

# Manual per detectar si un anunci de joguines fomenta estereotips sexistes

Triar les joguines que regalem és el primer pas per canviar la tendència d'educar a partir del model "nenes cuidadores i nens competitiu"

17/12/2019 - 13.17 Actualitzat 17/12/2019 - 14.40

Nadal i Reis és, també, sinònim de regals. Amics i familiars tenen influència en la tria de jocs i joguines, però el factor decisiu són els anuncis a la televisió i a xarxes socials com YouTube. Quan parlem d'anuncis de joguines se'ns obre gairebé immediatament un debat que malauradament no passa mai de moda: per què la publicitat de joguines continua sent tan sexista?

Les associacions de famílies d'alumnes (AFA) ja fa temps que s'organitzen en comissions de gènere per combatre aquests estereotips. Un dels centres més actius és l'escola Fructuós Gelabert de Barcelona, que per segon any consecutiu ha publicat un vídeo a xarxes per conscienciar del sexisme als anuncis de joguines, però també al pessebre o a la taula el dia de Nadal.

Amb el mateix objectiu, acabar amb els estereotips, les publicistes Neus Parrot, Lia Mendonça i Carmela Serantes van posar en marxa ara fa dos anys el projecte Piensa sexi. Després d'analitzar diferents campanyes, van trobar que els patrons es repetien: Nenes preocupades pel seu aspecte o cuidadores, i nens valents i competitiu.

Els infants no saben què són els estereotips fins que tenen 5 o 6 anys. Malgrat això, ja de ben petits, els fem jugar diferent i els vestim diferent segons si són nenes o nens. El que és sexista no són els jocs, sinó aquests valors intrínsecs que donem a la roba, als colors o a les joguines, afirma Neus Parrot:

*"El que és sexista és la manera com es presenten: L'embolcall, el passadís rosa o blau de la botiga de joguines o com es publiciten"*

"Piensa sexi" ha fet una guia per detectar si un anunci és sexista o no. Hi ha dos factors determinants:

- La presència de nens i nenes a parts iguals sigui quina sigui la joguina que s'anuncia
- El rol que juguen les nenes i els nens en l'anunci o en la caixa de la joguina, que és on s'explica el seu ús. En cap dels dos casos, els infants han d'estar estereotipats

La xarxa és plena d'anuncis que incompleixen aquests principis i que perpetuen concepcions esbiaixades. Aquests són alguns exemples:

## **Nenes en rols de cuidadores**

Eduquem **les nenes** en els valors socials com l'empatia, l'estima, ser detallistes i la cura dels altres. Però això no hauria de ser exclusiu de les nenes.

Aquest anunci és de la nina Cocolín de Jesmar i es va emetre el 1995.

A la peça no hi apareix cap nen perquè és una joguina que va de canviar bolquers a un nadó que es tira pets.

Per què si existeixen el Cocolin nen i el Cocolin nena, a l'anunci només veiem el nen? Potser és perquè creien que era molt groller que una nena es tirés un pet i, en canvi, si ho fa un nen ens fa gràcia?

## **El fenomen de les miniinfluencers**

Una de les noves estratègies publicitàries que ha portat l'auge de les xarxes socials és aliar-se amb miniinfluencers com l'Arantxa. El seu canal de YouTube, "Los juguetes de Arantxa", té tres milions de subscriptors i es poden trobar "joies" com aquesta:

Tot el canal repeteix el patró de la "nena mona", preocupada per estar guapa i per agradar, remarcant estereotips femenins.

## **Nens en rols competitiu**

Al contrari que les nenes, els nens són educats en les habilitats productives, en la competitivitat i en la força, característiques que tampoc no haurien de ser només masculines.

Aquest anunci d'un parc de bombers de Playmobil és un clar exemple d'aquests valors.

Hi ha una veu en off d'home que parla de manera trepidant i agressiva. Queda clar que és una joguina "per a nens molt masculins".

Tots els personatges porten casc i no es pot saber del cert si són homes, però tot el context de l'anunci fa pensar que ho són. Amb aquest tipus de campanya no és d'estranyar que dels prop de 3.000 bombers que hi ha a Catalunya, només una seixantena siguin dones.

## **La sexualització de les nenes**

Igual de preocupant és com se sexualitza les nenes als anuncis de joguines i de roba infantil. És habitual veure nenes maquillades, amb postures sensuals i que només busquen agradar.

El videojoc "Just Dance" n'és un clar exemple:

Hi ha diferències enormes entre els personatges femenins i els masculins. El patró es repeteix constantment perquè veu de la indústria dels videoclip. Ells apareixen amb

roba ampla i elles amb roba sexi. Els moviments de ball d'ells acostumen a ser agressius i els d'elles sensuals, remarca Neus Parrot:

*"Aquest joc premia a qui millor sàpiga imitar, és a dir, és una màquina de crear estereotips".*

Tenint tot això en compte, "Piensa sexi" té la conclusió molt clara: Estem educant els nens i les nenes a mitges i com si fossin de planetes diferents.

### **La publicitat no sexista també existeix!**

Afortunadament cada cop més empreses apostes per campanyes publicitàries basades en la igualtat de gènere i en trencar estereotips.

Les galetes "Princesa" són un exemple amb aquest anunci titulat "El món és molt gran, no els ho fem petit"

Aquesta campanya va ser la resposta a les crítiques que va rebre l'empresa perquè les seves galetes, dient-se "Princesa", perpetuaven els estereotips sexistes i anaven principalment dirigides a noies.

L'empresa Audi també va trencar estereotips de gènere amb l'anunci "La nina que va triar conduir". Aquesta és una campanya online del 2016 que parla d'una princesa que viu en una botiga de joguines. Una nit decideix saltar al prestatge on hi ha les joguines "de nens" i es puja a un cotxe esportiu de gama alta.

Aquest anunci convida a trencar aquesta barrera imaginària que separa les joguines de nenes i les de nens. Al final, és el nen qui li qüestiona a la mare el fet que un cotxe esportiu pugui estar conduït per una nina.

Una marca de cotxes de gama alta és un producte que s'associa sempre al públic masculí. Aquest és un missatge que va més enllà de les joguines i parla de com ens comportem de grans segons què hem après de petits.

<https://www.ccma.cat/catradio/solidaris/manual-per-detectar-si-un-anunci-de-joguines-fomenta-estereotips-sexistes/noticia/2970015/>