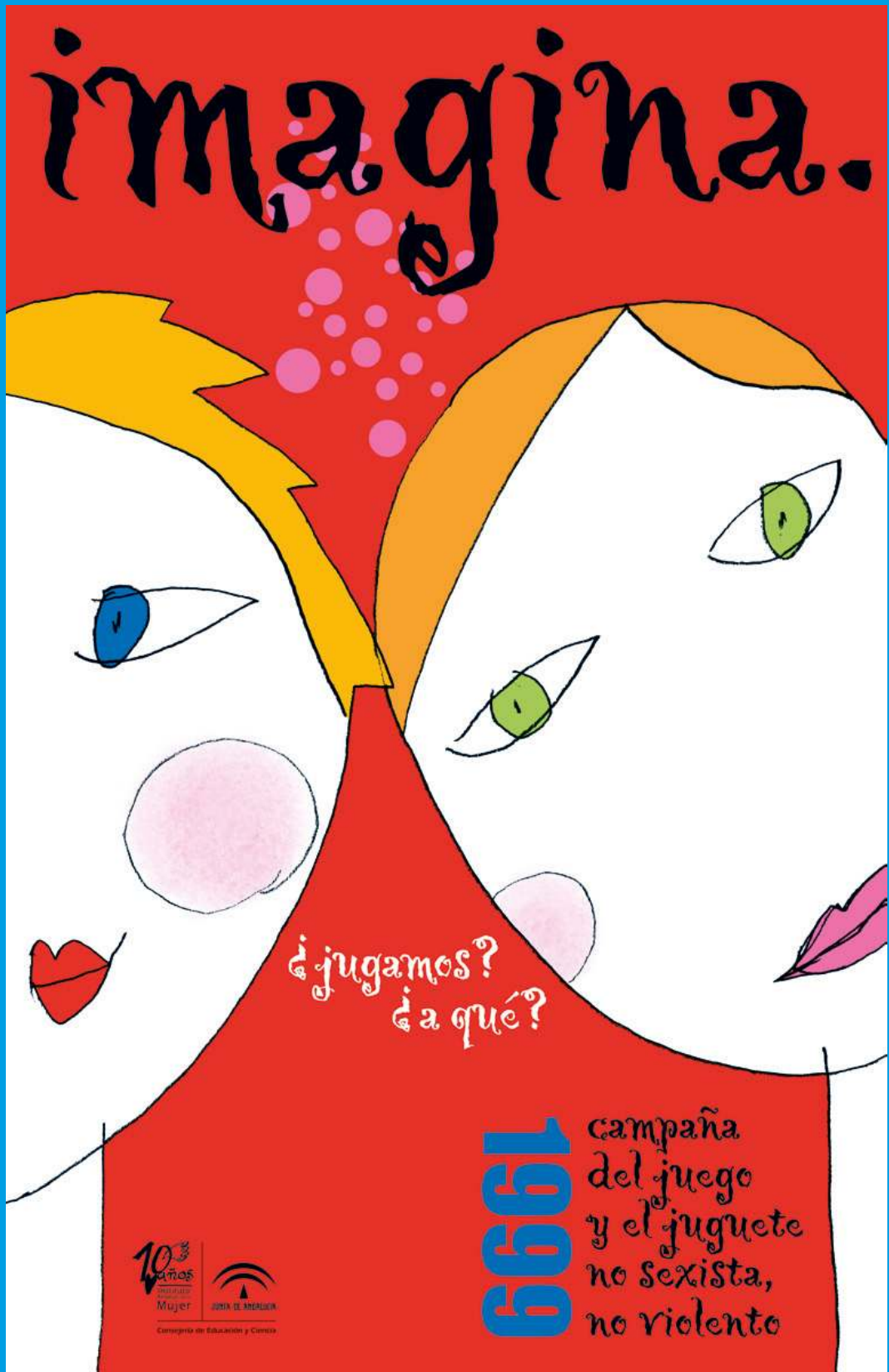
—Cartel



—Calendario



—Marcapáginas



Recursos
1999 ▾



-Cartel



-Triptico



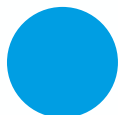
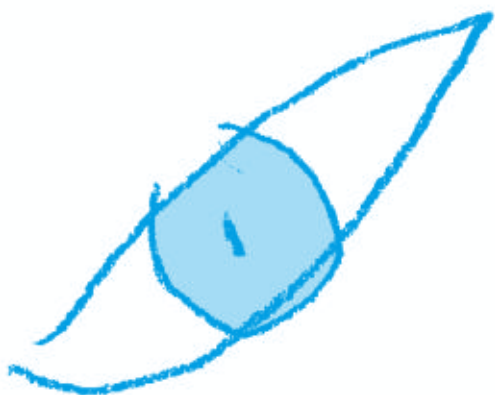
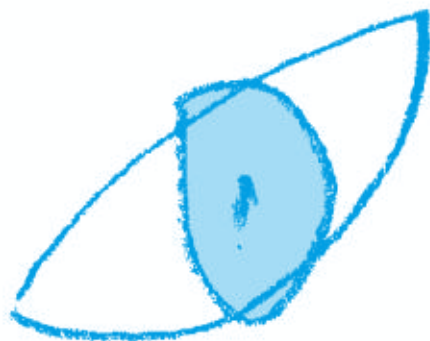
-Calendario



-Marcapáginas

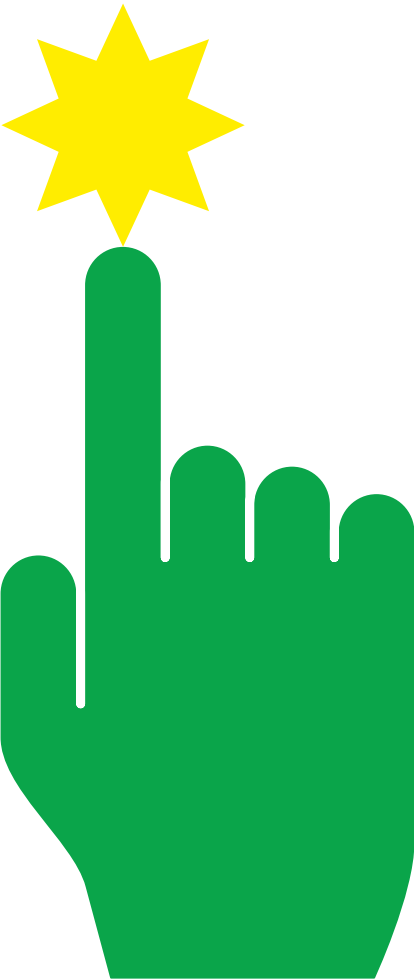
M9-99

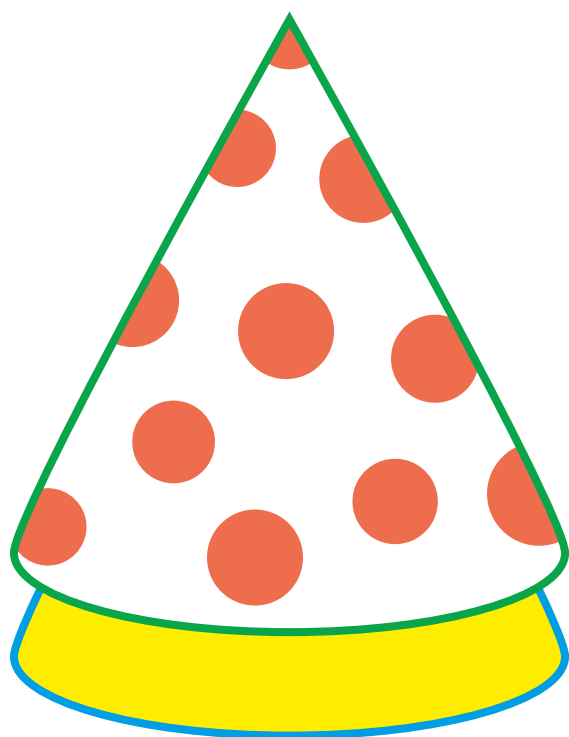
año mil novecientos
noventa y nueve—
lema→
/Imagina/



Con el lema «Imagina» se editaron y distribuyeron en el año 1999 materiales divulgativos (carteles, calendarios, trípticos y marcapáginas) para sensibilizar a las familias y a la comunidad educativa.

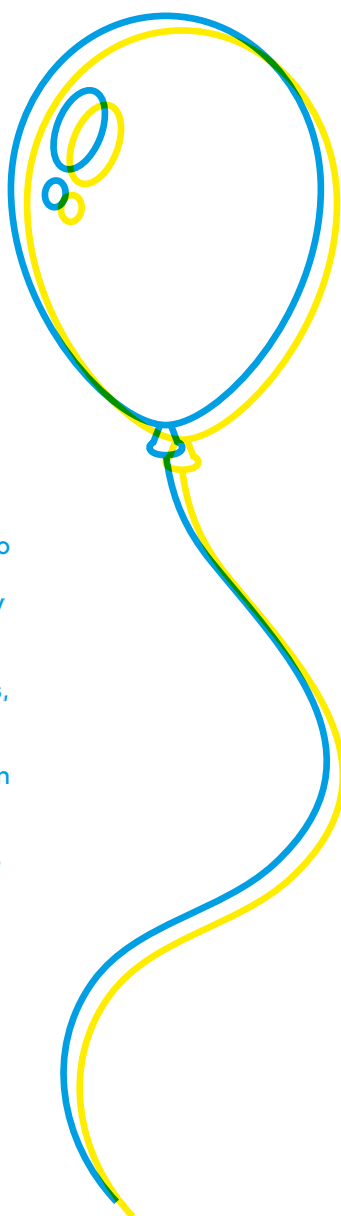
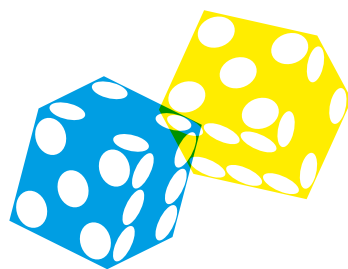
→ 10 Años
Instituto Andaluz
de la Mujer





M9-98

**año mil
novecientos
noventa y ocho—
lema→
/Un mundo
de sueños/**



Campaña de sensibilización acerca del juego y el juguete para la introducción de la perspectiva no sexista y no violenta, dirigida muy especialmente a niños y niñas de edades correspondientes a Educación Infantil y Primaria, profesorado, instituciones educativas, madres y padres.

Bajo el lema «Un mundo de sueños» se editan materiales alusivos a la Campaña que se distribuyen a los centros educativos andaluces (carteles, dípticos, recortables, hojas de dibujo, adhesivos y marcapáginas).

Recursos
1998 →

... ..

—Cartel

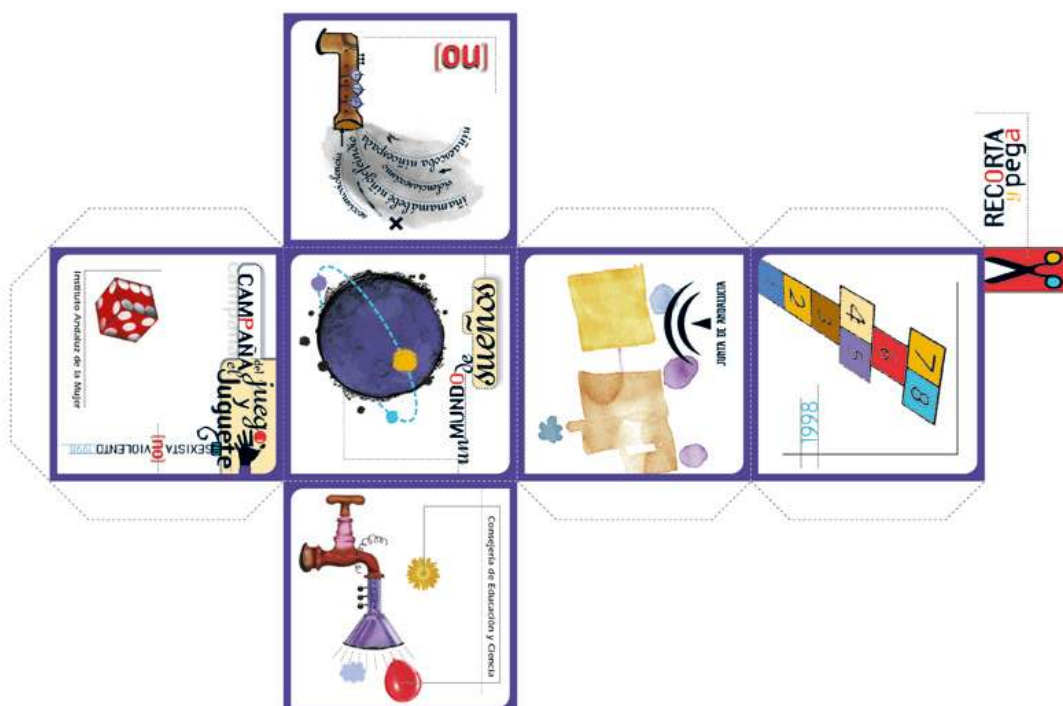
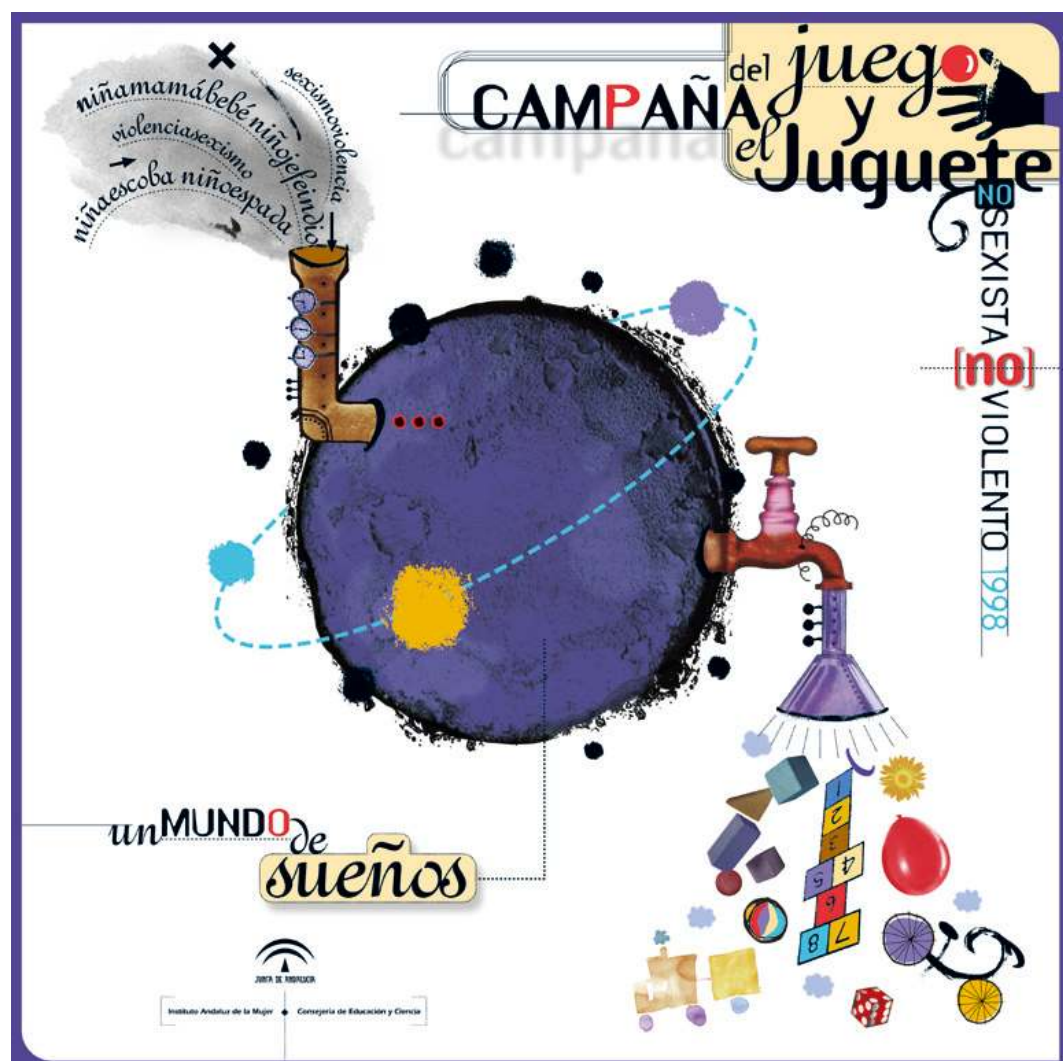
—Díptico

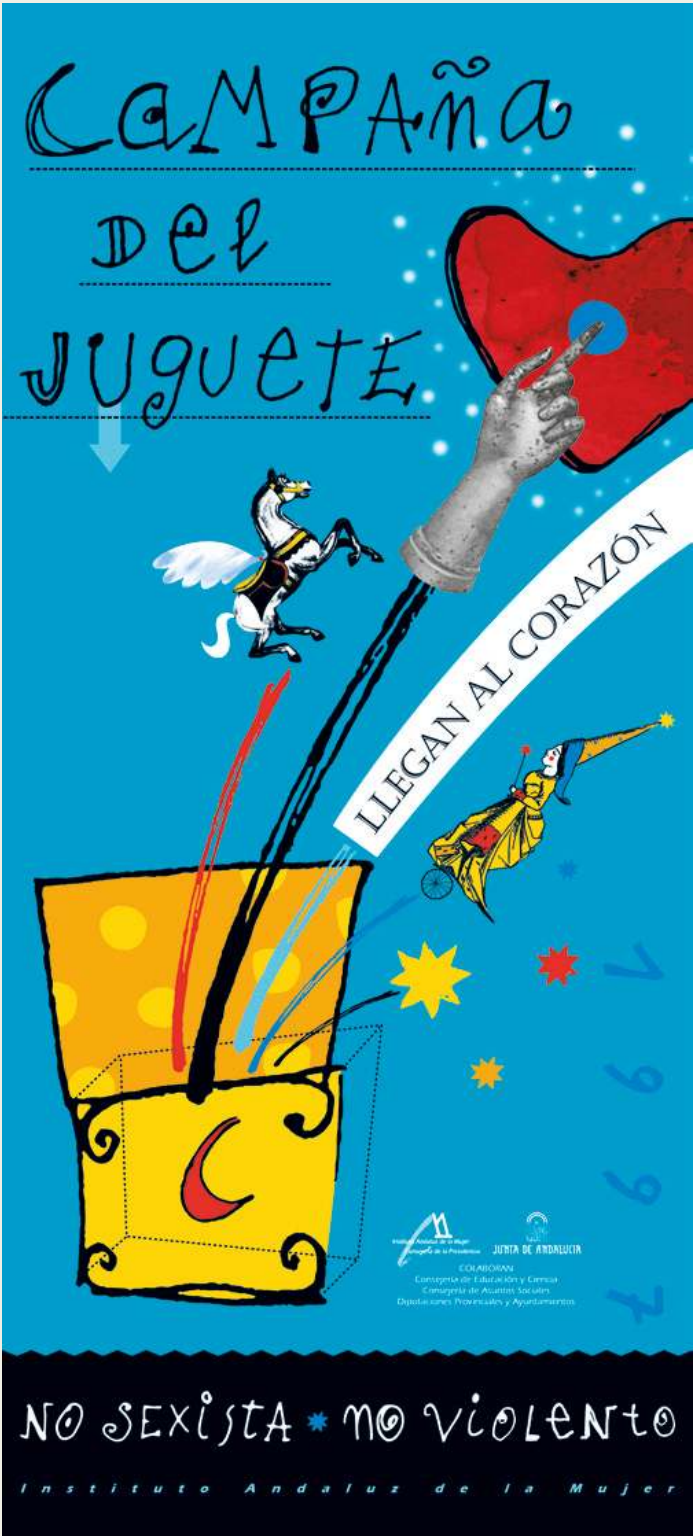
—Hoja de dibujo

—Recortable

—Adhesivo

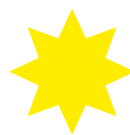
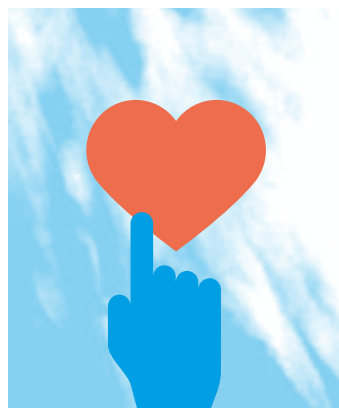
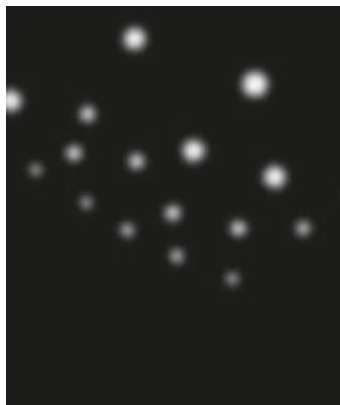
—Marcapáginas





M9-97

año mil novecientos noventa y siete— lema→ /Llegan al corazón/



La unidad didáctica coeditada en la Campaña «Llegan al corazón» corresponde al Centro de Interés: «El juego y el Juguete» contenido en el programa Harimaguada para Educación Primaria, editado por el Gobierno de Canarias.

Este material tiene como objetivo fomentar el juicio crítico frente al consumo y la utilización sexista de los juegos y juguetes, desarrollando la creatividad y la cooperación en el juego, así como el cuidado de los juguetes propios y de los demás. Para ello se facilita una agrupación de actividades de este Centro de Interés en

función de su relación más directa con los diferentes pasos metodológicos del modelo de investigación propuesto.

La unidad didáctica contiene la programación, doce fichas de trabajo del alumnado, tres documentos del profesorado, un cuento y juegos.

El Instituto Andaluz de la Mujer también editó carteles, cuadernos, postales y marcapáginas con la colaboración de la Consejería de Educación y Ciencia, la Consejería de Asuntos Sociales de la Junta de Andalucía y otros organismos.

Recursos

1997 ▾



—Cartel



—Unidad didáctica



—Cuaderno



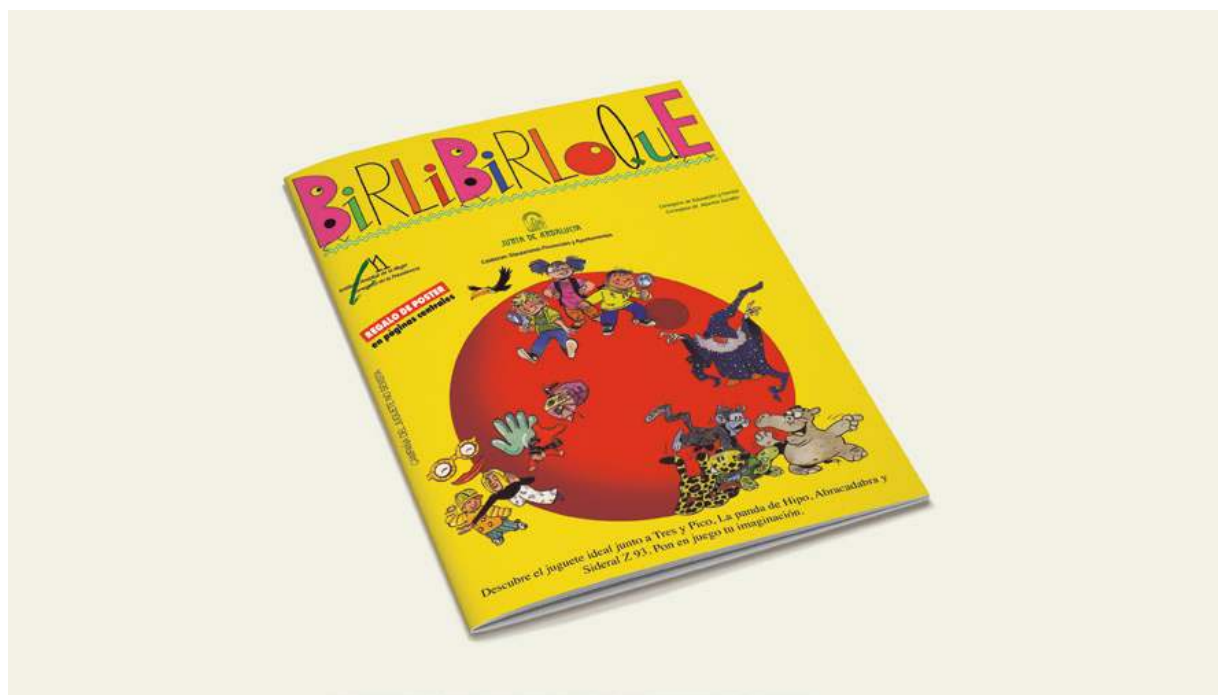
—Postal



—Marcapáginas

M9-96

año mil novecientos
noventa y seis—
lema→
/Los juguetes enseñan
a vivir/



Esta Campaña, dirigida a la población en general y a madres y padres en particular, pone especial énfasis en que los mensajes sean percibidos por la población infantil.

Con el lema «Los juguetes enseñan a vivir» se inicia la edición de unas revistas de gran tirada que, en esta ocasión, se titula *Birlibirloque* y se distribuye en centros educativos de Educación Infantil y Prima-

ria con gran éxito debido a las actividades y juegos que contiene.

El material divulgativo editado, se ha diseñado para reclamar la atención de niños y niñas, expresándose a través de soportes y códigos especialmente dirigidos a edades entre 6 y 12 años. Así, se han distribuido carteles, marcapáginas y calendarios.

LIBRLOQUE



Recursos 1996 ▾



-Cartel



-Revista



-Calendario



-Marcapáginas

Primera Campaña
del Juego y el Juguete
no Sexista, no Violento

M9-95

año mil novecientos noventa y cinco— lema→ /Iguales jugando/

Con el Lema «Iguales jugando» se inician las *Campañas del Juego y el Juguete no Sexista, no Violento* del Instituto Andaluz de la Mujer.

Inicialmente, la Campaña comenzó dirigiéndose a sensibilizar a la población en general con el objetivo de conseguir hábitos más sensatos frente al consumo, el uso no sexista del juguete y una posición crítica ante la avalancha de publicidad que se realiza a través de los medios de comunicación, alrededor de las fechas de Navidad. Son fruto de la experiencia del trabajo que se venía realizando en las localidades promovidas por el personal de los Centros de la Mujer. De esta forma, también, desde los Centros Educativos comienzan a interesarse para participar en la Campaña.

Como material para sensibilizar se editaron carteles, adhesivos y folletos.

Recursos
1995 ↴



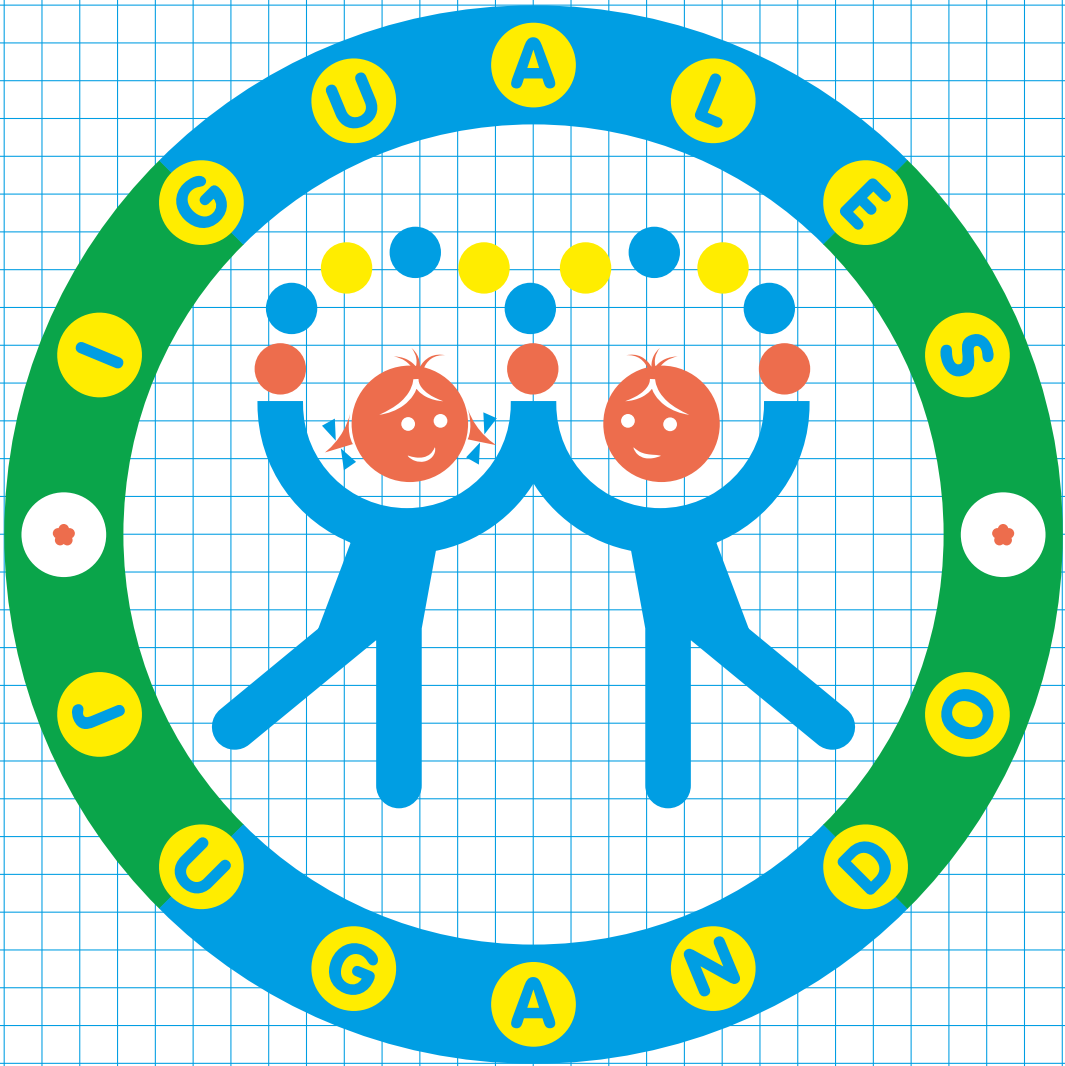
—Cartel



—Folleto



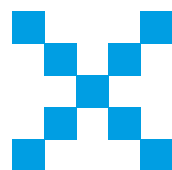
—Adhesivo







Fin.



→Edición/
Instituto Andaluz de la Mujer
Consejería de Igualdad,
Políticas Sociales y Conciliación
Junta de Andalucía
→Proyecto gráfico/
Miracómolate Estudio Creativo
→Impresión/
La Imprenta CG
→Depósito Legal/
SE-2287-2020



Mil novecientos
noventa y cinco-
Dos mil veinte
/Veinticinco

/ 25

Años
de Juegos
y Juguetes
no ~~sexistas~~,
no Violentos



Junta de Andalucía

Consejería de Igualdad, Políticas Sociales
y Conciliación

INSTITUTO ANDALUZ DE LA MUJER