

ANALYSE FPS - 2015

Déjouer le sexisme



Femmes Prévoyantes Socialistes - www.femmesprevoyantes.be



Déjouer le sexisme – FPS 2015

Julie Gillet

Chargée d'études

Secrétariat général des FPS

julie.gillet@solidaris.be

Editrice responsable: Carmen Castellano, Place St-Jean, 1-2, 1000 Bruxelles.

Tel : 02/515 04 01



C'est pour une fille ou pour un garçon ?

A l'approche des fêtes, comme chaque année, les catalogues de jouets envahissent nos boîtes aux lettres. Au fil des pages en papier glacé, deux mondes se dessinent... D'un côté, un univers rose, doux, pelucheux, peuplé de poupées, de dinettes et de carnets intimes. De l'autre, place au noir, à l'action, aux aventures extraordinaires et aux super-héros. Le premier monde, celui des petites filles, les cantonne au maternage, aux rêves, à l'apparence physique. Le deuxième, celui des petits garçons, les pousse vers l'extérieur, le dépassement de soi, le combat. Il s'agit là de deux univers radicalement opposés, entre lesquels très peu de ponts sont faits. Certes, nous voyons ici et là une fillette assise derrière un jeu de construction, un garçonnet tenant un ourson par la patte, mais cela reste anecdotique.

Dans notre société actuelle, que l'on dit égalitaire, est-ce bien logique ? A l'heure où femmes et hommes travaillent, où femmes et hommes s'occupent des enfants, ne pourrait-on pas espérer des jouets reflétant davantage la réalité et sa diversité ?

Derrière chaque jouet se cache de nouvelles compétences à développer, de nouvelles aptitudes à acquérir. Par exemple, un enfant qui écrit dans son carnet intime apprendra à exprimer ses émotions. Un autre construisant un engin mécanique développera des compétences de planification. Séparer les univers de jeux peut donc empêcher les enfants de développer certaines compétences généralement attribuées à l'autre sexe. Là où généralement les garçons améliorent la maîtrise de leur corps et apprennent à mieux se repérer dans l'espace, les filles développent leur dextérité et leur imagination. Mais n'est-ce pas des compétences utiles aux deux sexes ?

Nous déplorons que tous les enfants n'aient pas la possibilité de tester l'ensemble des jouets, d'acquérir l'ensemble des compétences. Il ne s'agit pas de refuser ou d'imposer un type de jouet à un enfant, mais d'ouvrir l'éventail des choix, de ne pas limiter l'enfant aux seuls jouets socialement attribués à son genre.

D'autant plus que la répartition sexuée va induire un conditionnement chez l'enfant qui peut avoir des répercussions sur sa vie future, notamment dans ses choix professionnels. Par exemple, les petites filles, habituées à soigner leurs poupées et faire la dinette, vont davantage se tourner vers les secteurs professionnels de la santé, du soin aux personnes, de l'enseignement. Des carrières bien moins rémunératrices que les filières scientifiques et techniques où l'on va pousser les petits garçons. Conséquence : les inégalités salariales entre les femmes et les hommes s'élèvent toujours à 20% en Belgique.



Ô Grand Saint-Nicolas, patron des préjugés

« C'est elle qui ne veut que des poupées », entend-on souvent. Et oui, c'est vrai : dès qu'ils sont en âge de choisir, les enfants se tournent prioritairement vers les jouets traditionnellement réservés à leur sexe... parce que toute une série de facteurs les y pousse depuis leur plus jeune âge ! Il faut savoir que les enfants ne s'identifient pas comme fille ou comme garçon avant d'avoir atteint l'âge de deux ans et demi. Mais famille et éducateurs sexuent leur environnement bien avant, de la décoration de la chambre au choix des vêtements, de leur manière de communiquer avec eux aux jeux qu'ils leur proposent. Livres, publicités, films, médias, etc. renforcent encore l'idée d'un clivage entre les femmes et les hommes, l'idée qu'il existe des différences « fondamentales et naturelles » entre les femmes et les hommes.

Aussi, les adultes, parents ou instituteurs, ont des attentes et projections différentes en fonction du sexe de l'enfant qui se trouve devant eux. Ces projections, souvent inconscientes, les amènent à avoir des comportements différents. L'expérience de Condry en est un bon exemple. Dans celle-ci, on montre à deux groupes de personnes une vidéo d'un bébé de 9 mois en train de jouer avec une boîte. Au bout d'un certain temps, le couvercle s'ouvre, un bonhomme sort de la boîte et le bébé se met à pleurer. Au premier groupe, on dit que le bébé est une fille, au second, qu'il s'agit d'un garçon. Le premier groupe dira que l'enfant pleure car il a peur, le second parce qu'il est en colère. La « fille » sera réconfortée et cajolée, le « garçon » provoquera l'amusement.

Aujourd'hui, il n'existe aucune étude scientifique rigoureuse qui démontrerait une quelconque différence entre les cerveaux des filles et ceux des garçons à la naissance. Dans ses travaux, la neurobiologiste Catherine Vidal démontre d'ailleurs que les différences entre chaque cerveau sont tellement importantes qu'elles dépassent les différences moyennes entre les deux sexes. Elle explique également que le cerveau va fabriquer sans cesse des nouveaux circuits de neurones en fonction des expériences vécues. Elle nomme cela la « plasticité cérébrale » : seuls 10% de nos 100 milliards de neurones sont connectés entre eux à la naissance, les 90% de connexions restantes se construisant progressivement au gré des influences de la famille, de l'éducation, de la culture, de la société. En jouant à la poupée, une petite fille va façonner son cerveau différemment qu'un petit garçon jouant au combat.

Alors, oui, bien entendu, ce sont souvent les enfants eux-mêmes qui réclament des jouets « de leur genre ». Mais parce qu'ils y sont conditionnés depuis leur plus jeune âge. C'est là que devraient intervenir les adultes, en ouvrant les choix des enfants si ceux-ci sont très



stéréotypés, en glissant par exemple un jeu de construction au milieu des poupées, et inversement.

Laisse ça, c'est pour les filles !

Nous l'avons vu, les jouets permettent d'acquérir de nombreuses compétences et aptitudes. Ils contribuent également à la construction identitaire des enfants. Ils permettent l'intériorisation des normes. Par le jeu, l'enfant met en scène le monde qui l'entoure, lui permettant de mieux le comprendre, d'intégrer les mécanismes sociaux qui le régissent. Or, aujourd'hui, trop souvent, le petit garçon qui joue à des jeux socialement admis comme féminins va être la cible de moqueries. « *Je ne vais quand même pas lui acheter une Barbie, c'est pour les filles !* », entend-on parfois. A l'inverse, une petite fille jouant à des jeux socialement admis comme masculins suscitera certes peut-être un peu d'étonnement, mais rarement des critiques. Pour beaucoup, s'il est (presque) devenu « normal » de voir une fillette jouer aux petites voitures, il est encore dérangeant de voir un garçonnet cajoler sa poupée.

En filigrane, l'idée que les jouets dits féminins sont *moins bien* que les jouets dits masculins, que les activités dites féminines sont *moins bien* que les activités dites masculines. Qu'il y a quelque chose d'un peu honteux pour un garçon d'apprécier les occupations traditionnellement féminines. C'est ainsi que se construit la dévalorisation du féminin, bien ancrée dans nos sociétés patriarcales, et que s'insinue sournoisement dans l'esprit de chacun l'idée qu'être une femme, c'est tout de même *un peu moins bien* qu'être un homme, et qu'il est bien normal qu'on se moque, qu'on dévalorise ou qu'on réduise les femmes à l'état d'objet.

Une petite entreprise qui ne connaît pas la crise...

En 2012, la célèbre marque Lego provoquait le tollé en sortant une nouvelle gamme de produits spécifiquement destinée aux filles, centrée sur les animaux, la famille et les relations, le tout sur fond rose et arrondi. Si la marque s'est depuis lors plutôt bien rattrapée, notamment avec une collection « femmes scientifiques », la pratique n'en est pas moins restée l'exemple-type du « marketing genré », ou, en d'autres termes, du « pourquoi vendre un seul produit là où on peut en vendre deux ? ». Les entreprises de jouets ont tout à gagner à proposer des jouets pour filles et d'autres pour garçons. Plus ils créent de cibles,



plus ils vendent. Plutôt que de vendre un vélo rouge pour toute une fratrie, ils préfèrent vendre un vélo rose à pompons et un vélo Spiderman¹.

Il faut savoir que le marketing genré est un phénomène assez récent. Au début du XXe siècle, il n'existait pas, dans les publicités, de distinction entre les jouets de filles et ceux de garçons. Dans les années 1920, le rose commence à être associé aux filles, le bleu aux garçons, et les jouets se font doucement l'écho de cette nouvelle mode. Mais il faudra attendre les années 50 pour voir les premiers exemples de marketing réellement genré. Néanmoins, comme l'explique la sociologue Elizabeth Sweet, le phénomène disparaît presque entièrement dans les années 70. Les trois-quarts des jouets dans les catalogues de 1975 ne sont pas sexués. On voit des petites filles qui construisent et jouent au pilote d'avion, des petits garçons qui cuisinent. Ce n'est qu'à partir de 1995 que la différenciation entre les jouets pour filles et ceux pour garçons revient en force.

Que faire alors, en tant que parents ?

Aujourd'hui, trouver un jouet non-genré peut se révéler difficile. Alors, quel serait le jouet idéal ? Vers quoi se tourner dès lors que nous sommes sensibles à donner une éducation égalitaire à nos enfants ? Comme nous l'avons déjà dit, il ne s'agit pas forcément de tirer une croix sur les jouets genrés. Le jouet en lui-même n'est pas sexiste, c'est le fait de le réserver à un sexe qui est sexiste. Il est important d'associer tous les jouets aux deux sexes. Proposer un journal intime à un petit garçon, un kit d'exploration à une petite fille, afin de leur ouvrir au maximum le champ des possibles, de leur permettre de développer leurs goûts et leurs compétences non pas en fonction de normes imposées, mais de leurs réelles préférences.

Enfin, certains jouets, de par leur nature même, sont également à privilégier : les équipements sportifs, les instruments de musique, les jeux de société et de construction. Des jouets plutôt neutres, qui laissent place à l'imagination et n'enferment pas les enfants dans des rôles trop figés. De nombreux livres et films d'animation non-stéréotypés existent également aujourd'hui et proposent des modèles identitaires différents. En voici quelques exemples : <http://www.ydesfemmesmtl.org/documents/Dix-livres-pour-enfants-qui-debouloignent-les-stereotypes-de-genre.pdf>.

¹ Notons que le marketing genré ne se limite pas aux produits pour enfants : ces dernières années, nous avons pu assister, entre autres nombreux exemples, à l'émergence de brosses à dents (Sanogyl), de vins (Be), de Bics, de GPS (Carmin) et même d'Apericubes pour femmes.



Bibliographie

- Carnet d'accompagnement de l'exposition « Rose ou bleu, seulement si je veux ! », imaginé et construit par Latitude Jeunes, 2011. Ce carnet est disponible sur leur site : <http://www.latitudejeunes.be/OutilsEtPublications/EgaliteFilles-Garcons/Pages/default.aspx>
- « Pour Noël, cinq cadeaux pour enfants garantis sans sexisme », paru le 21/12/2014 dans Slate, par Vincent Manilève.
- « Superhéros d'un côté, princesses de l'autre : comment les jouets véhiculent les clichés sexistes », paru le 18/12/2014 dans Le Monde, par Gaëlle Dupont.
- « Jouets pour filles, jouets pour garçons, pourquoi ? », paru le 6/12/2014 sur le site de l'association Adéquations.
- « Il est impossible de deviner si un cerveau appartient à un homme ou une femme », paru le 25/05/2013 dans Le Monde, par Lucie Soullier.
- « Jouets pour enfants : quelques chiffres pour mesurer le sexisme », paru le 14/12/2013 sur Rue89, par Pascal Riché.
- « Jouets : des catalogues plus que jamais en rose et bleu », paru le 21/12/2012 dans Sciences Humaines, par Xavier Molénat.
- « Guys and Dolls No More? », paru le 21/12/2012 dans le New York Times, par Elizabeth Sweet.
- « L'itinéraire périlleux de Monsieur et Madame Trucs pour acheter un jouet », une analyse des FPS, par Liliane Leroy, 2008.



QUI SOMMES-NOUS ?

Nous sommes un mouvement féministe de gauche, laïque et progressiste, actif dans le domaine de la santé et de la citoyenneté. Regroupant 10 régionales et plus de 200 comités locaux, nous organisons de nombreuses activités d'éducation permanente sur l'ensemble du territoire de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

En tant que mouvement de pression et de revendications politiques, nous menons des actions et militons pour les droits des femmes: émancipation, égalité des sexes, évolution des mentalités, nouveaux rapports sociaux, parité, etc.

Nous faisons partie du réseau associatif de Solidaris – Mutualité Socialiste. En tant que mouvement mutualiste, nous menons des actions et militons contre les inégalités de santé.

Toutes nos analyses et nos études sont disponibles sur notre site :

www.femmesprevoyantes.be



Avec le soutien de :

