

Jugant amb sexe?

El sexisme en les joguines és un tema clàssic durant aquesta època de l'any. Com passa amb moltes de les qüestions relacionades amb les desigualtats de gènere, només es recorda quan ho marca el calendari. El 8 de març, Dia Internacional de la Dona Treballadora, es recorda la persistència de la bretxa salarial, i altres desigualtats, en el mercat de treball; el 25 de novembre, Dia Internacional contra la Violència Masclista, es recorda la necessitat d'acabar amb aquesta xacra que mata dones, i per la campanya de Nadal es recorda la importància de millorar en joguines i publicitat lliure de sexisme. Recordar aquests temes quan ho marca el calendari és necessari però no suficient: malgrat els canvis socials de les últimes dècades, les desigualtats de gènere persisteixen. Sovint es pregunta per què s'avança tan lentament en una qüestió que compta amb un consens generalitzat. Part de la resposta recau en la mateixa generalització dels discursos però, també, en el sexisme de les joguines com a reflex de la societat. D'una banda, denunciar públicament que existeixen les desigualtats representa un avenç en termes de reconeixement, que, paradoxalment, pot suposar un risc i un fre per a l'avenç cap a relacions més igualitàries entre homes i dones. Assumir el discurs políticament correcte sense interferir en la pràctica de la vida quotidiana de les persones adultes és un obstacle per a la igualtat. D'altra banda, la persistència del joc sexual contribueix a la reproducció de les

desigualtats entre les generacions més joves. Per aquesta raó, és important entendre com opera el sexisme en les joguines en un context d'igualtat formal, com afecta les criatures i com condiciona el futur de la societat.

El terme *sexisme* es refereix al sistema que reconeix diferències en els homes i les dones tot assignant-los diferents actituds i habilitats segons el sexe. El que és masculí i el que és femení emergeixen com a realitats, socialment construïdes, antagòniques i complementàries, i s'estableix una jerarquia que atorga més prestigi social al món masculí. Aquest sistema es reproduïx a través de diverses institucions socials en què la publicitat i les joguines tenen un paper important. El món del joc i el món de la publicitat perpetuen, en bona part, els models tradicionals de masculinitat i femi-



SARA MORENO

SOCIÒLOGA

nitat per la incidència que tenen en el procés socialitzador durant la infantesa, és a dir, el procés d'aprenentatge de les normes i pautes de comportament en societat que condicionen les preferències i les expectatives. Les preferències pel color rosa o blau tenen a veure amb el gènere i no amb un suposat gust in-

nat. Una bona mostra de la construcció social de preferències l'ofereix la historiografia que narra com en altres èpoques el color blanc era el més habitual per vestir nens i nenes indistintament.

El que es coneix com la socialització de gènere, com els estereotips intervenen en la interiorització dels rols, s'inicia abans de néixer, quan es pregunta als futurs progenitors si tindran un nen o una nena. A partir d'aquest moment es desenvolupen actituds diferents segons el sexe de la

criatura: des del tipus i el color dels regals fins a les expectatives que la família projecta en les criatures. La roba, els pentinats, el to de veu o els adjectius condicionen les interaccions i, massa sovint, reproduïxen la idea d'unes nenes princeses i uns nens campions. Les criatures perceben aquest tracte diferencial i construeixen la seva identitat segons els missatges que reben, que aproven o rebutgen les seves actituds.

En aquest context sexista, la solució efectiva no passa perquè els nens juguin a nines i les nenes a cotxes. Canviar el subjecte no canvia el significat del joc, que continua perpetuant els valors jeràrquics atribuïts al que és femení i al que és masculí.

L'educació sexista, formal o informal, contribueix a la reproducció de rols de gènere, que limiten la llibertat d'elecció de les criatures. Quan les nenes demanen per Reis Barbies i els nens Hot Wheels reproduïxen models de comportament a partir d'unes preferències que no són neutres al gènere. Unes preferències que es poden repetir en la tria de l'esport, els itineraris acadèmics i les activitats d'oci. Tot plegat explica per què les noies tenen més presència en els estudis d'àrees socials i els nois en les àrees tècniques. Tot plegat explica per què les dones treballen en sectors econòmics menys prestigiats socialment i menys valorats econòmicament, i per què cobren menys que els seus coetanis masculins per la mateixa feina. Tot plegat explica per què les desigualtats de gènere portades a l'extrem poden desembocar en violència masclista.



ARIANNE FABER

El món del joc i el món de la publicitat perpetuen, en bona part, els models tradicionals de masculinitat i feminitat

L'educació sexista contribueix a la reproducció de rols de gènere, que limiten la llibertat d'elecció de les criatures