



This is the **published version** of the bachelor thesis:

Jové Olivella, Arnau; Martinez Sanchez, Debora, dir.; Benages Campins, Ester, dir. La construcció de la identitat de gènere a través de la indumentària. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, 2024. (Grau en Educació Primària)

This version is available at <https://ddd.uab.cat/record/301233>

under the terms of the  license



La construcció de la identitat de gènere a través de la indumentària

TREBALL DE FI DE GRAU

Arnau Jové Olivella
Estudiant del Grau en Educació Primària

Débora Martínez Sánchez i Ester Benages Campins
Departament de Didàctica de l'Expressió Musical, Plàstica i Corporal

Curs acadèmic 2023/24

Universitat Autònoma de Barcelona

Data de lliurament: 3 de juny 2024

Resum

En el següent Treball de Fi de Grau, s'analitza la construcció de la identitat de gènere des d'una perspectiva sociocultural, la qual influeix plenament en el desenvolupament de l'ésser humà, fent especial referència en la indumentària. Havent fet una recerca bibliogràfica sobre aquesta temàtica, s'examinen un seguit de conjunts de roba, els quals van ser escollits per alumnat de 6è de Primària en dos contextos predeterminats, on es fa evident la influència que tenen les grans marques de roba a l'hora de fer l'elecció de la roba. Els resultats obtinguts mostren una clara relació amb la identitat dels infants i les peces de roba que han escollit. Així doncs, la recerca té la voluntat de comprendre com influeix la indumentària en la construcció de la identitat de gènere i en la perpetuació del binarisme de gènere en la societat actual.

Paraules clau

Sexe, gènere, identitat de gènere, procés de socialització, agents de socialització, binarisme de gènere i identitat homogeneïtzada

Abstract

In the following Final Degree Project, the construction of gender identity is analyzed from a socio-cultural perspective, which fully influences the development of the human being, making special reference to clothing. Having carried out a bibliographic research on this topic, a series of clothing sets are examined, which were chosen by 6th grade students in two predetermined contexts, where it becomes clear the influence that the big clothing brands have when choosing the clothes. The results obtained show a clear relationship with the children's identity and the clothes they have chosen. Therefore, the research aims to understand how clothing influences the construction of gender identity and the perpetuation of gender binarism in today's society.

Key words

Sex, gender, gender identity, socialization process, socialization agents, gender binarism and homogenized identity

“El empeño por encontrar una naturaleza sexuada anterior a la ley parece provenir comprensiblemente del proyecto más fundamental de creer que la ley patriarcal no es una verdad universal ni lo define todo. En realidad, si lo único que hay es género construido, entonces parece no existir un “fuera”, un ancla epistémica en un “antes” precultural que pudiera utilizarse como otro punto de partida epistémico para elaborar una valoración crítica de las relaciones existentes entre los géneros.”

Judith Butler, 1990

ÍNDIX

1. Plantejament.....	1
2. Objectius.....	2
3. Marc teòric.....	3
4.1. El sexe i el gènere.....	3
4.2. La identitat de gènere.....	4
4.3. Els rols de gènere en el procés de socialització.....	7
4.4. La vestimenta com a agent potenciador del gènere binari.....	11
4.5. El transvestisme.....	13
4. Metodologia.....	15
5. Anàlisi de les dades obtingudes.....	16
6. Discussió dels resultats.....	20
7. Conclusions.....	22
8. Reflexions en la contribució al camp de l'educació.....	24
9. Referències bibliogràfiques.....	26
10. Annexos.....	28
10.1. Annex I. Graella d'anàlisi.....	28
10.2. Annex II. Anàlisi dels resultats.....	28
10.3. Annex III. Dinàmica a l'escola.....	73

1. Plantejament

Aquest Treball de Fi de Grau (TFG) s'origina a partir de la temàtica inicial titulada *Cos, quotidianitat i amor: pedagogies de la visualitat o com les imatges poden canviar el món*. A partir d'aquesta idea, i després d'interessar-me per diverses lectures de temes que podien abordar aquesta temàtica inicial, he triat la identitat de gènere en la indumentària el qual em sembla un tema molt interessant en el qual puc fer una indagació fructífera i enriquidora per al meu futur professional i personal.

La identitat de gènere i la construcció d'estereotips de gènere són temes d'incalculable importància en la societat actual. Aquest TFG aborda aquesta temàtica, amb una mirada centrada en la influència de la vestimenta en la conformació i reforçament d'aquests estereotips. La motivació darrere d'aquesta elecció de tema rau en la creixent diversitat d'identitats de gènere, així com en la necessitat de comprendre com les representacions socials i culturals perpetuen normes preestablertes a través de la manera de vestir.

Des de la perspectiva de la recerca, aquest treball adopta una visió interdisciplinària, incorporant elements sociològics, psicològics i culturals per proporcionar una anàlisi completa. Les interconnexions entre la identitat de gènere i la vestimenta es converteixen en el nucli central d'aquesta investigació, explorant com les opcions de vestir poden ser agents d'expressió, resistència o submissió a les normes socials referents al gènere.

En la societat contemporània, l'existència d'estereotips de gènere vinculats a la vestimenta no és només evident sinó també complexa. La influència dels mitjans de comunicació, la publicitat i altres factors socioculturals juguen un paper destacat en la perpetuació d'aquests estereotips, contribuint a la creació de restriccions sobre com haurien de vestir les persones en funció del seu gènere.

El TFG està estructurat en diversos apartats que aborden des de la revisió de la literatura fins a l'anàlisi rigorós de les dades, tot amb l'objectiu de proporcionar una visió completa i profunda d'aquest tema tan complex.

2. Objectius

En el següent apartat, exposo tant els objectius generals i específics com la hipòtesi que em plantejo a l'inici d'aquest projecte per poder seguir una línia clara en el desenvolupament de la investigació.

Objectiu general

- Identificar com influeix el món de la moda en la construcció de la identitat de gènere.

Objectius específics

- Comprendre, des d'una visió sociològica, la construcció de la identitat de gènere en els éssers humans.
- Analitzar com intervenen els estereotips de gènere en la identitat de gènere de les produccions dels infants.
- Valorar la importància que tenen les grans marques de roba en la construcció de la identitat de gènere.

Un cop establerts els objectius del TFG procedeix a anunciar la hipòtesi del treball, tenint en compte el meu coneixement previ i la coherència dels objectius del treball:

- La forma de vestir i, per consegüent, la influència de la indústria de la moda intervé en la construcció de la identitat de gènere dels infants i/o adolescents.

3. Marc teòric

El concepte de gènere, rols de gènere o, fins i tot, identitat de gènere té el seu origen a principis del segle passat, amb la contraposició de pensaments, segons Duval (2021), de la “ciència europea” i els Estats Units d’Amèrica:

“Joanne Meyerowitz llega a la conclusión de que a principios del siglo XX hubo un enfrentamiento entre las concepciones que científicos de ambos lados del Atlántico sostenían acerca de la noción de sexo. Mientras que en la “ciencia europea” lo que prevalecía por aquel entonces era una “teoría de la bisexualidad humana”, donde los sexos se solapaban en distinto grado (considerando que “todo hombre tiene algunos rasgos femeninos y toda mujer tiene algunos rasgos masculinos”), la psicología y el psicoanálisis, particularmente en Estados Unidos, mantenían una firme oposición entre dos sexos biológicos separados, que llevaba a tratar la existencia de personas trans como una enfermedad mental”.

Així doncs, Duval (2021) acaba concluint que el sexe psicològic agruparia el que nosaltres identifiquem avui com els rols de gènere, però també amb l’autopercepció del cos. Per tant, la definició del sexe psicològic coincideix així amb l’actual noció de la identitat de gènere.

4.1. El sexe i el gènere

Jayme (2022) afirma que “el término *género* ha llegado a sustituir parcial o totalmente al término *sexo* con el objeto de clasificar así las diferencias de contenido sociocultural y psicológico que las personas manifiestan más allá de la realidad biológica”. A més, Ross (citada en Jayme, 2022) ens aclareix que els termes *sexe* i *gènere* s'utilitzen per categoritzar els éssers humans, tot i que no es refereixen al mateix fenomen, ja que a vegades s'usen com a sinònims. Cal tenir present que, segons Duval (2021), el gènere no s'autodetermina, sinó que ve marcat pels principis de la societat, transmesos pels agents de socialització.

Judith Lorber (citada en Duval, 2021) presenta una enumeració sistemàtica dels factors que componen el gènere a escala individual:

La categoria sexual assignada en néixer segons els genitals del nouvingut. La categorització és prenatal, a través d'exàmens prenats. Tot i això, la categoria sexual pot canviar posteriorment amb diferents tipus de cirurgies.

La identidad de género: la percepció que té l'individu del seu ser generitzat com a treballador i membre de la família.

La situación generizada marital y reproductiva: el compliment o no compliment del emparellament autoritzat o no autoritzat, impregnació, embaràs, rols en el parentesc.

La personalidad generizada: els patrons d'emociones socialment normatives interioritzats segons l'estructura familiar i l'ensenyament dels progenitors. A més, segons Duval (2021), la personalitat generitzada és la construcció de l'orientació sexual i, consegüentment, l'exhibició del gènere... que, en última instància, donen lloc a la identitat.

Las creencias de género: la incorporació o la resistència a la ideologia de gènere.

La exhibición del género: les estratègies utilitzades, com la roba, els cosmètics o els accessoris, per presentar-se com un tipus concret de persona generitzada a la societat.

Aquesta última característica fa especial referència a la temàtica d'aquest TFG, entenent la indumentària com una forma d'exhibició de gènere, és a dir, l'estratègia que es busca per presentar-se a la societat.

4.2. La identitat de gènere

Erikson (1968, citat en Sánchez T., 2009) va ser una de les primeres persones, en el camp de la psicologia, en parlar d'identitat, definint-la com "una afirmación que manifiesta la unidad de identidad personal y cultural de un individuo".

D'altra banda, Sánchez T. (2009) defineix la identitat com un conjunt d'aspectes o característiques que permeten diferenciar-se d'altres persones i alhora ubicar-se com a part d'un grup davant del reconeixement de trets d'identitat o formes de comportament que

serveixen de referència. Així doncs, afegeix que “la identidad constituye una construcción personal en tanto involucra el reconocimiento de la singularidad, la unicidad y la exclusividad [...], pero a su vez, es también una construcción social [...]”. Per aquesta raó, quan parlem de la identitat d’una persona, parlem de la pertinença de la persona dins del grup; atès que la societat estableix categories de persones, com la identitat ètnica, de gènere o nacional, per poder identificar una persona en un determinat grup i diferenciar-se dels altres.

Des d’un altre punt de vista, Parsons (1986; citat en Sánchez T., 2009) defineix la identitat com un sistema central de significats de la personalitat d’un individu, que orienta de manera normativa i dona sentit a l’acció dels individus. Aquests significats, esmentats per Parsons, no es regeixen a partir d’accions arbitràries, sinó que sorgeixen a partir de “la interiorización de valores, normas y códigos culturales que son generalizados y compartidos por un sistema social”. D’aquesta manera, la cultura és un aspecte fonamental en la construcció de la identitat, que s’impregna d’un caràcter històric i cultural.

Abans de tot, però, cal saber que, segons Sánchez T. (2009), la identitat de gènere és vista primerament en la percepció d’un “dimorfismo sexual”, les diferències que es poden veure a simple vista, tant anatòmiques com fisiològiques; i posteriorment, en l’exercici reflexiu sobre unes bases preconcebudes en una societat determinada.

Gherovici (citat en Duval, 2021) ens ofereix una explicació sobre com adquirim el gènere i quins processos participen en aquesta adquisició:

“desde una perspectiva psicoanalítica, la identidad sexual no está determinada por la biología ni por ningún factor innato: es aprendida a través de un lenguaje (lo simbólico) y de las identificaciones (lo imaginario); la identidad se construye en torno a una pérdida, de una pérdida que es dada en el momento inaugural en el cual se nos asigna un sexo; para el psicoanálisis, la elección inconsciente no tiene nada que ver con un libre albedrío voluntarista”.

Tot i l’aportació de Gherovici, Duval (2021) diu que la determinació del gènere pot tenir un component biològic quant a la receptivitat dels missatges, és a dir, com de predisposat està l’individu per aprendre uns elements d’un llenguatge concret i poder procedir a una certa identificació.

D'altra banda, Jayme (2022) ens proposa aquesta visió sobre què és el gènere: "el género ha devenido un fenómeno sustentado en lo simbólico y la comunicación, definiendo ese espacio que no abarcaba suficientemente el sexo y que va más allá de las meras diferencias biológicas". A més, Jayme (2022) ens defineix la identitat de gènere com el resultat del judici de valor que cada individu fa del seu propi cos i dels altres, cosa que permet identificar-se biològicament com a home o dona.

L'autoconcepte, segons Rosenberg (1982; citat en Sánchez T., 2009), té dues dimensions diferenciades: la primera és l'element cognitiu, que es refereix al pensament de l'individu; i, en segon lloc, l'element avaluatiu, que es refereix als sentiments. Així doncs, l'autoconcepte és el conjunt de creences que l'ésser humà té sobre ell/a mateix/a i que engloba la imatge corporal, els valors i les habilitats. Tot i aquesta declaració, segons Costa i McCrae (1988, citats en Sánchez T., 2009), l'autoconcepte també està vinculat a un aspecte afectiu de l'individu, l'autoestima.

El procés d'adquisició de la identitat de gènere s'estructura a partir de quatre aspectes rellevants, en les quals es concedeix un gran pes a la transmissió dels estereotips de gènere a través dels agents de socialització (Sánchez, 1996; citat en Jayme, 2022):

- *Assignació de gènere.* L'assignació del sexe era tradicionalment resultat exclusiu de l'examen dels genitals externs de l'individu al moment de néixer. En funció d'aquest examen, se li designava un sexe i, automàticament, l'individu quedava adscrit a un gènere: el sexe masculí al gènere masculí i el sexe femení al gènere femení. A partir d'aquest moment, el procés de socialització es posa en marxa i, en conseqüència, la transmissió del gènere i els estereotips de gènere.
- *Discriminació de gènere.* A partir de l'assignació del sexe i el gènere, la societat s'encarrega de transmetre a l'individu la informació corresponent al seu gènere, sent necessari per a ell/a consolidar una identitat de gènere que el pugui dotar de significats propis. Jayme (2022), a més, afirma que "la sociedad posee un conjunto de expectativas preestablecidas respecto a la conducta de sus miembros, y ejerce presión para asegurar que el desarrollo y evolución de un niño sea distinto al de una niña."
- *Identificació de gènere.* Kohlberg (1966; citat en Jayme, 2022) afirma que l'individu, als cinc o sis anys, aconsegueix comprendre que el sexe i el gènere són invariables al llarg del temps i que no depenen, en conseqüència, dels aspectes externs, com pot ser el cabell o la vestimenta, entre d'altres. La identitat de gènere seria, per a

l'autor citat, resultat de l'avaluació cognitiva que el nen o la nena fa de la realitat i sent en aquest període de consolidació susceptible a la influència de l'entorn social. En aquesta etapa, s'observa una rigidesa extrema en la forma d'entendre el gènere, ja que els nens només juguen a joguines de nens, i a la inversa amb les nenes, per exemple.

- *Flexibilitat de gènere.* Aquesta fase, emmarcada en el període de l'adolescència, es caracteritza perquè s'arriba a entendre que els continguts de masculinitat i feminitat amb els quals el nen i la nena s'identifiquen no són normes de comportament immodificables.

Per concloure, podem afirmar que la identitat de gènere és un procés complex, dinàmic i multifactorial, que involucra tan variables culturals i socials com també individuals, i en el qual la socialització juga un paper molt important.

4.3. Els rols de gènere en el procés de socialització

Per a Sánchez T. (2009), la socialització suposa “la inscripció del individu en el mundo social a través de la asunción de ciertos roles, características y comportamientos, ligados a las funciones tradicionales valoradas como inherentes a su naturaleza sexual”. A més, afirma que el procés de socialització té com a objectiu principal l'adaptació de l'individu a les dinàmiques socials d'un context concret, depenent de l'època, el lloc o el grup de pertinença amb el qual ens trobem. Tenint això en consideració, afegeix “...resulta que todo aquello considerado aceptable o deseable en la conducta está sujeto a las costumbres, normas, prácticas y creencias que regulan la vida de cada sociedad”. D'altra banda, Yubero (2002; citat en Yubero, 2005) ens defineix el procés de socialització com un procés d'interacció amb les persones amb les quals ens relacionem.

Segons Suárez (2009), cada persona construeix la seva identitat des de la singularitat de la seva existència, a través d'interaccions permanents entre l'entorn proper i la subjectivitat. Seguint el mateix fil, Yubero (2005) fa referència als agents de socialització que els defineix de la següent manera:

“... cada una de las personas con que interactuamos en nuestra vida cotidiana es un agente socializador, alguien que es poseedor de la capacidad de influir en nuestro comportamiento... En este sentido, entendemos que la socialización es un proceso

de interacción, donde los protagonistas poseen distintas posibilidades de influencia social, durante un período variable y en segmentos específicos de la relación”.

Tal com ens exposa Jayme (2022), tot ésser humà neix dotat d'un sexe concret -mascle o femella-, no pas amb cap gènere assignat -masculí o femení- i, tot i això, el gènere constitueix la primera marca cultural que adquireix el nounat. Afegeix Jayme (2022), “el momento de asignación del sexo biológico, basado en el examen del aparato genital externo, constituye el punto de partida de una predestinación cultural articulada en expectativas sociales, roles y rasgos de personalidad”. Yubero (2005) afegeix que l'ésser humà és des que neix un ésser social i que, per aquesta raó, necessita l'ajuda d'altres éssers humans per a viure en un món estrictament configurat a partir de les normes i els valors de la societat. Així doncs, el procés de socialització estarà basat en l'aprenentatge de conductes socials acceptades dins la societat i les normes i els valors que regeixen els valors conductuals.

Musitu i Molpeceres (1992; citat en Yubero, 2005), en la mateixa línia que els autors anteriors, assenyalen que mitjançant el procés de socialització es transmeten les pautes culturals que permeten que els individus ajustin els seus comportaments davant d'altres individus, construint un esquema sobre què poden esperar els altres i sobre les seves expectatives en les relacions amb les persones.

Jayme (2022) diu que els individus, independentment del sexe, desenvolupen una imatge mental d'ells/es mateixos/es, basada en un model d'ésser humà amb el qual donen sentit al seu món interior, sent aquesta identitat l'essència de la vida cognitiva, afectiva, emocional i conductual. Segons Kohlberg (1966; citat en Jayme, 2022), tota persona, en la seva necessitat de construir una identitat personal, està motivada intrínsecament a assumir els rols de gènere que reafirmen i consoliden aquesta identitat.

Suárez (2009) conceptualitza el terme “socialització de gènere” per referir-se a un aspecte específic del procés de socialització, en el qual les expectatives que es generen, des del moment en què una dona està embarassada, remetent als conceptes de masculinitat i feminitat propis de context social i històric.

Money i Ehrhardt (1972; citats en Jayme, 2022) defineix els rols de gènere com tot allò amb què l'individu expressa el grau amb què se sent home, dona o una barreja: “los roles de género serían la expresión pública de la identidad de género, esa vivencia subjetiva y

personal que cada individuo ha construido del hecho de ser hombre o mujer”. D'altra banda, Suárez (2009) posa en relleu que els rols de gènere no venen determinats per condicions biològiques, sinó que estan construïts a partir de l'herència cultural i serveixen per ordenar de forma sistemàtica les relacions de poder. Tot i aquesta perspectiva anterior, es pot donar també la possibilitat que l'individu posseeixi característiques socialment vinculades a allò femení com masculí, fent referència al terme “androgínia psicològica”, proposat per Bem (1974; citat en Sánchez T., 2009). A més, afegeix que existeixen tres fases en el procés d'identificació de gènere: la confusió de gènere, l'acceptació de les normes socialment relacionades a cada gènere i l'última fase centrada en l'androgínia. Així doncs, veiem com la teoria de Bem (1974) reafirma la teoria de Money i Ehrhardt (1972) sobre la sobreposició dels rols de gènere.

Bugental i Goodnow (1998; citat en Yubero, 2005) mencionen que existeixen tres perspectives bàsiques per entendre profundament com és el procés de socialització:

- La *perspectiva biològica* entén que l'herència biològica ens transfereix mecanismes per poder adaptar-nos a la societat. Així doncs, els individus quan neixen ja venen, en certa manera, preparats per poder dur a terme els processos de socialització.
- La *perspectiva cognitiva* fa referència a les formes de processament de la informació en situacions de socialització. Els individus executen tasques cognitives d'anàlisi, comprensió, predicció i còpia de certs continguts relacionats amb els processos d'interacció, propis de les relacions de socialització, que després es reproduïxen i s'avaluen per poder tenir iniciativa i creativitat. Per aquesta raó, la cognició adopta un paper organitzatiu entre els *inputs*, les variables d'entrada de la informació, i els *outputs*, les variables de sortida, on s'evidencia com actuem davant la societat. Des d'aquesta perspectiva, la socialització s'entén com un procés generador de models interns de processament de respostes i de representacions de comportament social que, segons Hazan i Shaver (1987, citat en Yubero, 200), influeixen en les relacions posteriors que l'individu estableixi.
- La *perspectiva sociocultural* considera especialment important formar part d'un grup d'iguals durant el procés de socialització, cosa que suposa acceptar les pautes culturals del grup i el desenvolupament de canvis per adaptar-se millor a les noves circumstàncies. Així doncs, podem veure com aquesta perspectiva està estretament relacionada amb la temàtica del TFG. La forma de vestir fixa un dels aspectes identitaris d'un grup d'iguals; per tant, una pauta cultural que estableix com l'individu ha de vestir.

Com a resultat, l'individu, segons Tajfel (1981; citat en Yubero, 2005), mitjançant el procés de socialització, s'adhereix al grup, desenvolupa una identitat i, en conseqüència, s'enquadra en un nombre determinat de categories socials. Així doncs, podem afirmar que la interacció social és el pilar fonamental que permet que es pugui dur a terme la socialització, entesa com un procés de modelatge cultural, ja que l'individu aprèn a expressar les emocions, les formes d'actuar i reaccionar davant de determinades situacions i la construcció d'esquemes relacionals.

A més, els agents de socialització, segons Yubero (2005), són les persones i les institucions amb capacitat d'influir en el nostre comportament que s'ocupen de la interiorització de l'estructura social i que, normalment, coincideix amb l'orientació sexual de l'individu. Segons aquest autor, els agents de socialització que, tradicionalment, s'han considerat essencials són la família, l'escola, el grup d'iguals, els mitjans de comunicació i la influència de les noves tecnologies, com és el cas dels aparells mòbils o Internet. Duval (2021) en el seu llibre posa èmfasi en una cita de Shailer Lawton sobre la institució familiar com a agent de socialització: "los padres son más importantes que las propias glándulas de la naturaleza en otorgar masculinidad a nuestros hijos y la feminidad a nuestras hijas".

Continuant parlant sobre els rols de gènere, Jayme (2022) ens diu que "las fuerzas de la socialización de los roles de género se articulan a través del conocimiento de los estereotipos de género, que comienzan a percibirse a una edad muy temprana, posiblemente en el momento en que se inicia la discriminación de género". Així doncs, la millor forma de transmetre el contingut de la masculinitat i la feminitat socialment acceptats mitjançant estereotips consensuats per la majoria de la societat és a partir del fet, en primera instància, de vestir diferent els nens i les nenes escollint diferents colors per a les seves peces de roba i, en segona instància, comprar joguines clarament tipificades en funció del seu gènere, entre molts altres exemples.

D'altra banda, Martin i Halverson (1981; citat en Sánchez T., 2009) suggereixen que "la formación de los estereotipos sexuales es el mecanismo principal de lograr la identificación de cada individuo en un grupo determinado". Deaux i Lewis (1984; citat en Jayme, 2022) estructuren els estereotips de gènere els quals reflecteixen la magnitud de la tipificació sexual a la nostra societat:

- *Estereotips referents als trets de personalitat*; l'exemple més clar és el de donar per suposada l'expressivitat de la dona i l'autocontrol de l'home.
- *Estereotips referents a les conductes de rol*; per exemple, en les tasques de la casa, la dona s'ocupa de la neteja i cura de les persones, mentre que l'home realitza les reparacions de la casa o es fa càrrec de l'economia familiar.
- *Estereotips referents a les professions*; les dones tenen posicions de treball inferiors a les dels homes, lluny de les posicions de responsabilitat i direcció, traduint-se a discriminacions salarials i condicions més precàries.
- *Estereotips referents a l'aparença física*. Les persones, tant homes com dones, estan sotmeses a canvis segons l'estètica que domina cada etapa històrica, tot i que mantenint la dicotomia del gènere amb arrels clares al dimorfisme sexual, on les dones han de ser delicades, sensuals, amb una veu suau, cabells llargs... i els homes alts, musculosos, amb una veu greu... En qualsevol dels casos, les modes i l'economia imposen els criteris.

Aquest últim punt fa especial referència a la temàtica del TFG, ja que la forma de vestir d'un individu també està estretament lligada al dimorfisme sexual: les dones tenen una forma de vestir assignada per la societat i els homes una altra.

A tall de conclusió d'aquest apartat, amb aquesta cita de Jayme (2022), s'explica quins factors col·laboren en la formació de la identitat de gènere:

“la identidad de género constituye el resultado de un cuidadoso proceso que tiene lugar a lo largo de la socialización (...), de tal modo que, formando parte de la identidad personal, la identidad de género refleja cómo la tipificación sexual afecta incluso a nuestro autoconcepto: nacer hombre o mujer cobra así un significado tanto individual como colectivo, más allá de la diferenciación física propia del sexo”.

4.4. La vestimenta com a agent potenciador del gènere binari

Simmel (1938) ens explica que la forma de vestir és un “escut” davant les adversitats del món, també un instrument d'expressió social:

“La disposición estética es una dimensión de una relación distante y segura con el mundo y con los otros, que a su vez supone la seguridad y la distancia objetivas;

una manifestación del sistema de disposiciones que producen los condicionamientos sociales asociados con una clase particular (...). Pero es también una expresión distintiva de una posición privilegiada en el espacio social, cuyo valor distintivo se determina objetivamente (...).”

Panofsky (citat en Bourdieu, 1979) defensa que “dins de la classe d’objectes elaborats, definits per oposició als objectes naturals, la classe dels objectes artístics es definiria pel fet que requereixen ser percebuts segons una intenció pròpiament estètica, és a dir, percebuda en la seva *forma* més que en la seva *funció*”. El mateix autor adverteix que és gairebé impossible determinar el moment en què la *forma* triomfa sobre la *funció*, és a dir, quan els objectes es transformen en objectes purament artístics. La teoria de Panofsky ens demostra que la vestimenta, una classe d’objectes elaborats i no pròpiament naturals, no és purament artística. Tots sabem que la vestimenta necessita ser percebuda en la seva forma, ja que té una funció estètica; però també necessita, en gran part, ser percebuda en la seva funció perquè ha de seguir uns estàndards que han sigut imposats per la societat.

D'altra banda, segons Simmel (1938), “la moda es imitación de un modelo dado, y satisface así la necesidad de apoyarse en la sociedad; conduce al individuo por la vía que todos llevan, y crea un módulo general que reduce la conducta de cada uno a mero ejemplo de una regla”. Així doncs, a partir del pensament de l'autor, cal remarcar que la indústria de la moda és una eina de control social, a partir de la qual hi ha unes normes preestablertes. Afegeix l'autor: “la prueba más clara de que la moda es un mero engendro de necesidades sociales, mejor aún, de necesidades psicológicas puramente formales, está en que casi nunca podemos descubrir una razón material, estética o de otra índole, que explique sus creaciones”.

A més, Simmel (1938) creu que “la moda les ofrece [a las mujeres] a este efecto la más afortunada combinación: por un lado, constituye un círculo de imitación general, permite navegar tranquilamente por los grandes canales de la sociedad y descarga al individuo de la responsabilidad respecto a su gusto y conducta; por otro lado, da ocasión de distinguirse, al subrayar la personalidad mediante un atuendo individual”.

4.5. El transvestisme

Raquel Platero, a *Mujeres bajo sospecha* de Raquel Osborne, fa una anàlisi de la repressió de la masculinitat femenina, és a dir, de les dones travestis, durant la dictadura franquista. Durant la repressió del franquisme, després de la Segona República, una època en la qual les dones ja no eren reconegudes en els espais públics, havien d'exercir el rol de mare i esposa, el suport clau per a la unitat familiar. Raquel Osborne (2012) afegeix que "las mujeres solo podían ser heterosexuales, como parte fundamental de una maquinaria social y política fascista [...]. Las mujeres que no querían seguir el camino de un matrimonio y la maternidad solo tenían como salida el convento, la locura o la soltería". Així doncs, l'autora explica en quins aspectes la policia es fixava quan van detenir la seva companya:

"En tu ficha policial, la descripción de tu aspecto tiene un gran peso; nos deja ver que se preocuparon en ver qué llevabas y qué no. Ahora no solemos pensar en los calcetines y los pantalones como formas de travestismo, porque ha transcurrido ya tiempo desde que fueran excluidos de los varones. Y, sin embargo, a pesar de que han pasado cuarenta años desde tu detención, la ropa sigue siendo un marcador de las normas de género, de lo apropiado, con las debidas excepciones".

Després de cinquanta anys, el transvestisme està molt més acceptat en la societat espanyola actual, on diferents cantants, artistes o *influencers* han pogut expressar-se tal com han volgut en la forma de vestir, amb l'objectiu d'influir, intencionadament o no, en la construcció de la identitat de gènere.

Samantha Hudson, nascuda a Catalunya, és una artista multidisciplinària que ha destacat per expressar-se lliurement. La seva presència escènica i el seu estil únic han transformat les percepcions sobre el transvestisme, obrint camí a la diversitat i la llibertat d'expressió. A través de les seves actuacions, les xerrades o les conferències que ha realitzat i la gran presència a les xarxes socials, Hudson ha promogut la visibilitat i el respecte per a les persones de gènere fluid, transgènere..., convertint-se en un referent per a moltes persones que busquen autodeterminació en la seva identitat de gènere.

D'altra banda, Miguel Benlloch, reconegut per les seves investigacions en el camp de la diversitat sexual, ha contribuït en la comprensió i acceptació de la identitat de gènere i els rols de gènere, publicant diversos articles i llibres que han contribuït a la comprensió del tema. Durant la seva etapa com a activista, ha promogut la reflexió crítica sobre els rols de

gènere i la seva relació amb la societat i la cultura en manifestacions i campanyes a favor dels drets LGTBIQ. El seu treball ha servit com a font d'inspiració per a molts que lluiten per a la llibertat i la inclusió de totes les expressions de gènere possibles.



Tant Hudson com Benlloch han superat estigmes per arribar a ser referents en el món del transvestisme. Amb la seva valentia i compromís, han trencat barreres i han obert espais de diàleg i reconeixement per a les persones de gènere no binari. La seva contribució al debat sobre la identitat de gènere i la seva defensa del dret a l'autodeterminació han marcat un abans i un després en la manera com la societat concep la identitat de gènere i els rols de gènere en un món divers i globalitzat.

4. Metodologia

El següent Treball de Fi de Grau consta d'una investigació en la qual es realitzarà una petita proposta a infants de 12 anys, de 6è de Primària, que consisteix a buscar dos conjunts de roba per poder recollir dades sobre els estereotips de gènere que tenim arrelats al nostre subconscient. La investigació, en termes generals, té un enfocament qualitatiu a partir de l'anàlisi qualitativa de les dades recollides.

Recordant l'objectiu general d'*Identificar com influeix el món de la moda en la construcció de la identitat de gènere*, la proposta té el propòsit d'analitzar quins estereotips de gènere influeixen en les decisions de triar unes peces de roba o unes altres. Per aquesta raó, els infants tindran totes les botigues de roba en línia disponibles per escollir dos conjunts de roba, a partir de dos contextos proposats:

Context 1: Falta poc per acabar el curs a l'escola Tàber i la Marta prepara una festa per acomiadar-vos i desitjar-vos molta sort a la vostra pròxima etapa. Us demana que us vestiu de forma elegant. Quina roba escolliríeu?

Context 2: El Marco ja intueix que a l'estiu us trobarà a faltar i comença a organitzar una sortida a la platja. Us comunica que passareu el dia a la Costa Brava i després anireu a dinar a un restaurant. Com us vestiríeu?

Un cop els infants tinguin clar quin és el context, podran començar a fer la cerca elegint un mínim de 3 o 4 peces de roba i un màxim de 8, la qual cosa permetrà, a l'hora de dur a terme l'anàlisi de dades, un estudi més exhaustiu i ampli. Aquesta tasca serà individual per tal que els infants no es puguin guiar pels gustos d'altres companys/es.

Un cop recollides totes les propostes dels infants, es realitzarà una anàlisi rigorosa de les dades obtingudes per poder presentar l'enfocament qualitatiu. Durant el tractament de les dades, s'analitzarà cadascuna de les investigacions dels infants, tenint en compte la selecció de les peces de roba en cada un dels contextos proposats com també dels accessoris addicionals que poguessin escollir i del cromatisme de les peces de roba triades.

5. Anàlisi de les dades obtingudes

La següent anàlisi de dades es realitzarà a partir de 20 investigacions de conjunts de moda d'infants de 6è de Primària (Annex II)¹, els quals 11 s'han identificat amb el sexe masculí i 9, amb el sexe femení. Cap dels infants participants s'ha identificat com a intersexe o s'ha abstingut a l'hora de respondre aquesta qüestió.

Primer de tot, cal remarcar que tots els infants enquestats es van identificar amb el gènere que coincideix amb el sexe assignat en néixer, és a dir, la identitat dels infants és cisgènere en tots els casos; el 100% de la població és cisgènere. A més, cal destacar també, abans d'analitzar profundament les dades, que el gènere amb el qual s'associa la roba escollida per cada infant, en termes generals, és el mateix gènere amb el qual s'identifica l'infant. Ara bé, actualment hi ha moltes peces de roba que són andrògines, que tenen una aparença neutra; tot i això, de forma generalitzada, s'ha pogut observar un patró clarament definit on els infants identificats com a home escullen peces de roba "dirigides" per a ells, i les infants identificades com a dona escullen peces de roba "dirigides" per a elles.

Després de fer un buidatge de les 20 produccions i ordenar la informació a fi de produir gràfics de barres per poder interpretar-la de forma clara i senzilla, procedim a analitzar les dades i a posar-les en diàleg. En el primer context proposat, en el qual s'exigia als infants un estil elegant, es pot observar que el 100% dels infants identificats com a home han escollit dur pantalons i vambes. Pel que fa a la part superior del conjunt, 5 infants han optat per una samarreta, que representa el 45%; 2 infants han optat per una camisa, el 18%; i 4 infants han optat per dur un polo, el 36%. A més, una mostra molt petita ha escollit dur altres peces de roba no estrictament necessàries, com l'americana o el jersei, que han sigut escollides per un infant cadascuna, cosa que representa un 9% en relació amb els infants identificats com a home; o la gorra, elegida per 2 infants, representant un 18% del total.

D'altra banda, tenint en compte els infants que s'han identificat com a dona, podem veure a simple vista un ventall més ampli en l'elecció de la roba, tant en les peces imprescindibles com els accessoris complementaris. En primera instància, els pantalons i les vambes han sigut escollits molt menys en comparació als infants identificats com a home. Pel que fa al calçat, 3 infants van escollir les sandàlies, cosa que representa un 33%; 1 infant va escollir les vambes, un 11%; i les sabates de taló van ser escollides per 5 infants, representant un

¹ Annexos. Annex II. Anàlisi dels resultats.

56% del total. En oposició a 3 persones que van decidir posar-se pantalons, un 33%; les altres 6 infants van preferir el vestit o la granota, el 67%. Finalment, la bossa de mà va ser elegit per 3 persones i les arracades per 6 persones, cosa que indica que la freqüència d'escollir algun complement va ser força elevada.

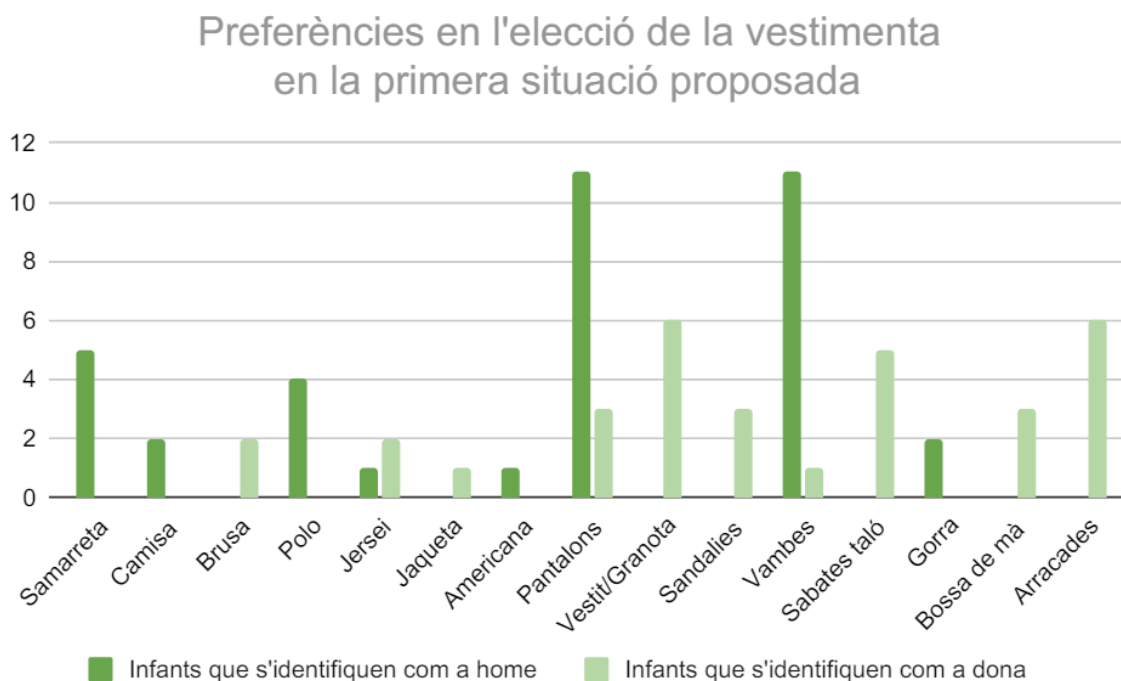


Fig 1: Gràfic de barres. Preferències en l'elecció de la vestimenta en la primera situació proposada en relació amb la identitat dels infants. Elaboració pròpia.

La segona situació proposada demanava als infants una vestimenta no tan formal com en el primer context, un conjunt de roba més casual. En aquest cas, també hem pogut observar grans diferències en l'elecció de les peces de roba en relació amb la identitat dels infants. Pel que fa als infants que s'han identificat com a dona, cal esmentar que el ventall de peces de roba és més ampli, com també ha passat en la primera situació, en comparació als infants que s'han identificat com a home. Començant per la part superior del conjunt, un 33%, 3 infants que s'identifiquen com a dona d'un total de 9, ha optat per una samarreta; un 56%, 5 infants, ha optat per una brusa; i una persona ha escollit el vestit, un 11% del total. A més, la faldilla ha estat escollida per 3 infants, un 33%; i el pantaló curt, per 5 infants, 56%. Fent èmfasi en el calçat, un 33% ha volgut posar-se unes sabates; un 44%, unes sandàlies; i un 22%, unes xancletes. D'altra banda, de les 5 persones que han seleccionat roba de bany d'un total de 9; un 40%, 2 infants, ha escollit banyador, i el 60% restant, 3 infants, ha

escollit el biquini. Per acabar, 6 persones d'un total de 9 va optar per dur gorra o barret, ulleres de sol o altres accessoris, com les arracades.

Pel que fa als infants que s'identifiquen com a home, les tendències en l'elecció són menys diversificades. A la part superior, 9 infants van escollir posar-se una samarreta, cosa que representa un 82% del total i els altres 2 infants van escollir la camisa, un 18%. A la part inferior, 6 infants van escollir el pantaló curt, representant un 55%, i 5 infants van escollir portar directament un banyador, un 45%. En el calçat, les xanquetes representen la majoria, 8 infants les van escollir, un 73% del total; la resta va escollir les vambes o les sandàlies. Finalment, cal destacar que 6 infants d'un total d'11 van decidir-se per la gorra o el barret o les ulleres de sol.

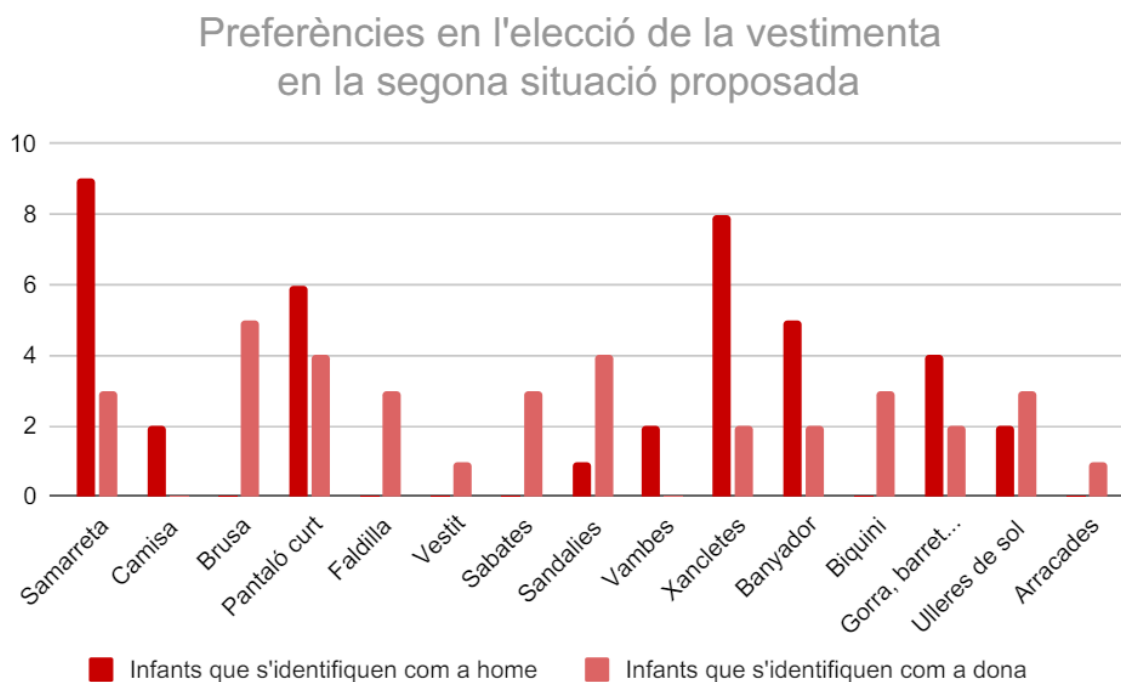


Fig 2: Gràfic de barres. Preferències en l'elecció de la vestimenta en la segona situació proposada en relació amb la identitat dels infants. Elaboració pròpia.

En tercer lloc, analitzant el cromatisme de les peces de roba escollides pels infants en els dos contextos proposats, podem concloure que les diferències en la tria de colors entre els dos grups mostra és força similar. El color negre, el blanc i el beix, colors molt actuals en el món de la moda, són utilitzats de forma quasi equilibrada tant en els infants identificats com a home com en els identificats com a dona. El blau, color que hem assignat socialment al sexe masculí, ha sigut elegit per un 82% dels infants identificats com a home, 9 infants d'un total d'11; enfront d'un 55% dels infants identificats com a dona, 5 infants d'un total de 9. El

taronja, el granat i el verd només han sigut escollits per a infants identificades com a dona; en canvi, el vermell, el rosa, el marró i el gris només han sigut elegits per a infants que s'han identificat com a home. Finalment, el color turquesa ha sigut escollit per una persona de cada grup mostra.

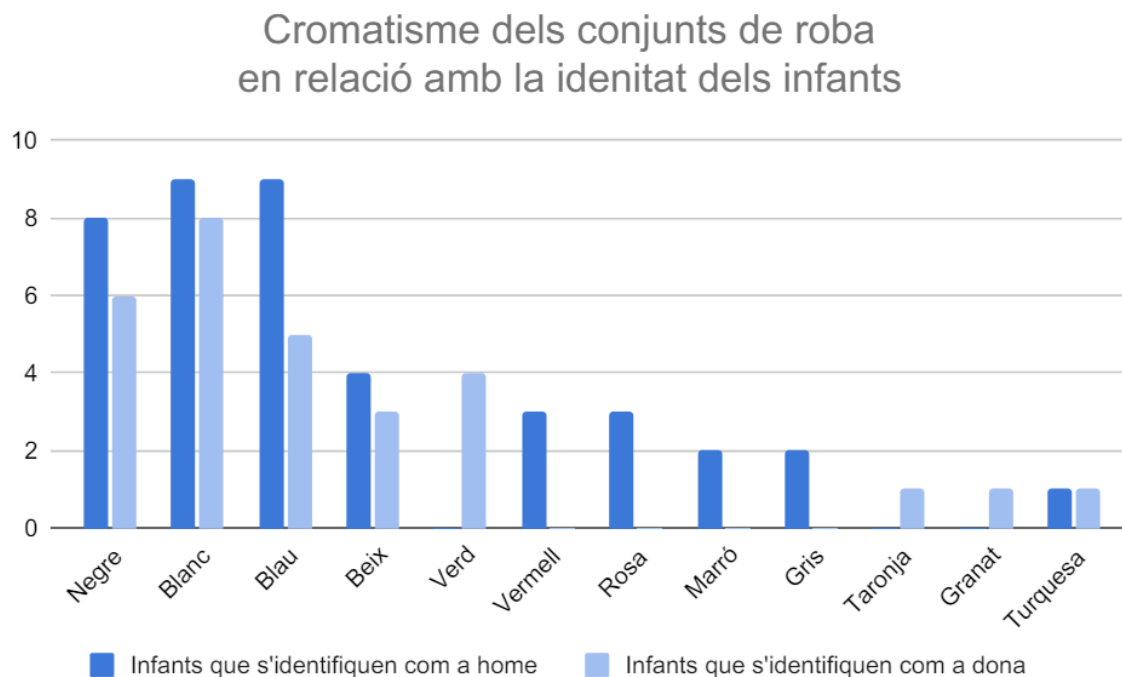


Fig 3: Gràfic de barres. Cromatisme dels conjunts de roba en relació amb la identitat dels infants. Elaboració pròpia.

6. Discussió dels resultats

Partint de la hipòtesi plantejada a l'inici d'aquest TFG sobre la influència de la indústria de la moda en la construcció de la identitat de gènere dels infants i/o adolescents i havent dut a terme una anàlisi rigorosa de les dades obtingudes a partir de la graella d'anàlisi (Annex I)², puc corroborar la meua hipòtesi i establir certes connexions entre l'elecció de la vestimenta dels participants i la construcció de la identitat de gènere de l'infant en el marc d'una societat que promou el binarisme de gènere.

En primer lloc, cal posar èmfasi que aquest binarisme de gènere es pot observar clarament en les respostes de la investigació, en les quals els conjunts de roba escollits corresponen a dos models imposats socialment on unes peces de roba són consumides només pel sexe masculí i unes altres, només pel sexe femení; a més, tampoc hi ha hagut cap altra identitat representada. La roba, com també la cosmètica o els accessoris, serveixen per esdevenir un tipus concret de persona en la societat; per tant, és un factor que participa en la construcció del gènere a escala individual, segons Judith Lorber (citada en Duval, 2021).

Seguint amb la teoria del binarisme de gènere, segons Money i Ehrhardt (1972; citats en Jayme, 2022), els rols de gènere són l'expressió pública de la identitat de gènere. Per això, en les dues situacions proposades en les quals havien d'eleger un conjunt de roba elegant i un altre de més informal, tots els infants que es van identificar com a dona van escollir roba que "corresponia" al seu sexe i el mateix va passar amb els que es van identificar com a home, enfortint els rols de gènere en contextos exclusivament públics. Així mateix, segons Kohlberg (1966, citat en Jayme, 2022), l'infant està motivat intrínsecament a assumir els rols de gènere en la seva necessitat de construir la identitat personal.

Com podem observar a través dels gràfics sobre l'elecció de la vestimenta en la primera i en la segona situació proposada, les peces de roba escollides entre els infants identificats com a dona i els identificats com a home és força diferent, tot i que en pocs casos coincideixi. A tall d'exemple, els infants identificats com a home, en cap dels casos, s'han decidit per una brusa, un vestit, unes faldilles, una bossa de mà o unes arracades, articles que durant anys han estat considerats per a les dones. A la inversa, també succeeix el mateix, tot i que no en tanta quantitat i freqüència. Altrament, hi ha articles que són elegits per un grup de la mostra amb una diferència considerable respecte a l'altre grup, com són la samarreta, els

² Annexos. Annex I. Graella d'anàlisi.

pantalons, les vambes o les xancletes. En conclusió, totes aquestes evidències extretes a partir de la investigació reafirmen el binarisme en la indústria de la moda, la qual influeix en l'elecció a l'hora de comprar-se qualsevol peça de roba o accessori.

En segon terme, fent especial atenció al cromatisme, en aquesta investigació s'ha pogut concloure que, en termes generals, el color no és un condicionant directe en la tria de la vestimenta. Un color que corrobora aquesta afirmació és un color que durant anys s'ha assignat erròniament al sexe femení, el rosa, que ha estat triat per tres infants identificats com a home i en cap cas per a infants identificades com a dona.

A tall de conclusió, cal aclarir que la socialització a través dels rols de gènere s'articula, segons Jayme (2022), a través del coneixement dels estereotips de gènere. Per aquesta raó, la millor forma de transmetre el contingut de la masculinitat i la feminitat socialment acceptats mitjançant estereotips consensuats per la majoria de la societat és a través de la vestimenta en els infants. La indústria de la moda és qui ens imposa de forma inconscient per part dels consumidors les bases d'una societat on tot ciutadà s'ha de vestir a partir del binarisme de gènere per aconseguir individus amb una identitat totalment homogeneïtzada.

7. Conclusions

Al llarg d'aquest TFG, considero que he pogut assolir l'objectiu principal que tenia el propòsit "d'identificar com influeix el món de la moda en la construcció de la identitat de gènere". Hem pogut concloure que la totalitat de les persones enquestades van escollir peces de roba associades, erròniament, al seu sexe i, per aquesta raó, podríem considerar que la indústria de la moda influeix perjudicialment en la construcció de la identitat dels individus, perquè converteix la identitat personal en una identitat totalment homogeneïtzada. Pel que fa als objectius específics, també s'han anat desenvolupant al llarg del marc teòric i en la recerca d'investigació duta a terme.

A través del marc teòric i l'anàlisi pràctica, hem confirmat que la indumentària no només reflecteix sinó que també participa en la construcció de la identitat de gènere; tanmateix, aquesta evidència es demostra en com la moda pot reforçar o qüestionar les normes socials establertes. A més, les dades recollides indiquen que la manera en què les persones es vesteixen afecta significativament la percepció social de la seva identitat de gènere, validant la hipòtesi plantejada inicialment, ja que l'elecció de les peces de roba està condicionada, indirectament o no, per un marc imposat per la societat on vivim i, específicament, per totes aquelles marques comercials de la indústria de la moda; la qual cosa influeix en la construcció de la identitat de gènere dels infants i els adolescents.

La part d'investigació ha patit diversos canvis al llarg de l'elaboració d'aquest TFG. La idea principal va ser que hi participessin infants d'entre 6 i 12 anys, cosa que vaig pensar que dificultaria la recollida de dades i la discussió clara i òptima dels resultats. La millor opció, doncs, va ser escollir un grup mostra més reduït per poder aconseguir uns resultats més concrets. Tenint això en compte, el grup mostra que es va decidir utilitzar van ser alumnes de 6è de Primària, perquè l'elecció dels conjunts de roba fos més intencionada i conscient.

Aquest treball obre diverses vies per a futures investigacions. En primer lloc, es podria oferir una perspectiva més profunda sobre com la indumentària influeix en la identitat de gènere al llarg del temps, és a dir, fer la mateixa investigació amb un grup d'infants d'una edat diferent i fer una comparació entre els resultats de cada cas. Una altra línia de continuïtat força interessant seria comparar diferents cultures i/o societats per veure com la indumentària influeix en la identitat de gènere, com també una recerca específica sobre com la indumentària és utilitzada per persones de gènere no binari, cosa que podria oferir nous coneixements sobre la diversitat en l'expressió de gènere.

En conclusió, aquest Treball de Fi de Grau ha demostrat que la indumentària és un element clau en la construcció de la identitat de gènere. La relació entre la indústria de la moda i la identitat de gènere és complexa i dinàmica. Així doncs, aquesta recerca pot contribuir a una millor comprensió de com els infants utilitzen la indumentària per expressar i construir la seva identitat de gènere, d'acord amb les normes socioculturals adherides al binarisme de gènere, en un món de canvi constant.

8. Reflexions en la contribució al camp de l'educació

Des del meu punt de vista, l'aprenentatge de la diversitat sexual i de gènere, és a dir, de la identitat de gènere dels infants i adolescents rau en l'escola, però sobretot en les famílies. Shailer Lawton (citada en Duval, 2021) reflexiona sobre el fet que la institució familiar és l'agent de socialització cabdal en atorgar masculinitat als seus fills i feminitat a les filles. En atenció a això, tant la família com l'escola han de ser agents de socialització preparats pels nous reptes de l'actualitat en la qual s'han manifestat altres identitats, on el binarisme de gènere ja és passat.

D'altra banda, Suárez (2009) considera que l'Efecte Pigmalión juga un paper essencial en el procés de socialització dels infants, ja que l'aprenentatge es veu influenciat per les expectatives dels docents respecte a diversos aspectes, com pot ser el rendiment, els interessos i l'actitud de l'infant. L'autora afegeix que "las creencias sobre las posibilidades académicas y profesionales de los grupos de adolescentes, a partir de su sexo, ponen en compromiso el horizonte de oportunidades de los mismos, acercando sus preferencias electivas a las expectativas generadas inicialmente en los docentes", l'anomenat Efecte Pigmalión. Així doncs, les oportunitats professionals dels joves estaran vinculades, a causa de les expectatives inicials del professorat, a aquelles professions assignades erròniament a un gènere o a un altre segons si ets home o dona; per tant, l'escola ha de poder creure en les capacitats de cada infant, deixant enrere tota mena de prejudicis.

Finalment, vull destacar que, gràcies a la investigació que vaig realitzar amb infants de 6è de Primària, vaig tenir l'oportunitat de fer una petita dinàmica, la qual ens va servir per parlar sobre les quatre branques de la diversitat sexual i de gènere que són el sexe biològic, la identitat de gènere, l'orientació sexual i l'expressió de gènere (Annex III)³. Juntament amb els infants, després que tots ells/es intentessin fer el mapa conceptual que vaig preparar, vam parlar sobre què volia dir cada una de les qualitats esmentades i vam descobrir quines tipologies de diversitat sexual i de gènere existeixen en cada una d'aquestes qualitats. En aquesta proposta, els infants van tenir una estona per pensar, reflexionar, debatre i donar l'opinió personal envers la temàtica, cosa que els servirà per conèixer-se i desenvolupar-se en un futur no gaire llunyà.

³ Veure a Annexos. Annex III. Dinàmica a l'escola.

“No se trata de igualar a los dos colectivos desde una uniformidad artificial o a una homogeneización androcéntrica, sino que se trata de construir escenarios de libertad en los que no haya ningún tipo de barrera real o simbólica que condicione el desarrollo y los deseos de cada persona a causa de su sexo.”

Mirta S. Lojo Suárez, (2009)

9. Referències bibliogràfiques

Benlloch, M. (2019). Mirar de frente. Los primeros movimientos homosexuales. Mirar de frente, (pp 119 - 148). CentroCentro.

Berger, P. & Luckmann, T. (1986). La sociedad como realidad subjetiva (Cap. III). La construcción social de la realidad, (pp. 162 - 225). Amorrortu editores.

Bourdieu, P. (1979). Títulos y cuarteles de nobleza cultural (Cap. I). Crítica social del juicio del gusto (1ª parte). La distinción. Criterio y bases sociales del gusto, (pp. 9 - 96). Les Editions de Minuit.

Butler, Judith. (1990). Prohibición, psicoanálisis y producción de la matriz heterosexual (Cap. II). El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad, (pp. 101 - 172). Paidós.

Duval, E. (2021). Después de lo trans. Sexo y género entre la izquierda y lo identitario. La Caja Books.

Jayne, M. (2022). La identidad de género. La construcción de la orientación sexual, 10 (40), 5 - 22.

Muñoz, A. (2023, setembre, 27). Samantha Hudson: "Soy un producto nacional más exquisito que el aceite de oliva virgen". Público, 4.

<https://www.publico.es/uwu/cultura/samantha-hudson-soy-un-producto-nacional-mas-exquisito-que-el-aceite-de-oliva-virgen/>

Osborne, R. (2012). "Su gran placer es usar calzoncillos y calcetines": la represión de la masculinidad femenina bajo la dictadura (Cap. IX). Mujeres bajo sospecha. Memoria y sexualidad 1930-1980, (pp. 175 - 192). Editorial Fundamentos.

Sánchez, T. (2009). Desarrollo de la identidad de género desde una perspectiva psico-socio-cultural: un recorrido conceptual. Revista interamericana de Psicología, 43(2), 250-259. Recuperat de <https://www.redalyc.org/pdf/284/28412891006.pdf>

Simmel, G. (1938). Filosofía de la moda. Cultura femenina y otros ensayos. (pp. 109-143). Colección Austral.

Suárez, M. S. L. (2009). Perspectiva de género en el proceso de socialización. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 2(1), 727-731. Recuperat de <https://www.redalyc.org/pdf/3498/349832321078.pdf>

Yubero, S. (2005). Capítulo XXIV: Socialización y aprendizaje social. *Psicología social, cultura y educación*, coord. por Darío Páez Rovira, Itziar Fernández Sedano, Silvia Ubillos Landa, Elena Zubieta, 819-844.

10. Annexos

10.1. Annex I. Graella d'anàlisi

Amb quin gènere s'identifica l'infant?	Dona	Home	No binari
A quin gènere s'atribueix la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
A quin gènere s'atribueixen els colors de la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
El gènere amb el qual s'identifica l'infant és el mateix que s'associa a la roba escollida?		Sí	No
Comentari:			

10.2. Annex II. Anàlisi dels resultats

Alumne 1

Amb quin gènere s'identifica l'infant?	Dona	Home	No binari
	x		
A quin gènere s'atribueix la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
	x		
A quin gènere s'atribueixen els colors de la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
			x
El gènere amb el qual s'identifica l'infant és el mateix que s'associa a la roba escollida?		Sí	No
		x	

Comentari: Els colors de la roba escollida, tant en el primer context com en el segon, es poden classificar poc en un gènere o en un altre.

Context 1

	
Marca: Mango	Marca: Stradivarius
	
Marca: Mango	Marca: Brownie

Context 2

	
Marca: Zara	Marca: Sandalia
	
Marca: Zara	

Alumne 2

Amb quin gènere s'identifica l'infant?	Dona	Home	No binari
	x		
A quin gènere s'atribueix la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina

	x		
A quin gènere s'atribueixen els colors de la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
	x		
El gènere amb el qual s'identifica l'infant és el mateix que s'associa a la roba escollida?	Sí	No	
	x		
Comentari: El color predominant, a part del blanc o el beige, és el granate.			

Context 1

	
Marca: Temu	Marca: Tous
	
Marca: Moschino	Marca: Lefties

Context 2

	
Marca: Brownie	Marca: Karl Lagerfeld
	
Marca: Zalando	

Alumne 3

Amb quin gènere s'identifica l'infant?	Dona	Home	No binari
		x	
A quin gènere s'atribueix la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
		x	
A quin gènere s'atribueixen els colors de la	Femení	Masculí	Andrògina

roba escollida?			x
El gènere amb el qual s'identifica l'infant és el mateix que s'associa a la roba escollida?	Sí	No	
	x		
Comentari: En el primer context, s'utilitza el negre per a la samarreta i les sabates; en el segon context, s'utilitza el rosa com a color predominant.			

Context 1

	
Marca: Moschino	Marca: Benetton
	
Marca: Nike	

Context 2

	
Marca: Jack & Jones	Marca: Jack & Jones
	
Marca: Gucci	Marca: Puma
	
Marca: Jack and Jones	

Alumne 4

Amb quin gènere s'identifica l'infant?	Dona	Home	No binari
	x		
A quin gènere s'atribueix la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
	x		
A quin gènere s'atribueixen els colors de la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
	x		
El gènere amb el qual s'identifica l'infant és el mateix que s'associa a la roba escollida?		Sí	No
		x	
Comentari: En aquests dos conjunts, tenim una àmplia varietat de colors els quals s'acostumen a atribuir al gènere femení.			

Context 1

	
Marca: H&M	Marca: Zara

	
Marca: Brownie	Marca: Zara
	
Marca: H&M	

Context 2

	
Marca: Bershka	Marca: Lefties

	
Marca: Lefties	Marca: Mango
	
Marca: H&M	Marca: El Corte Inglés

Alumne 5

Amb quin gènere s'identifica l'infant?	Dona	Home	No binari
	x		
A quin gènere s'atribueix la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
	x		
A quin gènere s'atribueixen els colors de la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
			x
El gènere amb el qual s'identifica l'infant és el mateix que s'associa a la roba escollida?	Sí	No	
	x		

Comentari: En el primer context, s'utilitzen colors negres. En el segon context, el color predominant és el verd, color andrògin.

Context 1

	
Marca: Mango	
	
Marca: Stradivarius	Marca: Prada

Context 2

	
Marca: H&M	Marca: Mango
	
Marca: Converse	

Alumne 6

Amb quin gènere s'identifica l'infant?	Dona	Home	No binari
	x		
A quin gènere s'atribueix la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
	x		

A quin gènere s'atribueixen els colors de la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
			x
El gènere amb el qual s'identifica l'infant és el mateix que s'associa a la roba escollida?	Sí		No
	x		
Comentari: Els colors escollits, de forma general, no s'atribueixen a un gènere en concret.			

Context 1

	
Marca: Azazie	Marca: Guess

Context 2

	
Marca: Stradivarius	Marca: Zara
	
Marca: Pull & Bear	Marca: Brownie

Alumne 7

Amb quin gènere s'identifica l'infant?	Dona	Home	No binari
		x	
A quin gènere s'atribueix la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
		x	

A quin gènere s'atribueixen els colors de la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
		x	
El gènere amb el qual s'identifica l'infant és el mateix que s'associa a la roba escollida?	Sí		No
	x		
Comentari: Els colors que predominen en els dos conjunts de roba són el vermell i el blau.			

Context 1

	
Marca: Lacoste	Marca: Gianni Lupo
	
Marca: Nike	Marca: Nike

Context 2

	
Marca: Nike	Marca: Sharklas
	
Marca: Police	Marca: Nike
	
Marca: Eggsellent	

Alumne 8

Amb quin gènere s'identifica l'infant?	Dona	Home	No binari
		x	
A quin gènere s'atribueix la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
		x	
A quin gènere s'atribueixen els colors de la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
			x
El gènere amb el qual s'identifica l'infant és el mateix que s'associa a la roba escollida?		Sí	No
		x	
Comentari: En aquests dos conjunts, els colors que hi podem observar són el blau, el vermell, el gris, el marró i el blanc.			

Context 1

	
Marca: Gucci	Marca: Nike

	
Marca: Zara	

Context 2

	
Marca: Zara	Marca: Carhartt
	
Marca: Jack & Jones	Marca: Birkenstock

Alumne 9

Amb quin gènere s'identifica l'infant?	Dona	Home	No binari
		x	
A quin gènere s'atribueix la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
		x	
A quin gènere s'atribueixen els colors de la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
			x
El gènere amb el qual s'identifica l'infant és el mateix que s'associa a la roba escollida?		Sí	No
		x	
Comentari: El negre i el blanc, els dos colors predominants. En el segon conjunt, el blau atribuït normalment al gènere masculí, i el rosa atribuït normalment al gènere femení.			

Context 1

	
Marca: Zara	Marca: Nike

	
Marca: Pull & Bear	Marca: Tommy Hilfiger

Context 2

	
Marca: H&M	Marca: Sharklas
	
Marca: H&M	Marca: Quiksilver

Alumne 10

Amb quin gènere s'identifica l'infant?	Dona	Home	No binari
	x		
A quin gènere s'atribueix la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
	x		
A quin gènere s'atribueixen els colors de la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
			x
El gènere amb el qual s'identifica l'infant és el mateix que s'associa a la roba escollida?		Sí	No
		x	
Comentari: Els colors d'aquests dos conjunts són el blanc, el beige i el negre.			

Context 1

	
Marca: Zara	Marca: Stradivarius

	
Marca: Zara	Marca: Zara

Context 2

	
Marca: H&M	Marca: Brownie

	
Marca: Brownie	Marca: Zara

Alumne 11

Amb quin gènere s'identifica l'infant?	Dona	Home	No binari
		x	
A quin gènere s'atribueix la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
		x	
A quin gènere s'atribueixen els colors de la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
		x	
El gènere amb el qual s'identifica l'infant és el mateix que s'associa a la roba escollida?		Sí	No
		x	
Comentari: Els colors escollits per als dos conjunts són el blanc, de forma predominant, el blau marí i el blau cel.			

Context 1

	
Marca: Lacoste	Marca: Lacoste
	
Marca: Zara	

Context 2

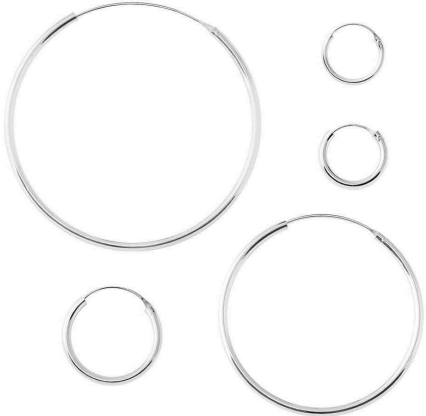
	
Marca: Pull & Bear	Marca: H&M
	
Marca: Sharklas	

Alumne 12

Amb quin gènere s'identifica l'infant?	Dona	Home	No binari
	x		
A quin gènere s'atribueix la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
	x		
A quin gènere s'atribueixen els colors de la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina

			x
El gènere amb el qual s'identifica l'infant és el mateix que s'associa a la roba escollida?	Sí	No	
	x		
Comentari: Els colors dels dos conjunts de roba següents són el negre, el blanc i el blau cel.			

Context 1

	
Marca: Pull & Bear	Marca: Converse
	
Marca: Aina	

Context 2

	
Marca: Shein	Marca: Shein
	
Marca: Nike	Marca: Shein

Alumne 13

Amb quin gènere s'identifica l'infant?	Dona	Home	No binari
		x	
A quin gènere s'atribueix la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
		x	
A quin gènere s'atribueixen els colors de la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
		x	
El gènere amb el qual s'identifica l'infant és el mateix que s'associa a la roba escollida?		Sí	No
		x	
Comentari: El color predominant, tant en el primer conjunt com en el segon, és el blau marí.			

Context 1

	
Marca: Quiksilver	Marca: Under Armour

	
Marca: Mango	Marca: Hurley

Context 2

	
Marca: Hurley	Marca: Quiksilver

	
Marca: Quiksilver	

Alumne 14

Amb quin gènere s'identifica l'infant?	Dona	Home	No binari
		x	
A quin gènere s'atribueix la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
		x	
A quin gènere s'atribueixen els colors de la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
			x
El gènere amb el qual s'identifica l'infant és el mateix que s'associa a la roba escollida?		Sí	No
		x	
Comentari: El color predominant és el negre.			

Context 1

	
Marca: Jack & Jones	Marca: El Corte Inglés
	
Marca: Jack & Jones	Marca: Zalando

Context 2

	
Marca: Zara	Marca: Pull & Bear
	
Marca: Pull & Bear	

Alumne 15

Amb quin gènere s'identifica l'infant?	Dona	Home	No binari
	x		
A quin gènere s'atribueix la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
	x		
A quin gènere s'atribueixen els colors de la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
			x
El gènere amb el qual s'identifica l'infant és el mateix		Sí	No

que s'associa a la roba escollida?	x	
Comentari: En el primer conjunt, el color que predomina és el negre. En el segon conjunt, els colors escollits són el blanc, el taronja i el blau cel.		

Context 1

	
Marca: Stradivarius	Marca: Temu
	
Marca: PetiteMarie	

Context 2

	
Marca: Brownie	Marca: Brownie
	
Marca: Zara	Marca: Nike

Alumne 16

Amb quin gènere s'identifica l'infant?	Dona	Home	No binari
	x		
A quin gènere s'atribueix la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina

	x		
A quin gènere s'atribueixen els colors de la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
			x
El gènere amb el qual s'identifica l'infant és el mateix que s'associa a la roba escollida?		Sí	No
		x	
Comentari: Els colors d'aquests dos conjunts són el blanc i el negre.			

Context 1

	
Marca: Pull & Bear	Marca: Nicole

	
Marca: Shein	Marca: Shein

Context 2

	
Marca: Shein	Marca: Prada

	
Marca: Shein	Marca: Shein
	
Marca: Shein	Marca: Shein

Alumne 17

Amb quin gènere s'identifica l'infant?	Dona	Home	No binari
		x	
A quin gènere s'atribueix la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
		x	
A quin gènere s'atribueixen els colors de la	Femení	Masculí	Andrògina

roba escollida?			x
El gènere amb el qual s'identifica l'infant és el mateix que s'associa a la roba escollida?	Sí	No	
	x		
Comentari: En el primer context, els colors escollits són el blau marí i el blanc. En el segon context, els colors escollits són el blanc, el beige i el rosa, normalment atribuït al gènere femení.			

Context 1

	
Marca: Lacoste	Marca: Lacoste
	
Marca: H&M	

Context 2

	
Marca: Zara	Marca: Sharklas
	
Marca: Pull & Bear	

Alumne 18

Amb quin gènere s'identifica l'infant?	Dona	Home	No binari
		x	
A quin gènere s'atribueix la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
		x	

A quin gènere s'atribueixen els colors de la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
			x
El gènere amb el qual s'identifica l'infant és el mateix que s'associa a la roba escollida?	Sí		No
	x		
Comentari: Els colors predominants són el negre i el blanc.			

Context 1

	
Marca: Gucci	Marca: Macson
	
Marca: Jake & Jones	

Context 2

	
Marca: Amazon	Marca: Moschino
	
Marca: Nike	Marca: Jack & Jones

Alumne 19

Amb quin gènere s'identifica l'infant?	Dona	Home	No binari
		x	
A quin gènere s'atribueix la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
		x	
A quin gènere s'atribueixen els colors de la	Femení	Masculí	Andrògina

roba escollida?			x
El gènere amb el qual s'identifica l'infant és el mateix que s'associa a la roba escollida?		Sí	No
		x	
Comentari: En el primer conjunt, els colors són el negre i el beige. En el segon conjunt, els colors són el blau cel, el beige i el gris.			

Context 1

	
Marca: H&M	Marca: Pull & Bear
	
Marca: Pull & Bear	

Context 2

	
Marca: Zara	Marca: Lefties
	
	Marca: Sharklas

Alumne 20

Amb quin gènere s'identifica l'infant?	Dona	Home	No binari
		x	
A quin gènere s'atribueix la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
		x	
A quin gènere s'atribueixen els colors de la roba escollida?	Femení	Masculí	Andrògina
			x

El gènere amb el qual s'identifica l'infant és el mateix que s'associa a la roba escollida?	Sí	No
	x	
Comentari: En el primer conjunt de roba, el color predominant és el blanc. En el segon conjunt de roba, els colors predominants són tonalitats marronoses, blau cel i un verd blavós.		

Context 1

	
Marca: Moschino	Marca: Stone Island
	
Marca: Pull & Bear	Marca: Alexander Mcqueen

	
Marca: Gucci	

Context 2

	
Marca: Gucci	Marca: Billabong
	
Marca: Nike	Marca: Louis Vuitton

	
Marca: Versace	

10.3. Annex III. Dinàmica a l'escola

