

Fes del regal quelcom diferent!

Arriba Nadal i amb ell s'apropa l'allau mediàtica que ens convida a comprar regals; regals per a tothom: per a nenes, per a nens, per a gent gran... de vegades en tons pastel, de vegades en colors estridents, tot depèn de qui hagi de rebre el regal.

I és que la publicitat, per tal d'aconseguir el seu objectiu, que no és altre que vendre, simplifica el seu discurs fins a un punt en què cau molt fàcilment en un ús sexista dels missatges. Ho fa utilitzant uns criteris ben simples, com ara definir el públic objectiu segons uns arquetips tancats, sobretot en funció del gènere, i a partir d'aquí associa a aquests arquetips unes idees preconcebudes que tenen com a resultat un model tancat de masculinitat i feminitat, que a més a més és estàndard i on tampoc no tenen cabuda els matisos.

Així, la publicitat ven un valor afegit del qual es desprenen formes de viure, formes de ser i tot un seguit d'ideals que difícilment podem ignorar i que reforcen la construcció de la masculinitat i la feminitat basada en una socialització de gènere que atribueix certs valors i actituds segons a qui es dirigeixen.

Per tant, aquests missatges acaben potenciant els prejudicis sexistes i tenen com a conseqüència la separació del món masculí i del món femení en dues esferes que no semblen confluir mai i que es construeixen com a oposades.

Així doncs, la publicitat crea una falsa realitat a partir dels estereotips presents a la societat i fa encara més complicat trencar amb aquests mecanismes tan arrelats en els nostres imaginaris.

Dintre d'aquesta lògica, els regals esdevenen elements socialitzadors, a partir dels quals s'aprenen rols i s'estimulen actituds. Per això diem que els regals no són sexistes *per se*, sinó que ho és el món simbòlic que es construeix al seu voltant, on encara es valora desigualment aquelles actituds atribuïdes a homes i dones, i que la publicitat reproduïx i reforça.

Tot això no fa res més que posar-nos a totes i a tots dins l'engranatge d'aquesta lògica on el marge de moviment certament és reduït, però des d'on encara tenim la possibilitat de contestar i anar contra corrent.

Per tant, l'acte de fer un regal és també una oportunitat per anar més enllà dels estereotips, ignorar les convencions socials i publicitàries i ampliar l'imaginari social que ens envolta i del qual formem part.

Els regals no són sexistes, tu tries!