

## LA VANGUARDIA

**Presidente-Editor:**  
JAVIER GODÓ,  
CONDE DE GODÓ

**Director:**  
Màrius Carol

**Directores adjuntos:**  
Lola García Enric Juliana  
Miquel Molina Àlex Rodríguez

**Subdirectores:**  
Manel Pérez  
Isabel García Pagan  
Llàtzer Moix

**Adjuntos al Director:** Enric Sierra y Pedro Madueño

**Redactores jefes:** Lluís Urià (Internacional), Jaume V. Aroca (Política), Susana Quadrado (Tendencias y Gente), Ramon Suñé (Vivir), Ignacio Orovio (Cultura), Sergio Vila-Sanjuán (Cultura)s, Joan Josep Pallàs (Deportes), Ramon Aymerich (Economía), Celeste López (Redacción Madrid), Mariàngel Alcázar (Casa Real), Núria García Arenas (Diseño), Fèlix Badia (Magazine), Magí Camps (Edición) y Eduard González (Administración de Redacción)

**Secciones:** Elisenda Vallejo (Internacional), Santi González (Política), Pau Baquero (Opinión), Silvia Angulo (Vivir), Maricel Chavarría (Cultura), Juan B. Martínez (Deportes), Dolors Álvarez (Economía), Cristina Gallego (Fotografía), Josep Ramos (Infografía), Xavier Mas de Xaxàs (Corresponsal diplomático) y José María Brunet (Corresponsal judicial)

**Consejeros de Dirección:** Lluís Foix y Josep Maria Sòria

Quim Monzó



## Contra las falsas ilusiones

Después de ver durante días anuncios con la imagen de un muñeco llamado Adam y el lema “el juguete que no existe”, por fin he entendido de qué va. Se trata de una campaña de la cooperativa Abacus que quiere romper los estereotipos “de género” y remacha así una vez más el clavo que, desde los años setenta, hizo que el *gender* inglés pasara a definir el cúmulo de actitudes y roles sociales que se otorgan a las personas en función de su sexo. Estereotipo básico: el rosa es para las niñas, el azul es para los niños. La campaña arranca con el eslogan “Esta Navidad no compres estereotipos”. El objetivo es hacer entender que todos los juguetes sirven para cualquier criatura, sea del sexo que sea.

De niño me encantaban las cocinitas con las que jugaban algunas niñas. Anhelaba las ollas, las sartenes, los platos y los cubiertos *de fireta* que veía en los puestos exteriores del Mercat Nou de Sants, y que entonces eran de aluminio. Ahora, en Ikea tienen una “cocina mini Duktig” que va con pilas y tiene diodos luminosos que se iluminan pero no calientan. Cuesta 89 euros. Hoy

### La campaña “El juguete que no existe” quiere acabar con los estereotipos de género

en día, que pones el televisor y es extraño no ver en la pantalla a un *masterchef* de medio pelo, jugar con cacharritos ha dejado de ser exclusivo de niñas. Pero en los años cincuenta no se entendía que un niño quisiera jugar a eso. Nunca tuve cocinita pero sí tuve alguna olla y algún plato de cacharritos, que robaba de los puestos antes mencionados y con los que imaginaba que cocinaba tan bien como suponía entonces que lo hacía mi madre.

Cuando mi hijo era pequeño, su madre le compró un muñeco. Ella decía que era un niño y por eso lo bautizó con el nombre de Josep. Al principio, a mí, su pelo y sus larguísimas pestañas me llevaban a la conclusión de que no era un muñeco sino una muñeca. Víctima de los prejuicios “de género”, no sabía yo entonces que de hecho se trataba de un muñeco travestido. Transsexual no, porque le miré el pubis y no vi genitales que indicaran que era de un sexo u otro. De forma que el niño jugó con el travestido Josep durante años y años. Todavía lo conservo (el muñeco, no el niño), bien guardado, en una caja de plástico junto con otros juguetes suyos.

Con estos antecedentes, estoy completamente a favor de la campaña de Abacus. ¡Basta de estereotipos! Ya puestos, la guinda que acabaría de colmar mis deseos sería que, de ahora en adelante, la cooperativa ponga una tilde sobre la primera a de su nombre: Àbacus. Aunque en latín no usasen tildes, ahora escribimos Tàrraco y no Tarraco, y Bàrcino y no Barcino, para remarcar en qué sílaba cae el acento de estas palabras. Por eso les pediría que escribieran Àbacus. Porque pasa que alguien dice “Me’n vaig a l’Àbacus” y, como suena igual que “Me’n vaig a la Bacus”, crees que van a una tienda en honor del dios del vino y de las orgías, te haces ilusiones y luego te quedas con dos palmos de narices.

## Crece el riesgo para la economía catalana

El impacto negativo en la economía por la tensión y la incertidumbre política que se registra en Catalunya puede ser mayor de lo esperado, tanto este año como el próximo. La necesidad de que el panorama político catalán ofrezca un escenario de estabilidad, en que se supere la fractura generada por el proceso independentista, se percibe como fundamental para que se recupere el clima de confianza necesario para la buena marcha del consumo y de la inversión y, por tanto, del conjunto de la economía y del empleo.

La Autoridad Independiente de Responsabilidad Fiscal (Airef) considera que el crecimiento del producto interior bruto (PIB) de Catalunya será en el cuarto trimestre del año de un 0,5%, casi la mitad del 0,9% inicialmente previsto, como consecuencia de la incertidumbre por el proceso independentista. De confirmarse sería un frenazo considerable en la actividad, en el que habría influido decisivamente el bajón del consumo registrado en el mes de octubre, con un descenso en las ventas minoristas del 3,9%, el más intenso de todas las comunidades autónomas.

La Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), con sede en París, también coincidió ayer con la Airef en que la incertidumbre y la pérdida de confianza afectarán a la economía del conjunto del Estado, aunque con mayor intensidad a la catalana. El PIB español pasará de un crecimiento del 3,1% este año al 2,3% el próximo. La OCDE alerta de que las tensiones persistentes por el problema catalán pueden contribuir a reducir de manera significativa la confianza de las empresas y de los consumidores, y que ello afecte a la evolución de la demanda interna, que es el motor de la economía española.

La patronal Foment del Treball certifica asimismo, en un informe hecho público también ayer, los riesgos eco-

nómicos de la tensión política por la situación de Catalunya. Advierte que, pese a que ya se detectan los primeros efectos sobre la actividad, el impacto más significativo puede producirse el año que viene como consecuencia del efecto emergente del actual freno de pedidos, paralización de inversiones, retraso de las compras, cancelaciones de reservas y de eventos, traslado de sedes sociales y fiscales, así como del daño reputacional a la imagen de las empresas y del país.

La gran patronal catalana, como consecuencia del problemático escenario que se espera, reclama a los partidos políticos que concurren a los comicios del 21-D que actúen con sentido común para dar estabilidad al país y revertir el daño económico provocado por la crisis política. En el mismo sentido se ha expresado la Confederación Española de Comercio (CEC), que insistió en la necesidad de restaurar la normalidad política en Catalunya, de forma que se recupere la confianza del consumidor y, consecuentemente, las ventas. En el mismo sentido se manifestó la Asociación de Trabajadores Autónomos (ATA), tras conocerse el dato de que Catalunya ha sido la comunidad autónoma que ha perdido más autónomos en el último año en España.

Como dijimos el pasado domingo, ante la situación creada, Catalunya necesita en estos momentos un programa común de mínimos que trascienda las líneas divisorias de la política con el compromiso compartido de dar prioridad al relanzamiento económico del país, de no adoptar ninguna decisión política que pueda poner en peligro este objetivo y de recuperar la confianza en el futuro, de forma que se pueda salir del actual colapso político sin lesiones que agraven más la situación de la economía y del empleo. Superar la fractura generada por el independentismo es clave para la confianza económica.

## Hay vida más allá de la EMA

La pérdida de la sede de la Agencia Europea del Medicamento (EMA) dejó un regusto amargo en Barcelona y provocó reproches cruzados entre fuerzas políticas que se acusaban unas a otras. Lo primero es comprensible, dado que la EMA hubiera contribuido a fortalecer el polo de investigación biomédica del que ya dispone la ciudad. Lo segundo se entiende, aunque no se justifica, dado el enrarecido ambiente político que se vive aquí en la estela del proceso soberanista. Dicho esto, es sabido que con amargura y reproches no se llega lejos. Por eso recibimos con satisfacción la iniciativa del Ayuntamiento de Barcelona, que, en colaboración con Barcelona Global y las principales entidades dedicadas a la innovación, la investigación y la ciencia, impulsa una mesa permanente para fomentarlas y se compromete a captar fondos con los que respaldarlas.

Históricamente, Barcelona ha crecido aprovechando el impulso de acontecimientos excepcionales, como las exposiciones de 1888 y de 1929 o los Juegos Olímpicos de 1992. Todos ellos propiciaron grandes inversiones infraestructurales y transformaron la ciudad. Pero ni esa puede ser la única vía de crecimiento ni tales acontecimientos, que no en balde hemos calificado de excepcionales, pueden ser trampolines aislados. Si la

ciudad quiere progresar de modo sostenido, no excepcional, conviene que sus agentes trenzan alianzas de amplio espectro, duraderas, sobre cuya base se puedan levantar proyectos ambiciosos de larga vida.

Barcelona atesora una fructífera historia de colaboración entre el sector público y el privado, que ha dado buenos resultados en los últimos decenios. Como es lógico, en tales acuerdos ambas partes asumen riesgos. Los del sector público, siempre bajo el escrutinio ciudadano, no son menores. Quizás también por ello, el Consistorio que preside Ada Colau inició su andadura, hace más de dos años, con grandes reservas ante las iniciativas en las que se involucra el sector privado, llegando a obstaculizar proyectos que podían haber dinamizado la economía. Eso no fue un acierto. Pero ahora esta mesa permanente dedicada a la innovación, la investigación y la ciencia nos parece un paso en la dirección acertada. Lo es para la ciudad. Y lo es también porque Barcelona debe dotarse de las mejores herramientas colectivas para ejercer con brío el papel de gran motor de Catalunya, ahora más necesario que nunca.

La pérdida de la EMA fue un fracaso colectivo. Pero la intención de aprovechar y dar nuevo sentido a sus trabajos de candidatura es un acierto. Como saben bien los científicos, un fracaso puede ser la puerta del éxito.