

Més estereotips de gènere en anuncis de joguines i promoció a YouTube

Escrit per Carme Figueras Siñol, Consellera del CAC
dijous, 28 de febrer de 2019 13:48

un rol professional són models, perruqueres o cambres, tot i que també, metges i veterinàries. En un 55,8% tenen lloc en espais interiors, predominen els colors pastel i roses (el 52,3%) i la veu en off que verbalitza l'argument de compra és sempre femenina. El llenguatge utilitzat evoca mons idíl·lics i màgics, amb paraules com màgic i somni, i accions amb verbs com cantar, aprendre, ballar i estimar.

En canvi, els anuncis només amb nens, en què predominen ninots i figures (sovint d'acció), vehicles i circuits, són en espais exteriors o combinats (77%), amb tonalitats fosques (53,9%) i veu en off majoritàriament masculina (69,3%). El llenguatge emprat pels nens apareix lligat a l'acció, essent les paraules més recurrents: disparar, lladre i alien, a més de l'onomatopeia crash. Els rols professionals que simbolitzen són els de feines masculinitzades (metge, policia o granger) i mai les associades tradicionalment a les dones.

Quadre 1. Espots protagonitzats per nenes

Espots protagonitzats per nenes	
Color de l'espai	%
No definit	38,4
Pastel	34,9
Roses	17,4
Altres foscos	3,5
Blaus foscos	2,3
Altres	3,5
Total	100,0

Quadre 2. Espots protagonitzats per nens

Espots protagonitzats per nens	
Color de l'espai	%
Blaus foscos	46,2
No definit	46,2
Altres foscos	7,7
Total	100,0

En 4 de cada 10 espots, nenes i nens comparteixen protagonisme, però interaccionen de manera desigual en el relat. Quan no impliquen competició, nenes i nens es mostren en un pla igualitari i amb rols similars, però quan hi ha competició, el nen guanya moltes vegades més que la nena. En els jocs de taula, per exemple, en un 70% qui guanya és un nen. En els d'habilitat i punteria, els nens apareixen com a vencedors 4 cops més que les nenes. Cal destacar també que els anuncis de nines en què apareixen nens només són un 13% del total. En el llenguatge dels anuncis mixtos hi predominen les paraules aconseguir, descobrir, diversió, guanyar, saber i tocar.

Més estereotips de gènere en anuncis de joguines i promoció a YouTube

Escrit per Carme Figueras Siñol, Consellera del CAC
dijous, 28 de febrer de 2019 13:48

Quadre 3. Accions que desenvolupen protagonistes menors d'edat

Accions	Nenes (%)	Nens (%)
Desenvolupa un joc simbòlic primari amb una nina/nino	19,8	4,9
Mostra emocions en relació amb la participació en el joc	18,9	27,1
Participa en el joc (de taula, d'habilitat)	10,8	29,6
Desenvolupa un joc simbòlic primari amb una representació de mascota	8,4	1,5
Desenvolupa accions pròpies de les festes	6,4	
Du a terme activitat física	6,4	10,3
Té cura del seu aspecte físic	6,2	
Representa rols professionals	4,4	2,5
Desenvolupa accions alienes a la joguina	3,7	5,9
Desenvolupa accions de destresa manual	3,1	4,9

Quadre 4. Dades dels canals analitzats (actualitzades en data 16/1/19)

Canal	Dades genèriques del canal		Dades referides als vídeos analitzats		
	Subscripcions	Visualitzacions (total canal)	Vídeos publicats durant el període d'anàlisi	Vídeos amb promoció de joguines	Visualitzacions (vídeos amb promoció de joguines)
Lady Pecas	1.455.458	230.322.874	24	22	14.490.365
Las aventuras de Dani y Evan	853.618	399.547.047	38	34	36.886.482
Las Ratitas	9.611.977	2.496.635.437	28	26	192.393.876
Los juguetes de Arantxa	2.600.930	899.719.450	29	24	24.689.694
Los mundos de Nico	1.113.646	226.183.975	27	22	7.475.557
MikelTube	2.920.881	1.773.833.190	26	23	75.403.222
Total	18.556.510	6.026.241.973	172	151	351.339.196



Més mots clau utilitzades als espots protagonitzats exclusivament per nenes.