

5^{ème} campagne contre les jouets sexistes

toute la semaine

**Distributions de catalogues contre les jouets sexistes
devant les magasins de jouets**

mercredi 13 décembre, à 20 h

Café-débat public

**“ Contre le sexisme dans les jouets :
quelles alternatives ? ”**

avec les associations organisatrices de la campagne

Lieu Dit, 6 rue Sorbier, 75020 Paris M° Gambetta

samedi 16 décembre

Départ pour une action surprise

Rdv à 13 h place du Châtelet M° Châtelet

samedi 16 décembre

Rassemblement

**chorale pour un Noël antisexiste,
exposition d'affiches et distribution
de tracts et contre-catalogues**

Rdv à 16 h, parvis de l'Hôtel de Ville
M° Hotel de ville

Demandez un contre-catalogue
à l'une des adresses
- postale ou internet - ci-contre



A ne pas jeter sur la voie publique



Collectif Contre
le Publisexisme



145 rue Amelot 75011 Paris
<http://publisexisme.samizdat.net>
contrelepublisexisme@samizdat.net

Mix-Cité
mouvement mixte pour
l'égalité des sexes



c/o MFPP
4 square Ste Irénée 75011 Paris
06 25 18 73 60
<http://www.mix-cite.org>
contact@mix-cite.org

Panthers
Roses



MDCA, 20 rue E. Pailleron 75019 Paris
www.pantheresroses.org

les Alternatifs

40 rue de Malte 75010 Paris
<http://www.alternatifs.org>
contact@alternatifs.org

5ème campagne contre les jouets sexistes

Même avec un ruban autour, le sexisme reste le sexisme.

Pour la 5ème année consécutive, la campagne annuelle contre les jouets sexistes tente d'ouvrir les yeux aux consommateurs-trices pour qui la norme du genre ne se remet pas en question lors du choix d'un cadeau.

Les années passent mais les couleurs bleu et rose ne se démodent pas quand arrive Noël. La fête des enfants est aussi le moment où l'on conforte les plus jeunes dans leur rôle de petite fille et de petit garçon.

A travers les jouets que nous leur offrons, nous leur **inculquons les valeurs liées à leur sexe : celles de la domination pour les garçons, celles de la soumission pour les filles.**

Des catalogues de jouets aux rayons "enfant" des supermarchés, il règne une **division permanente et définitive**. Le choix d'un cadeau est invariablement orienté en fonction du sexe puis de l'âge de l'enfant (ordre de choix qui perdure dans les cadeaux pour adultes).

Les mini planches à repasser, chariots de ménage et autres caisses de supermarché miniaturisées, le maquillage, les déguisements de princesse

d'un côté.

Les mini lance-roquettes, les outils de bricolage, les jeux vidéo et les panoplies de super-héros de l'autre.

Guère étonnant que les plus jeunes aillent "spontanément" vers les jouets correspondant à leur genre. Gare à la fillette qui voudra commander une perceuse miniature au Père Noël ! Gare au petit garçon qui inscrira une poupée sur sa liste de cadeaux ! On les découragera vite, et s'ils insistent, leur entourage ou les petits camarades les taxeront respectivement de "garçon manqué" et de "tapette".

Lorsque la petite fille refuse implicitement de se cantonner aux jeux du ménage et à devenir apprentie Miss Monde, elle remet en question **la norme**.

Car on attend d'elle qu'elle apprenne à devenir une mère au foyer qui prenne en charge gratuitement les tâches ménagères (aujourd'hui, dans les couples, ces dernières sont réalisées par les femmes à 80 %). On attend également d'elle qu'elle cultive la coquetterie et la frivolité en rêvant au prince charmant, activité indispensable pour devenir une "vraie" femme : celle qui va tout mettre en œuvre pour devenir et rester désirable

aux yeux des hommes hétérosexuels. Dès le plus jeune âge, par le biais d'images ou d'articles omniprésents dans les journaux ou les jouets, la petite fille est ainsi invitée à se soumettre à divers régimes amaigrissants voire à l'anorexie, afin d'atteindre la norme aux dépens de sa santé.

Quant au petit garçon qui voudrait s'amuser avec une poupée, on lui fait vite comprendre qu'il est devenu trop grand et qu'il est temps de laisser le pouponnage à ses petites sœurs.

Pour devenir un homme, un vrai, il faut qu'il apprenne la guerre pour montrer qu'il est fort, qu'il joue au mécano pour montrer qu'il est intelligent, qu'il apprenne à avaler ses larmes pour montrer qu'il n'est pas "une gonzesse"...

Bref, il doit sans arrêt surenchérir pour prouver sa virilité, par des comportements de domination pouvant aller jusqu'à la violence (en France, 10% des hommes sont violents vis-à-vis de leur compagne).

Mais il y a autre chose que la petite fille et le petit garçon apprennent tous les deux : ils sont faits pour tomber amoureux l'un de l'autre, se marier et avoir des enfants.

Hors du sacro-saint modèle de la famille patriarcale point d'issue !

Peu importe si on renforce l'homophobie, en interdisant aux enfants d'aimer quelqu'un du même sexe qu'eux, et en leur imposant le couple hétérosexuel comme seul avenir.

Des jouets marqués...

Les marques ont pris une importance grandissante dans l'univers des jouets. Apposées sur les copies "petits modèles" des objets utilisés par les adultes, elles n'ont pas simplement pour but d'aider le consommateur ou la consommatrice à choisir un produit mais elles contribuent à véhiculer une image. Le jouet devient espace publicitaire et l'enfant, avant même de savoir lire, est la cible du marketing jusque dans sa chambre.

Les enfants sont constamment invités à la **reproduction d'un schéma parental idéalisé**.

Pour venir à bout de la domination des hommes sur les femmes et obtenir l'égalité, combattons ce formatage permanent des enfants mais aussi des adultes. Délaissons les jeux violents, et offrons des jouets non-sexistes, des jeux coopératifs, des albums sans clichés sexistes...

Fini les cadeaux qui aliènent les filles comme les garçons !

Contre les stéréotypes soyons inventifs !