

PLEISTER OP

DE WONDE

Elke maand bedenkt onze columniste hoe ze de wereld kan veranderen. Soms slaagt ze in haar opzet, soms niet.

ILLUSTRATIE
Deborah Lauwers



‘De waarheid komt uit een kindermond’. Kennen jullie die uitdrukking nog, lieve lezers? Ze schoot me onlangs door het hoofd naar aanleiding van een ontnuchterend gesprek met mijn dochter van zes. ‘Mama’, vroeg ze mij nadat ze een prikje had gehad bij de dokter, ‘waarom zijn huidkleurige pleisters altijd roze? Dat klopt toch niet? Want Atan,

Yassir en Grace – kindjes van haar school – zijn toch niet roze?’ Toen stond ik even met mijn mond vol tanden. Ja, waarom zijn huidkleurige pleisters nog altijd roze en heb je die niet in alle mogelijke tinten huid? Onze roze bril hebben we nog heel veel op, en voor de banaalste zaken nog het meest. Is dat erg? Dood gaan we er niet van dat huidpleisters niet inclusief getint zijn, maar het lijkt me wel verfrissend om ons dagelijks leven eens door een andere bril te bekijken. Om te ontdekken hoe gescheiden we leven en hoe weinig rekening we houden met de ‘ander’. Meer mixen en meer variatie, dat lijkt me wel een boeiende trip. Nieuwe klassiekers ontdekken: in de keuken, in muziek, in de literatuur. Diversiteit zie je wel op straat, maar nog te weinig op tv, op de radio, op het werk, en voor de klas.

Ook de Vlaamse overheid, toch een belangrijk rolmodel, schiet nog te kort en haalt de eigen streefcijfers voor diversiteit niet. Voor ambtenaren met een buitenlandse herkomst ziet het er wel naar uit dat het weinig ambitieuze streefcijfer van 10% in 2020 gehaald wordt, maar voor mensen met een beperking of een chronische ziekte wordt al jaren aangemodderd. Het percentage blijft hangen op 1,4, terwijl het streefcijfer een luttel 3% is. Om van vrouwen in topfuncties nog te zwijgen. Om tegen volgend jaar aan 40% te raken moeten er nog véél vrouwen aan de bak komen. Terwijl de winst gigantisch groot is om iedereen die hier woont eindelijk eens serieus te nemen.

Al die boeiende parallele werelden waar ik het bestaan enkel van kan vermoeden. En wat een gigantisch braakliggend terrein op economisch vlak. Als directiecomités en marketingafdelingen wat kleurrijker en inclusiever worden, dan groeien evidente stereotypes en vastgeroeste patronen er wel uit, hoop ik. Merken die al eens iets anders durven doen, weten dat het loont. Tegelijk is ons land nog te klein – mentaal en geografisch – om resoluut komaf te maken met onze bangeblankemanmentaliteit. Waarom anders als voormalig staatssecretaris zo giftig reageren op een doosje kleurpotloden? En ook al ligt de oertijd honderdduizenden jaren achter ons, de holbewonersmentaliteit is nog al te alive en kicking als het op vrouwenrechten aan komt. Wat gaan we eraan doen, jongens en meisjes? ☘