



General | | Actualitzat el 14/06/2022 a les 07:02

# Els 10 estereotips i rols de gènere més presents en vídeos que veuen les nostres criatures

*Des del Consell Audiovisual de Catalunya analitzen tot plegat*

[inicicentrareport]La majoria d'anuncis de joguines infantils estan plagats de rols i estereotips de gènere. "No és només una percepció, es pot constatar", assegura Laura Pinyol Puig, consellera al Consell Audiovisual de Catalunya. Des del CAC han elaborat un informe on s'alerta que **els anuncis de joguines a internet reproduïxen més estereotips de gènere** que els de la televisió.

"La transmissió dels rols tradicionals i dels estereotips està tan arrelada que es va traslladant de manera més subtil i **de vegades l'esforç d'intentar revertir-los passa també per la perpetuació d'aquests rols**"; assegura Pinyol.

En aquest sentit, els productes que històricament eren unisex s'han tenyit de color rosa, purpurina i amb accions específiques de cura per anar dirigit a les nenes, i de blau, acció, risc i aventura quan es dirigeixen als nens.

Tot plegat, de manera inevitable, forma part de la socialització dels nostres infants, que en edats ben primerenques, cap als 4 o 5 anys, s'adonen que tot i que a casa els hagin intentat educar en la igualtat els seus **referents audiovisuals** actuen amb certs valors patriarcals i per imitació acaben rebutjant certs gustos o aficions per encaixar amb allò que se suposa que han de jugar i amb els rols que es reproduïxen a vídeos o dibuixos animats.

Per això hem elaborat, a partir de l'informe del CAC, una llista d'aquells estereotips més presents als vídeos d'anuncis de joguines i contingut audiovisual en general, perquè **la millor manera d'erradicar aquests rols i estereotips és adonar-nos que hi són**.

[GotaVerdaPle]**Gènere de la persona que protagonitza l'acció condicionat a l'acció** (el 87% dels vídeos protagonitzats per nenes o dones inclouen majoritàriament estereotips femenins, mentre que els protagonitzats per nens o homes en contenen només de masculins (90,5%). En el cas de vídeos amb protagonisme mixt, es detecten tant estereotips femenins (en el 30,0% dels casos) com masculins (18,2%).

[GotaVerdaPle]**Visió bonista, edulcorada i passiva** de productes enfocats específicament a un target infantil femení

[GotaVerdaPle]**Visió violenta, apel·lant al risc, a l'aventura**, al fet de transformar i amb una aproximació destructiva al poder per part de productes dirigits a un target infantil masculí

[GotaVerdaPle]**Ús discriminatori del llenguatge**: En el 41% dels vídeos amb protagonisme femení inclou l'ús de diminutius i sobrenoms dels influenciadors. El 86,3% dels vídeos protagonitzats per figures masculines

[GotaVerdaPle]**Contraestereotips que estereotipen**: El fet que un pare/mare jugui amb un infant o un pare/mare o nen/nena que competeixen entre ells no implica la introducció de contraestereotips, sinó que per contra pot introduir un rol estereotipat (mama, t'ha guanyat el



---

papa. T'ha hagut d'esperar i tot. I has tornat a perdre).

[GotaVerdaPle]**Paternalisme i pàtria potestat:** Entre els vídeos analitzats s'ha inclòs un d'un anunci de nines en el qual hi intervé un pare. La figura del pare és la de jutge d'un concurs de pentinats. En aquest vídeo les nenes necessiten l'aprovació del pare i que la seva activitat resulti del seu gust, en una conducta molt patriarcal, tot i que a qui hagi pensat l'anunci potser li sembla molt innovador o integrador el fet d'incloure un pare a un anunci de nines.

[GotaVerdaPle]**Maternitat imposada i amb un clíxé d'una determinada idea d'un estil de criança:** S'anima a les nenes primer de tot a dir-los de manera indirecta que si volen participar del joc simbòlic hauran d'interpretar una experiència maternal i es visibilitza com ha de ser aquesta experiència: donant el biberó als nadons, posant-los al cotxet, fer-los callar quan ploren donant-los un xumet...

[GotaVerdaPle]**Promoció i intensificació d'una masculinitat hegemònica:** amb valors molt competitiu, violència ambiental i conductes de risc.

[GotaVerdaPle]**Pressió estètica:** Un altre estereotip amb un pes important que es dona a l'11,6% dels estereotips és la preocupació per l'aspecte físic, especialment a les nenes. Ja des de petites se'ls imposa una pressió amb uns cànons de bellesa normatius, que tot i que s'han anat diferenciant persisteixen en el seu origen.

[GotaVerdaPle]**Sexualització infantil:** missatges a samarretes, parts de dalt de biquinis a nenes de 4 anys, peces de roba incòmodes o sexualitzant la cintura o els pits de les nenes.  
[ficentrareport]