

EL GÉNERO ES UNA CONSTRUCCIÓN SOCIAL. LOS ROLES ASIGNADOS A VARONES Y MUJERES COMIENZAN A ESTABLECERSE AUN ANTES DE SU NACIMIENTO, Y SE MANTIENEN DURANTE LOS PRIMEROS AÑOS EN EL ENTORNO FAMILIAR Y LA ESCUELA, CONSTRUYENDO FEMINEIDADES Y MASCULINIDADES. TAMBIÉN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN JUEGAN SU PAPEL, REPRODUCIENDO Y REFORZANDO LOS ESTEREOTIPOS Y LA DESIGUALDAD DE GÉNERO.

LA NIÑA, LA CASA, EL GÉNERO





por **MARISA GRAHAM**

Abogada. Directora Nacional de Promoción y protección integral. Secretaría Nacional de Niñez, adolescencia y Familia. Ministerio de Desarrollo Social de la Nación.

Muchas son las teorías que intentan explicar las diferencias de género en nuestro país y en el mundo. Menos se ha podido dar cuenta de estas diferencias muy marcadas de roles, gustos, elecciones, conductas e intereses, entre las niñas y los niños, incluyendo las más chiquitas y chiquitos.

Podemos afirmar que sí existe un importante consenso en relación a que las relaciones de género, aun en la primera infancia (0 a 3 años), no son del orden de lo *natural* sino del orden de lo *cultural*, desechando las concepciones biologicistas.

En definitiva, el género es una construcción social, aun en este grupo etario.

Esta aseveración parece difícil de sostener cuando observamos las conductas de las niñas y niños más pequeños: a partir de los dos años las nenas juegan a las *princesas* y los varones a los *superhéroes*, y con camiones, autitos y juegos de módulos; en las salas de los jardín de infantes (2, 3, 4 años) las niñas “eligen” jugar en el rincón de *la casita* (denominado juego de dramatización) y los niños en el rincón de *los bloques* (juego de construcción).

La agresividad (en tanto rasgo de humanidad) se evidencia antes en los varones (alrededor de los dos años) que en las nenas y aquellos son más agresivos que las niñas. Las niñas **son** más aplicadas, suaves y tranquilas y los niños **son** menos aplicados, y fuertes y revoltosos.

Sorprende también cómo los adultos (madres y padres, abuelas y abuelos, docentes y todos aquellos referentes significativos), más allá de sus intenciones, se posicionan y reaccionan frente a conductas y elecciones que realizan las niñas y los niños en estos espacios cuando aquellas no son las esperadas.

Esta lógica binaria que se presenta como una realidad se constata en distintos ámbitos donde se desarrolla la vida de las niñas y niños, comenzando por la familia y la escuela, y muchos son los factores que influyen, confirman y refuerzan estereotipos y construyen femineidades y masculinidades. Uno de ellos son los medios de comunicación, en particular la televisión, tanto en la programación como en las publicidades.

Es frecuente escuchar que el proceso de socialización del sujeto comienza en la escuela, el jardín, la salita, donde las niñas y los niños comparten con otras y otros y que, además, se encuentran al cuidado de una persona, en más del 90 por ciento de los casos una mujer, que no es su mamá.

Sin embargo, el proceso de identificación y también el de socialización, incluyendo en ellos la asignación de roles, comienza en el seno de la familia. Aun antes de nacer existen en la familia, en particular en la mamá y el papá, distintas expectativas y deseos sobre el futuro hijo o hija.

Todavía hoy, ante la pregunta sobre los nombres que la pareja está pensando para su hija o hijo por nacer, se sigue escuchando respuestas cargadas de significados: “Si es nena un nombre *lindo* y si es varón un nombre *importante*”.

Las niñas y los niños muy pequeños reciben de regalo juguetes que eligen los adultos, y en las jugueterías hay juguetes para niñas, y otros juguetes para los niños. Es mucho más sencillo encontrar juguetes y juegos interesantes y divertidos para los niños que para las niñas, las que están más circunscriptas al universo de las princesas y de las muñecas (anoréxicas), y al

universo familiar y hogareño, de bebés que lloran y dicen ajó y, por supuesto, cocinitas, planchas, tablas de planchar, juegos de té, entre otros similares. Por otra parte, cambia la relación a la hora de comprar ropa para las niñas, donde hay muchísima más diversidad que en la indumentaria diseñada para los varones. Otro dato revelador es la asignación de tareas que se distribuyen entre las niñas y los niños a partir de los cinco años, en el seno del hogar.

La Encuesta sobre Condiciones de Vida de Niñez y Adolescencia (ECOVNA) realizada por la Secretaría de Niñez, Adolescencia y Familia del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación y UNICEF Argentina en el año 2013 realizada en 2.119 puntos de muestra que abarcó un total de 25.400 familias de localidades de más de 5.000 habitantes de todo el país, se ha encargado de relevar la realización de actividades económicas o domésticas

intensas de las niñas, niños y adolescentes de 5 a 17 años. Algunos de sus resultados siguen evidenciando que son las niñas y las adolescentes las que cargan en mayor proporción con el peso de las actividades domésticas y que son los niños los destinados en mayor porcentaje a realizar tareas económicas tanto para el mercado como para el negocio o granja familiar. Se incluye en el grupo de las niñas, niños y adolescentes que realizan actividades domésticas intensas a aquella/os que han trabajado en el hogar 10 horas o más en el caso de los niños y niñas de 5 a 13 años y 15 horas o más para las y los adolescentes de 14 a 17 años, en la semana anterior a la encuesta. Se incluye en los otros dos grupos a aquellos que han realizado actividades económicas para el mercado o para el negocio familiar o para el autoconsumo por lo menos una hora en la semana anterior a la encuesta.

Cuadro 1. Porcentaje de niñas, niños y adolescentes que realizan actividades económicas o domésticas intensas, según grupos de edad

GRUPO DE EDAD	REALIZA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE POR LO MENOS UNA HORA PARA EL MERCADO	REALIZA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE POR LO MENOS UNA HORA PARA EL AUTOCONSUMO O LA FAMILIA	REALIZA TAREA DOMÉSTICA INTENSA
5 a 13 años	1,0	1,4	1,7
14 y 15 años	4,4	4,4	1,2
16 y 17 años	10,8	7,5	3,0
TOTAL	3,2	2,9	1,8

Cuadro 2. Porcentaje de niñas, niños y adolescentes que realizan actividades económicas o domésticas intensas, según sexo

SEXO	REALIZA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE POR LO MENOS UNA HORA PARA EL MERCADO	REALIZA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE POR LO MENOS UNA HORA PARA EL AUTOCONSUMO O LA FAMILIA	REALIZA TAREA DOMÉSTICA INTENSA
Varón	4,2	3,6	1,1
Mujer	2,1	2,1	2,6
TOTAL	3,2	2,9	1,8

Como lo demuestra el cuadro 2, las niñas y las adolescentes realizan tareas domésticas intensas no sólo más que los niños y los adolescentes (más del 100%) sino que a aquellas se les asigna las tareas domésticas más que el trabajo en el afuera (mercado) o para el negocio familiar o el autoconsumo. Según surge de la encuesta, el trabajo doméstico intenso está más extendido en términos relativos, en las regiones Centro (2,3%) y NEA (2,2%) que en el resto del país.

Cuadro 3. Porcentaje de niñas y niños de 5 a 13 años que realizan actividades económicas o domésticas intensas, según sexo

SEXO	REALIZA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE POR LO MENOS UNA HORA PARA EL MERCADO	REALIZA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE POR LO MENOS UNA HORA PARA EL AUTOCONSUMO O LA FAMILIA	REALIZA TAREA DOMÉSTICA INTENSA
Varón	1,2	1,7	1,2
Mujer	0,8	1,1	2,2
TOTAL	1,0	1,4	1,7

Cuadro 4. Porcentaje de adolescentes de 14 y 15 años que realizan actividades económicas o domésticas intensas, según sexo

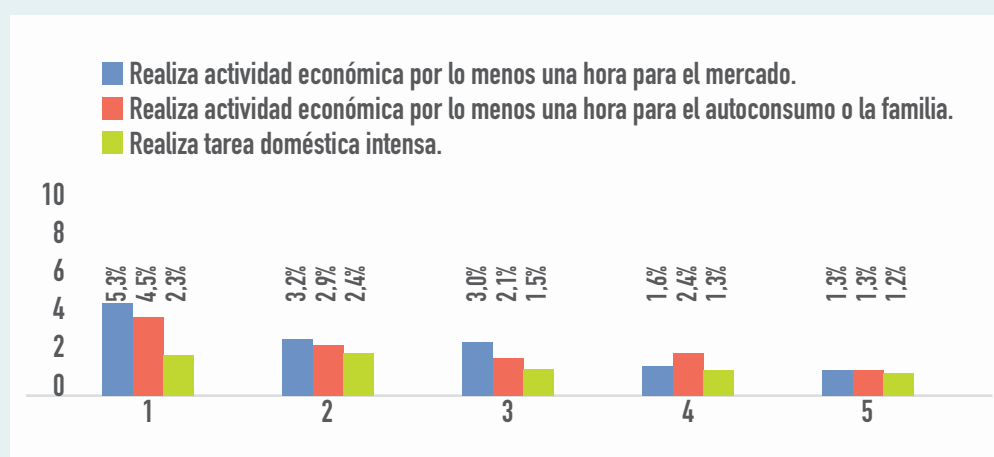
SEXO	REALIZA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE POR LO MENOS UNA HORA PARA EL MERCADO	REALIZA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE POR LO MENOS UNA HORA PARA EL AUTOCONSUMO O LA FAMILIA	REALIZA TAREA DOMÉSTICA INTENSA
Varón	5,6	5,9	0,7
Mujer	3,1	2,6	1,6
TOTAL	4,4	4,4	1,2

Cuadro 5. Porcentaje de adolescentes de 16 y 17 años que realizan actividades económicas o domésticas intensas, según sexo

SEXO	REALIZA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE POR LO MENOS UNA HORA PARA EL MERCADO	REALIZA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE POR LO MENOS UNA HORA PARA EL AUTOCONSUMO O LA FAMILIA	REALIZA TAREA DOMÉSTICA INTENSA
Varón	14,5	8,6	1,0
Mujer	6,5	6,3	5,5
TOTAL	10,8	7,5	3,0

Del análisis de los datos recabados por la ECOVNA en la distinción entre las tres franjas etarias, se puede concluir que las diferencias de género son relevantes dentro del grupo de los adolescentes de 16 y 17 años. La proporción de los adolescentes que realizan tareas para el mercado es un poco más del doble que la que realizan las mujeres, en tanto la incidencia del trabajo doméstico intenso entre las chicas es **cinco veces** superior a la de los adolescentes. Téngase en cuenta que la ley 26.390, que prohíbe el trabajo infantil, autoriza y regula la actividad laboral de las y los adolescentes a partir de los 16 años.

Cuadro 6. Porcentaje de niñas, niños y adolescentes que realizan actividades económicas o domésticas intensas, según quintil socioeconómico



Del análisis del cuadro 6 se puede concluir que en relación con la realización de tareas domésticas intensas por parte de las niñas y niños de 5 a 13 años, **los valores registrados entre los distintos quintiles socioeconómicos son similares entre sí.**

Finalmente, son los medios de comunicación, en particular la televisión, los que merecen un estudio mucho más extenso que lo que pretende este artículo, ya que reproducen y refuerzan crudamente los estereotipos y la desigualdad de género, tanto en los contenidos de los programas como en las publicidades, en las que el narrador suele ser un hombre que dirige un mensaje al público, mientras que cuando habla una mujer, se dirige a sus hijos o hijas, bebés y mascotas, o charlan livianamente entre ellas sobre dietas y yogur, y en el peor de los casos, dialogan con

un detergente o un limpiador antigrasa.

Seguir profundizando los cambios culturales y de todo orden que se han venido registrando en la última década, en relación con el reconocimiento y la ampliación de derechos y la promoción de relaciones más igualitarias y democráticas entre todas y todos y en todos los ámbitos donde se desarrollan nuestras vidas, tal vez sea el camino para que las mujeres de todas las edades podamos elegir cada vez con mayor libertad, entre otras opciones más estimulantes que ser princesas o cenicientas.