

# La hotte de Saint-Nicolas est-elle sexiste ?

L'identité des enfants se construit, entre autres choses, à travers les jouets, qui reproduisent les stéréotypes et inégalités liés au genre. Faut-il remballer la hotte traditionnelle de Saint-Nicolas déclinée en rose et bleu, et privilégier les jouets neutres ?

DÉCODAGE  
FANNY DECLERCO

**D**inette pour les unes, histoire de faire "comme maman". Bricolage et héros pour les autres, à l'image de papa. Un peu obsolètes nos jouets ? Malgré les évolutions très récentes face aux stéréotypes de genre (lire par ailleurs), les rayons des magasins habillés de rose et bleu sont régulièrement dénoncés, par exemple par l'association Pépite sexiste. À travers les catégories, les couleurs, les photos, les textes (« Aide maman », « fort comme papa »), le marketing sépare en deux rangs les filles et les garçons, tout en fractionnant le marché du jouet selon des tranches d'âge de plus en plus réduites.

Une stratégie commerciale de segmentation de genre qui date des années 80-90 et qui permet au marché du jouet de vendre plus : la trottinette Hello Kitty va être moins facilement refilee au petit dernier, Saint-Nicolas devra sans doute repasser. Mais sur la liste des cadeaux pour la Saint-Nicolas, quelle place occupent les jouets dans la construction de l'identité sexuée des enfants ? Sont-ils le reflet ou la cause des inégalités ?

« Le modelage de toutes les facettes de l'identité, en ce compris l'identité de genre, se fait entre autres par l'intermédiaire de la culture matérielle, avec le matériel de puériculture, les jouets, le mobilier, l'habillement », constate Elo-

die Razy, anthropologue de l'enfance et de la parenté à l'ULiège. « L'enfance est devenue hyperspécialisée au fil des siècles dans notre société, et on y observe une propension à reproduire les identités de genre adulte dans la culture matérielle enfantine. C'est également le cas ailleurs et cela concourt partout à préparer les enfants à leurs futurs rôles et à leur inculquer les valeurs et les normes associées. »

## Une part de l'équation

L'identité des plus petits se construit à travers les jeux, qui reproduisent (parfois à l'exagération) stéréotypes et inégalités du monde des grands : des jeux de construction ou d'habileté manuelle pour les garçons, et des jouets liés à la maternité et à l'univers domestique pour les filles.

Reste que la construction de l'identité genrée est une question complexe, où les jouets constituent seulement une partie de l'équation, souligne Isabelle Roskam, professeure de psychologie du développement et de la parentalité à l'UCLouvain. « Le problème ce n'est pas les différences biologiques, qui existent, mais les stéréotypes associés à ces catégories et qui mènent à des discriminations. Et dès dix mois, un bébé perçoit cette différence de sexe sans pour autant y associer déjà des caractéristiques. »

Il n'y aurait donc rien de l'ordre de la prédisposition à aimer le rose par exemple, couleur d'ailleurs réservée aux



garçons autrefois, ou d'apprécier les activités ménagères plutôt que des jeux exploratoires. « Les identités de genre sont construites socialement et culturellement, naître fille ou garçon ne suffit pas », analyse Elodie Razy. « La question de l'éventuelle nécessité de dégenrer les jouets renvoie donc aux orientations de la société à un moment donné et à des volontés politiques et individuelles qui concernent aussi d'autres domaines (travail, sexualité, parentalité, etc.), au niveau des institutions comme des pratiques quotidiennes. »

**La construction de l'identité genrée est une question complexe, où les jouets constituent seulement une partie de l'équation.** © SHUTTERSTOCK.

## Rôle de la transmission

Si les petites voitures destinées aux garçons véhiculent des clichés, faut-il alors remballer la hotte traditionnelle de Saint-Nicolas et du Père Noël et privilégier les jouets neutres, nouvelle tendance commerciale auprès des fabricants ? Pas nécessairement, pour Isabelle Roskam : « Quand on éduque un enfant, une des missions est de transmettre les valeurs du groupe social, en l'occurrence ici les normes sociales de genre, tout en éveillant l'enfant à l'idée qu'elles évoluent et à ce qu'elles impliquent, plutôt que de les gommer par idéologie. »

Il s'agirait de combattre et déconstruire sur le terrain du jeu (mais pas seulement) les stéréotypes en proposant des alternatives, éviter les jugements, tout en répondant aux attentes de l'enfant qui grandit dans une société avec des modèles qui le ramènent à cette identité de genre. « En étant conscient que les jouets, c'est un petit curseur dans la question de l'identité, on évite de se mettre une pression démesurée : offrir un vélo rose ne fait pas de vous un mauvais parent ! C'est plus efficace et essentiel d'adopter des comportements, comme diviser le travail domestique, que de se casser la tête sur des jouets. Il faut se questionner sur les opportunités que l'on peut donner à son enfant, lui donner accès au plus large éventail d'activités, et le laisser picorer là où c'est bien pour lui sans exercer une forme de pression. »



*Les identités de genre sont construites socialement et culturellement, naître fille ou garçon ne suffit pas*

**Elodie Razy**, anthropologue de l'enfance et de la parenté à l'ULiège

”



**Muriel Bernard** est CEO d'eFarmz. Cette entrepreneuse privilégie la production locale et non un modèle basé sur la productivité à outrance. Avec eFarmz, elle vend des aliments biologiques en circuit court. Muriel montre ainsi que des avancées spectaculaires peuvent être réalisées en changeant de perspective. Aller de l'avant. Ensemble. Innover pour faire bouger les choses. C'est ça la force des « game changers ». Déceler les opportunités plutôt que les obstacles. Rendez-vous dans Trends-Tendances et devenez, vous aussi, acteur d'un monde meilleur.

**Trends-Tendances rassemble ceux qui voient les opportunités.**

**Trends** CHANGE THE GAME