

Tendències

L'impacte dels canvis socials en les preferències infantils

MAYTE RIUS
Barcelona

Gairebé el 60% dels nens juguen amb nines i el 35% de les famílies compren nines per als fills de sexe masculí. Són dades recollides per l'Institut Tecnològic del Producte Infantil i de Lleure (AIJU) a l'estudi "Joc, joguines i diversitat a Espanya", que posa de manifest un canvi en les tendències i preferències de les joguines infantils.

"El canvi fonamental que hem detectat, després d'entrevistar 500 famílies, no és que els nens juguin amb nines, sinó que es compren nines per a ells, de la mateixa manera que es compren jocs d'acció o de superherois per a les nenes", explica Maria Costa, directora del departament d'Investigació de la Infantesa d'AIJU. La rellevància que concedeix a aquesta tendència té a veure amb el fet que la ruptura d'estereotips ha avançat entre les noies –i quan una nena demana una pilota o un joc de construcció els pares se senten orgullosos d'estar educant la seva filla en igualtat–, però es resisteix entre els nois, i quan és un nen el que demana una nina o un cotxet de nadó en moltes famílies salten les alarmes o sorgeixen dubtes sobre la idoneïtat d'aquells regals.

"A les xerrades sobre joc infantil que faig a les escoles ningú no em pregunta si és bo regalar a una nena un Meccano; però la pregunta de 'què passa si li comprem al nen un nino o un cotxet per passejar-lo?' no falla mai, me la fan sempre, i sovint la plantejegen pares amb un nadó en braços", comenta Imma Marín, especialista en joc i directora de la consultora Marinva. I relaciona aquest fet amb "la por que encara suscita el fantasma de l'homosexualitat" i que "els valors mas-

JOSÉ LUIS LINAZA

"Als nens els agrada el rol de cuidador, però els adults i la influència d'altres nens els frenen"

MARÍA COSTA

"Fa falta reduir el colorit excessivament sexuat de tot allò que té a veure amb les nines"

culins són més prestigiosos que els femenins".

"De forma espontània, als nens els agrada jugar amb nines i exercir el rol de cuidador, però els adults i la influència d'altres nens els frenen i els desanimen ràpidament, entre altres raons perquè en el seu dia a dia tenen pocs models d'homes adults exercint aquestes activitats, mentre que les nenes interactuen més en el dia a dia amb dones botigueres, perruqueres, met-

Es necessiten més ninos nois

Augmenten les famílies que compren nines per als nens i jocs de superherois per a les nenes

gesses, etcètera i poden utilitzar aquesta informació per jugar", explica José Luis Linaza, catedràtic de Psicologia de la Universitat Autònoma de Madrid (UAM) i membre de l'Observatori del Joc Infantil. I apunta que en la mesura que cada vegada hi ha més homes que assumeixen la cura dels fills o dels pares, els nens tenen nous models d'home per imitar, de manera que és normal que vulguin practicar aquests rols a través del joc.

El problema sorgeix, segons relaten pares i experts, a l'hora

La compra de joguines reflecteix avenços en l'abandonament dels estereotips de gènere

Famílies amb fills mascles que han comprat una nina per a ells

35%



33%

Famílies amb filles que han comprat joguines de superherois per a elles

FONT: Guia Aiju 2016-2017, Institut Tecnològic del Producte Infantil i de Lleure LV

d'escollir els ninos per regalar-los, perquè el món de les joguines encara està molt estereotipat. "L'actual indústria de la joguina tendeix a excloure els nens del joc de nines; els estereotips diuen que les nines són per a les nenes i que les nines són nenes (i la majoria, nenes blanques); però les nines representen nens, i els nens són diversos i dels dos sexes, i si un nen vol jugar amb nines ha de sentir-se còmode fent-ho, i per això ha de

Claus per triar regals integradors

La Guia del Joc i la Joguina d'AIJU planteja set criteris que poden ajudar a l'hora de seleccionar les joguines que es regalen perquè facilitin la inclusió i la integració. A més de tenir en compte la seguretat i la qualitat dels materials, s'ha de valorar que la joguina aporti aprenentatges positius tant a nens com a nenes, de qualsevol cultura i de qualsevol capacitat.

- 1 Que amb la joguina puguin jugar-hi nens i nenes indistintament.
- 2 Que eviti la transmissió d'estereotips sexistes i no potencii la violència.
- 3 Que faciliti el joc i les relacions entre iguals i la comunicació entre els participants.
- 4 Que afavoreixi l'ajuda entre els participants i no la rivalitat.
- 5 Que potencii les relacions cooperatives.
- 6 Que permeti jugar a qualsevol nen o nena sense requerir habilitats gaire específiques.
- 7 Que desenvolupi la imaginació i la creativitat.

joguines haurien de ser neutrals en qüestió de gènere excepte aquelles que representen els éssers humans, que per la seva naturalesa s'identifiquen amb un sexe, de manera que els ninos també tenen sexe, i fins i tot edat, perquè els nens grans (de més de 4 anys) es beneficien de jugar amb ninos que representin la seva mateixa edat perquè amb ells juguen a les relacions, com si es tractés d'un amic, i desenvolupen intel·ligència emocional, empatia...", apunta Jarvis.

I justifica que els nens necessiten ninos realistes i grans que se'ls assemblin per tal que funcionin com a companys i amics, perquè les figures d'acció o els Clicks de Playmobil de què disposaven tradicionalment, o són molt petits, o no tenen aspecte de nens sinó d'homes musculosos i sovint amb armes, de manera que no serveixen per jugar a una amistat entre iguals.

"És cert que necessitem un repertori de ninos més ampli; si volem animar els nens a exercir de pares no poden existir només nines nadons, ha d'existir també el germà gran, i roba i cotxets per portar-los de passeig que no siguin tots rosa ni amb llaços", coincideix Marín, que explica

KRISTEN JARVIS

"Les nines representen nens, i els nens són diversos i de dos sexes"

IMMA MARÍN

"Si volem animar els nois a exercir de pares no pot haver-hi només ninos nadons"

que molts nens demanen de jugar amb nines quan arriba un nou nadó a la família i veuen els pares cuidant-lo.

Linaza opina que, de la mateixa manera que la introducció dels Clicks va suposar un gran avenç en permetre als nens jugar a nines sense que els adults rebutgessin aquest comportament per "feminitzat", la incorporació de ninos més diversos contribuiria a fer que els homes participin més en la cura de nens



i gent gran i ajudaria a reduir el sostre de vidre de les dones. "El joc, com l'art o la imaginació, consisteix a construir mons possibles que poden ser diferents dels reals però que, perquè són possibles, un dia es poden transformar en reals", remarca el catedràtic de Psicologia de la UAM.

Costa considera que, més que fabricar ninos especials per a nois, el que fa falta és reduir el colorit excessivament sexuat de tot el que té a veure amb les nines: embolcalls, roba, publicitat... "Hi ha tot un món de colors més enllà del rosa i del blau", comenta la investigadora d'AIJU.

De fet, segons l'estudi realitzat per aquest institut, ni totes les nenes s'identifiquen amb el rosa ni tots els nens amb el blau. "Un 55% de les nenes segueixen interessades en el rosa i en el món de les princeses i la moda,

FA FALTA MÉS DIVERSITAT EN LES JOGUINES?**Nou de cada deu...**

...famílies espanyoles creuen que les **joguines poden contribuir a la integració** de les persones, diu AIJU

Un 36%...

...de les famílies amb **fills amb discapacitat** diuen que és **difícil trobar joguines** adequades per a ells

Tres de cada quatre...

...famílies opinen que les joguines no sempre reflecteixen la diversitat cultural i que hi ha **pocs productes** en els quals es vegin identificats **nens i nenes de diferents races**

Un 75%...

...dels enquestats per AIJU consideren **sexista la publicitat** de les joguines i no tant el producte en si mateix



Gairebé el 60% dels nens de sexe masculí juguen amb nines i el seu interès pel paper de cuidador sovint s'intensifica amb el naixement d'un germà

El misteri de la joguina estrella

■ L'any passat van ser els nins de la Patrulla Canina. L'anterior, la nina Elsa de Frozen. I el 2013, els Furby. Cada any hi ha alguna joguina que fa anar de corcoll els Reis d'Orient perquè s'erigeix en el regal estrella, aquell que tots els nens demanen i acaba esgotat. "La joguina estrella és sempre un misteri, perquè les modes infantils són una mica imprevisibles i si una joguina es comença a vendre més del previst pel fabricant aviat s'esgota en alguns comerços, i en esgotar-se el desig de tenir-lo es multiplica, pares i mares ho comenten i això fa que més gent el vulgui i el desig es retroalimenta", explica l'especialista en joc Imma Marín. Des d'AIJU, la pedagoga María Costa apunta alguns requisits imprescindibles perquè una joguina triomfi: "Ha de ser una novetat, interessant i diferent; han de ser fàcilment comunicables els seus objectius i la dinàmica del joc; ha de tenir interès per a l'usuari i, sobretot, ha de tenir ressò entre el grup d'iguals (els nens o els seus pares si són petits)". I això últim és el més difícil i menys previsible. "Que una cosa es posi de moda o no entre els nens no està totalment determinat per la publicitat, ni per les sèries de televisió, ni pel nombre de peces que

se'n venguin; un dia la baldufa entra al pati de les escoles, es posa de moda entre aquell grup, comença a funcionar de boca a orella i, sense saber ben bé per què, la baldufa arrasa", comenta. Admet que la publicitat i les llicències de pel·lícules o sèries també influeixen i són darrere de la joguina més venuda en moltes campanyes nadalenes, com les nines Monster High el 2011-2012, o el rellotge Omnitrix el 2008-2009. "Però quan Furby es va posar de moda el 2013 no hi havia cap sèrie darrere, i a més ja havia estat joguina estrella 14 anys abans; i una cosa similar va passar amb els patinets

metàl·lics, que van ser l'estrella del 2000", exemplifica Costa. José Luis Linaza, de l'Observatori del Joc Infantil, creu que la publicitat exerceix un paper determinant en les cartes als Reis d'Orient perquè convenç els nens que no existeix l'opunitat de ser feliç si un no té l'últim producte que s'anuncia a la televisió o a les xarxes socials. "Si els nens escriguessin la seva carta al setembre demanarien joguines en genèric: una pilota, un nino, cotxes... Però quan l'escruien al desembre posen nom i cognoms a la joguina perquè l'han vista en anuncis i pensen que aquesta és la que els farà feliços", indica.

però la resta mostra preferència pel món dels esports, el tecnològic, la creació i la invenció, i una de cada tres famílies amb filles d'entre 1 i 9 anys ha comprat per a elles joguines de superherois o d'acció", comenta Costa. De la mateixa manera, el 58% dels nens mostren interès per temes de moda, per crear històries, per les manualitats o per jocs relacionats amb la naturalesa i que van més enllà dels esports, els herois o la lluita, que són considerats els seus àmbits tradicionals de joc. "Tampoc no s'ha de demonitzar que a una nena li agradi el rosa o que els nens juguin a herois; l'important és que a les joguines hi mostrem models menys estereotipats i més igualitaris, i més oberts a altres cultures, races, colors... inclosos el blau i el rosa", diu la pedagoga d'AIJU.●

però la resta mostra preferència pel món dels esports, el tecnològic, la creació i la invenció, i una de cada tres famílies amb filles d'entre 1 i 9 anys ha comprat per a elles joguines de superherois o d'acció", comenta Costa.

De la mateixa manera, el 58% dels nens mostren interès per temes de moda, per crear històries, per les manualitats o per jocs relacionats amb la naturalesa i que van més enllà dels esports, els herois o la lluita, que són considerats els seus àmbits tradicionals de joc.

"Tampoc no s'ha de demonitzar que a una nena li agradi el rosa o que els nens juguin a herois; l'important és que a les joguines hi mostrem models menys estereotipats i més igualitaris, i més oberts a altres cultures, races, colors... inclosos el blau i el rosa", diu la pedagoga d'AIJU.●