

**ACORD 11/2019, de 6 de febrer, del Ple del
Consell de l'Audiovisual de Catalunya**

D'aprovació de l'informe sobre la representació dels estereotips de gènere en la publicitat de joguines (televisió lineal i plataformes de distribució de vídeos) durant la campanya de Nadal 2018-2019

L'article 10 de la Llei 2/2000, de 4 de maig, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), disposa que el Consell té atribuïdes les funcions, entre d'altres, de vetllar pel compliment de la legislació sobre publicitat en tot allò relatiu als continguts i les modalitats d'emissions publicitàries, així com les competències relatives a la protecció de la infància i l'adolescència en els serveis de comunicació audiovisual.

En aquest marc, el CAC ha analitzat la publicitat de joguines a la televisió per determinar el tipus i la presència de representacions d'estereotips de gènere des de la campanya de Nadal 2001-2002. En aquests anys s'ha aplicat un patró comú tant pel que fa a la metodologia com a l'àmbit d'anàlisi.

En el seguiment de la publicitat de la campanya 2018-2019 s'hi han introduït, respecte d'anys anteriors, nous elements d'anàlisi que afecten tant el nombre de variables que configuren la metodologia com els mitjans d'emissió dels continguts que integren la mostra.

Pel que fa a les variables, s'hi ha incorporat l'anàlisi d'elements formals, com el color que predomina en l'espot, l'espai on es desenvolupa i quina és la veu en *off*, així com altres elements constitutius del relat publicitari, com les accions que duen a terme les nenes i els nens que hi apareixen o el llenguatge emprat.

Quant als mitjans, a més de la publicitat en la televisió lineal –s'han analitzat els espots de joguines emesos entre el 10 d'octubre de 2018 i el 5 de gener de 2019 a TV3, al Super3 i a 8tv–, aquest informe també estudia un fenomen creixent en les plataformes de distribució de vídeos, concretament a YouTube: els canals de promoció de joguines protagonitzats per nenes i nens. Es tracta d'un format que obté audiències molt considerables i amb un seguiment preferent per part de nenes i nens.

Per tot el que s'ha exposat, el Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya adopta, per unanimitat, el següent

ACORD

1. Aprovar l'Informe sobre la representació dels estereotips de gènere en la publicitat de joguines (televisió lineal i plataformes de distribució de vídeos) durant la campanya de Nadal 2018-2019, el qual s'incorpora com a annex i part integrant d'aquest acord.



Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya

2. Trametre l'acord i l'informe als membres de la Mesa del Parlament de Catalunya, a la Comissió de Control de l'Actuació de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), a la Comissió d'Igualtat de les Persones (CIP), a l'Institut Català de les Dones, a l'Associació Empresarial de Publicitat, al Col·legi de Publicitaris i Relacions Públiques de Catalunya, a l'Asociación Española de Fabricantes de Juguetes, a l'Observatori de la Igualtat de Gènere, a la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, a 8tv i a Youtube.

Barcelona, 6 de febrer de 2019

CPIR-1 C Roger
Loppacher i
Crehuet

Firmado digitalmente por CPIR-1 C Roger Loppacher i Crehuet
Nombre de reconocimiento (DN): c=ES, o=Consell Audiovisual de Catalunya, ou=Viquens/http://www.aoc.cat/CATCert/Regulacio_ou=Presidencia, title=President, sn=Loppacher i Crehuet, givenName=Roger, serialNumber=37673756D, cn=CPIR-1 C Roger Loppacher i Crehuet
Fecha: 2019.02.08 12:27:41 +01'00'

Roger Loppacher i Crehuet
President

CPIR-1 C
Daniel
Sirera Bellés
Firmado digitalmente por CPIR-1 C Daniel Sirera Bellés
Fecha: 2019.02.08 10:16:40 +01'00'

Daniel Sirera Bellés
Conseller secretari



Generalitat
de Catalunya



Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya

INFORME 1/2019

Àrea de Continguts

Barcelona, 30 de gener de 2019

**La representació dels estereotips de
gènere en la publicitat de joguines
(televisió lineal i plataformes de
distribució de vídeos) durant la
campanya de Nadal 2018-2019**

ÍNDEX

1.	Objecte de l'informe.....	7
2.	Tipologia de joguines	7
3.	La publicitat de joguines en la televisió lineal. Mostra i metodologia.....	9
3.1	Mostra.....	9
3.2	Anàlisi de continguts dels espots en la televisió lineal.....	9
3.2.1	Elements formals i narratius de l'espot	9
3.2.2	Personatges que apareixen associats a la joguina en el relat publicitari.....	10
4.	Plataformes de distribució de vídeos. Mostra i metodologia.....	10
4.1	Mostra.....	10
4.2	Sistema i criteris de cerca	10
4.3	Anàlisi de continguts dels canals de vídeos.....	11
4.3.1	Elements formals i narratius del vídeo	12
4.3.2	Persones que apareixen associades a la joguina en el vídeo	12
CAPÍTOL I – TELEVISIÓ LINEAL.....		13
5.	Dades generals	15
6.	Característiques dels anuncis segons tipologia del producte	17
7.	Variables en funció del sexe de qui protagonitza l'espot	20
7.1	Els anuncis protagonitzats exclusivament per nenes	22
7.1.1	Tipologies de joguines anunciades	22
7.1.2	Elements formals.....	23
7.1.3	Presència de persones adultes	24
7.1.4	Llenguatge emprat.....	24
7.2	Els anuncis protagonitzats exclusivament per nens	26
7.2.1	Tipologies de joguines anunciades	26
7.2.2	Elements formals.....	26
7.2.3	Presència de persones adultes	27
7.2.4	Llenguatge emprat.....	28
7.3	Els anuncis protagonitzats per nenes i nens (mixtos).....	30
7.3.1	Tipologies de joguines anunciades	30
7.3.2	La interacció entre nenes i nens en els espots amb participació mixta	32
7.3.3	Elements formals.....	32
7.3.4	Presència de persones adultes	34
7.3.5	Llenguatge emprat.....	35
8.	Accions desenvolupades.....	37
9.	Comparativa de presència d'estereotips de gènere respecte de la campanya precedent	40
CAPÍTOL II – PLATAFORMES DE DISTRIBUCIÓ DE VÍDEOS.....		43
10.	Plataformes de distribució de vídeos	45

10.1	Canal Lady Pecas	46
10.1.1	Vídeos analitzats	47
10.1.2	Anàlisi dels continguts del canal	48
10.2	Canal Las aventuras de Dani y Evan	52
10.2.1	Vídeos analitzats	53
10.2.2	Anàlisi dels continguts del canal	54
10.3	Canal Las Ratitas	57
10.3.1	Vídeos analitzats	58
10.3.2	Anàlisi dels continguts del canal	59
10.4	Canal Los juguetes de Arantxa	63
10.4.1	Vídeos analitzats	64
10.4.2	Anàlisi dels continguts del canal	65
10.5	Canal Los mundos de Nico	68
10.5.1	Vídeos analitzats	69
10.5.2	Anàlisi dels continguts del canal	70
10.6	Canal MikelTube.....	73
10.6.1	Vídeos analitzats	74
10.6.2	Anàlisi dels continguts del canal	75
CONCLUSIONS		79

Introducció

El Consell Audiovisual de Catalunya ha analitzat la publicitat de joguines a la televisió per determinar el tipus i la presència de representacions d'estereotips de gènere des de la campanya de l'any 2001-2002. En aquests anys s'ha aplicat un patró comú, tant pel que fa a la metodologia com a l'àmbit d'anàlisi.

En el seguiment de la publicitat de la campanya 2018-2019 s'hi han introduït, respecte d'anys anteriors, nous elements d'anàlisi que afecten tant el nombre de variables que configuren la metodologia com els mitjans d'emissió dels continguts que configuren la mostra.

Pel que fa a les variables, s'ha incorporat l'anàlisi d'elements formals, com el color que predomina en l'espot, l'espai on es desenvolupa (interior o exterior) i quina és la veu en *off*. També s'han incorporat altres elements constitutius del relat publicitari, com les accions que duen a terme les nenes i els nens que hi apareixen o el llenguatge emprat.

Quant als mitjans d'emissió dels continguts, a més de la publicitat en la televisió lineal, aquest informe també estudia un fenomen creixent en les plataformes de distribució de vídeos i, concretament a YouTube: els canals de promoció de joguines protagonitzats per nenes i nens. Es tracta d'un format que obté audiències molt considerables i amb un seguiment preferent per part de nenes i nens.

L'estructura de l'informe reflecteix aquest doble vessant de l'anàlisi (televisió lineal i plataformes de distribució de vídeos) i es configura en dos capítols diferenciats.

1. Objecte de l'informe

L'informe analitza la representació d'estereotips de gènere en la publicitat de joguines emesa durant la campanya de Nadal 2018-2019 en televisió lineal i en plataformes de distribució de vídeos.

La metodologia d'anàlisi s'adapta a les característiques pròpies de cada un dels dos mitjans analitzats, la televisió lineal i les plataformes de distribució de vídeos.

2. Tipologia de joguines

Quant a la tipologia del producte ofert, les joguines anunciades es classifiquen d'acord amb les **tipologies** següents:

- **Consoles i videojocs:** Jocs d'ordinador, jocs acoblats al televisor o consoles de joc, terminals audiovisuals.
- **Construccions i acoblaments:** Joguines constituïdes per elements que permeten formar conjunts diversos o únics, sigui per superposició de peces, per acoblament, amb cargols i femelles, ganxos, etc. S'hi inclouen els puzles 3D.
- **Jocs de taula:** Jocs de societat que posen de manifest els coneixements (preguntes i respostes), la memòria, l'estratègia, els processos deductius, la lògica i el raonament mental ,però també l'habilitat motriu i els reflexos sobre el taulell de joc.
- **Jocs de treballs manuals (“manualitats”):** Jocs que inclouen material per tal que l'infant pugui elaborar amb les seves pròpies mans i habilitat objectes creatius o artístics: temperes, colors, plastilina, *kinetic sand*, fang, globus, granadures i altres materials per fer bijuteria, accessoris de moda, *tatoos*, etc.
- **Jocs d'habilitat i de punteria:** Jocs que consisteixen a fer blanc a un objectiu amb eines diverses (pistoles làser, arcs i fletxes, escopetes, bitlles, petanca) o en l'exercitació d'habilitats motores, de destresa manual o de coordinació sensoriomotriu. S'inclouen en aquesta categoria els jocs de societat que impliquen moviment, agilitat o coordinació fora del taulell de joc (els jocs d'habilitat sobre el taulell de joc –per exemple, col·locar hàbilment peces en una estructura per evitar que caigui– s'inclouen dins de la categoria *jocs de taula*).

- **Jocs d'imitació de la realitat (àmbit privat/llar):** Joguines que permeten la imitació de les activitats dels adults dins l'àmbit familiar o de la llar (cuinar, tenir cura d'altres, pentinar-se, maquillar-se, fer tasques de la llar, etc.).
- **Jocs d'imitació de la realitat (àmbit públic/professional):** Joguines que permeten la imitació de les activitats dels adults fora de la llar (desenvolupar professions, etc.).
- **Jocs electrònics:** Joguines que es basen en la utilització de la tècnica electrònica i que no es poden incloure en cap altra tipologia: aparells d'intercomunicació, robots, agendas electròniques, etc.
- **Nines i accessoris:** Nines, nadons i complements (cotxets, roba, banyera...) que permeten recrear situacions de maternitat.
- **Ninots, figures i accessoris:** Ninots amb articulació o sense, que permeten la integració i la ficció en diferents situacions, ja siguin familiars com d'acció (figures d'aventurers, guerrers, professionals de diferents oficis, etc.).
- **Ofertes conjuntes i catàlegs de joguines:** S'hi inclouen els espots que anuncien més d'una joguina, ja siguin de la mateixa tipologia o no. S'hi inclouen els espots que anuncien el catàleg de joguines de Nadal d'un establiment en concret (tant si mostren joguines com si no).
- **Representacions d'animals i mascotes:** Joguines que representen animals i/o mascotes, ja siguin de peluix o de plàstic, i que funcionen amb o sense piles.
- **Representacions d'armes:** Joguines que representen armes i que simulen les accions de matar, caçar, destruir, etc.
- **Vehicles en miniatura, circuits i accessoris:** Vehicles en miniatura de tot tipus (de terra, mar i aire), amb o sense piles, així com les vies de circulació que controla l'infant manualment o per radiocontrol. S'hi inclouen *drons*.
- **Vehicles i elements per pujar-hi:** Bicicletes, patins, patinets, trineus, cavalls, cotxes amb pedals o sense, motos, *hoverboard* i qualsevol altre artefacte que circuli que permeten que l'infant hi pugui. S'hi inclouen vehicles elèctrics.
- **Altres:** Joguines que no poden ser classificades dins els grups anteriors, com els instruments musicals, els jocs esportius (pilotes, bats, porteries, etc.), els cromos, els CD, l'*slime*, les joguines que regalen amb determinats productes alimentaris, etc.

3. La publicitat de joguines en la televisió lineal. Mostra i metodologia.

3.1 Mostra

Quant a la televisió lineal, se n'analitza la primera emissió de cada spot diferent emès entre el 10 d'octubre de 2018 i el 5 de gener de 2019 a TV3, al Super3 i a 8tv.

3.2 Anàlisi de continguts dels spots en la televisió lineal

L'anàlisi del missatge publicitari es realitza a partir de tres àmbits:

- la tipologia del producte ofert,
- els elements formals i narratius de l'spot, i
- les persones que apareixen associades a la joguina en el relat publicitari.

3.2.1 Elements formals i narratius de l'spot

S'analitzen una sèrie d'elements formals i narratius de cada spot:

a) Elements formals

- **Veu en off.** Veu incorporada present a l'spot que intenta influir en la decisió de compra del producte. En el cas que hi hagi més d'una veu en *off*, es considera aquella que inclou l'argument de compra.
- **Color.** Tonalitat que predomina en l'espai escènic de l'spot. En el cas que es combinin clarament dues tonalitats, s'indica *altres* i se n'especifiquen quines.

b) Elements narratius

- **Espai.** Lloc, interior o exterior, on es desenvolupa l'acció principal de l'spot, tant si és real com ficcionat.
- **Accions.** Fets que es desenvolupen a cada spot, ja sigui directament per personatges o indirectament mitjançant joguines que representen figures antropomòrfiques.

- **Llenguatge utilitzat a l'espot.** S'analitza tot l'àudio (veu en *off*, un diàleg o una cançó) i les sobreimpressions promocionals que apareixen en pantalla. No es registren les sobreimpressions de preu, animació figurada, necessitat de piles ni altres especificacions tècniques.

3.2.2 Personatges que apareixen associats a la joguina en el relat publicitari

S'analitzen les característiques de la persona o persones que protagonitzen l'espot (personatge) pel que fa al sexe, l'edat i la interacció entre personatges.

Per *protagonista* s'entén la persona o grup de persones reals o animades que utilitzen la joguina o bé prenen part del joc que s'anuncia. També es considera persona protagonista aquella a qui la trama de l'espot situa com a usuària de la joguina malgrat que no interaccioni amb el joc explícitament. No es registren els personatges animats no humans.

4. Plataformes de distribució de vídeos. Mostra i metodologia

4.1 Mostra

Pel que fa a les plataformes de distribució de vídeos (YouTube, Dailymotion i Vimeo), se n'analitzen canals de promoció de joguines publicats entre el 10 d'octubre de 2018 i el 5 de gener de 2019 (el mateix període que la televisió lineal).

4.2 Sistema i criteris de cerca

La localització dels canals analitzats en aquest informe s'ha realitzat a partir de:

- a) la cerca de diferents paraules i expressions clau al cercador de les plataformes, i
- b) els suggeriments oferts per la plataforma a partir dels resultats de les cerques per paraula clau.

Atesa la diversitat de tipologies de canals, la recerca s'ha centrat en els vídeos publicats en canals protagonitzats per nenes i nens, un format de gran audiència. A

partir d'aquesta cerca, s'analitzen els canals que es caracteritzen per presentar, de manera concurrent, els elements següents:

- Els seus continguts estan centrats de manera gairebé exclusiva en la promoció de joguines.
- La ubicació variable de la plataforma YouTube els situa dins del territori espanyol o així s'explicita en la informació del canal.
- Registren un nombre elevat de subscripcions (superior a 750.000).

A diferència del format d'espot que identifica el contingut amb publicitat, la presència de joguines en els vídeos de les plataformes revesteixen formes diferents.

La consideració de **promoció** d'un producte en el marc d'aquests vídeos requereix el compliment d'alguna de les característiques següents:

- a) L'ús o presència explícita d'una joguina en un vídeo. Pot anar acompanyada o no de la menció del nom comercial i de la marca.
- b) La descripció detallada de les característiques d'una joguina. Aquesta descripció pot incloure o no un discurs complaent.

4.3 Anàlisi de continguts dels canals de vídeos

Dels canals de vídeos, se'n proporcionen dades d'identificació, de descripció i d'audiència i la referència de vídeos que promocionen joguines en relació amb el conjunt dels publicats en el període analitzat.

Quant als vídeos amb promoció de joguines, se'n realitza una anàlisi de continguts que considera els ítems següents:

- la tipologia dels productes promocionats,
- els elements formals i narratius del vídeo, i
- les persones que apareixen associades a la joguina en el vídeo.

4.3.1 Elements formals i narratius del vídeo

De cada vídeo, se n'analitzen els elements formals i narratius següents:

a) Elements formals

- **Color.** Tonalitat que predomina en l'espai escènic del vídeo.

b) Elements narratius

- **Accions.** Relat que desenvolupa cada vídeo mitjançant les persones que hi participen.
- **Llenguatge utilitzat a l'espot.** S'analitza el llenguatge emprat per les persones que participen en el vídeo i la informació associada al canal responsabilitat de qui el gestiona (descripció del canal, títol i identificació de cada vídeo).

4.3.2 Persones que apareixen associades a la joguina en el vídeo

S'analitzen les característiques de la persona o persones que apareixen en el vídeo com a protagonistes o conductores del canal pel que fa al sexe, l'edat i la interacció que estableixen amb altres persones.

TELEVISIÓ LINEAL

5. Dades generals

Durant la campanya de Nadal 2018-2019 s'ha comptabilitzat un **total de 231 espots** de joguines entre el Super3 (75,8%), TV3 (22,5%) i 8tv (1,7%). Es tracta d'una xifra molt similar a la recollida en l'informe anterior (236 espots).

Quadre 1. Espots analitzats per canal (n=231)

Prestador analitzat	Publicitat de joguines %
Super3	75,8
TV3	22,5
8tv	1,7
Total	100

Aquests 231 espots es distribueixen en **186 creativitats diferents**, sense comptar les repeticions d'un mateix anunci en dos canals.

D'aquests, gairebé la meitat són espots que anuncien *nines* o *ninots*. Amb una presència més reduïda, prop d'una quarta part es refereixen a *jocs de taula* i *d'habilitat i punteria*. La resta es reparteix entre altres tipologies, com ara *representacions d'animals i mascotes*, *jocs de treballs manuals* i *vehicles en miniatura*.

Quadre 2. Espots analitzats segons tipologia de joguina (n=186)

Tipologia de joguina	%
Nines i accessoris	24,7
Ninots, figures i accessoris	22,0
Jocs de taula	13,4
Jocs d'habilitat i de punteria	9,7
Representacions d'animals i mascotes	9,1
Jocs de treballs manuals	4,3
Ofertes conjuntes i catàlegs de joguines	3,8
Vehicles i elements per pujar-hi	3,2
Vehicles en miniatura, circuits i accessoris	2,7
Jocs d'imitació de la realitat (àmbit privat-llar)	2,2
Construccions i acoblaments	1,6
Jocs electrònics	1,6
Consoles i videojocs	0,5
Altres	1,1
Total	100

Les dues tipologies amb més presència (en termes de creativitats diferents), *nines* i *ninots*, coincideixen amb les de la campanya de Nadal anterior (2017-2018).

En canvi, s'observen diferències pel que fa a la presència dels espots per canal.

Si bé el Super3 concentra la majoria dels espots (el 75,8%) –com en la campanya de l'any anterior–, durant aquesta campanya registra un descens de 15 punts percentuals. Per contra, TV3 incrementa notablement la proporció (del 4,2% la campanya anterior al 22,5% l'actual). 8tv, per la seva banda, disminueix l'emissió de publicitat de joguines a poc més de la tercera part de l'any anterior (del 4,7% a l'1,7%).

6. Característiques dels anuncis segons tipologia del producte

En aquest apartat s'analitzen les característiques formals i narratives dels espots (espai representat, color i veu en *off*) i la seva relació amb el tipus de joguina anunciada.

Tot i que en termes generals, l'acció principal en els espots analitzats es desenvolupa en **espais** interiors (cases, especialment), dues tipologies, els anuncis de *ninots*, *figures i accessoris* (bàsicament figures de mida reduïda que imiten figures humanes o d'animals, o que representen éssers imaginaris) i els anuncis de *vehicles en miniatura*, *circuits i accessoris* tenen com a referència l'espai exterior.

Quadre 3. Espai segons la tipologia de les joguines (en percentatge; n=186)

Tipologia	Interior	Exterior	Combinat (interior i exterior)	Total absolut
Nines i accessoris	71,7	21,7	6,5	46
Ninots, figures i accessoris	19,5	73,2	7,3	41
Jocs de taula	84,0	8,0	8,0	25
Jocs d'habilitat i de punteria	83,3	5,6	11,1	18
Representacions d'animals i mascotes	76,5	5,9	17,6	17
Jocs de treballs manuals	87,5	12,5		8
Ofertes conjuntes i catàlegs de joguines	57,1		42,9	7
Vehicles i elements per pujar-hi		33,3	66,7	6
Vehicles en miniatura, circuits i accessoris		100		5
Jocs d'imitació de la realitat (àmbit privat-llar)	100			4
Construccions i acoblaments	66,7		33,3	3
Jocs electrònics	33,3		66,7	3
Consoles i videojocs	100			1
Altres	50,0		50,0	2

Quant al **cromatisme dels espots**, dues tipologies de joguines es caracteritzen per presentar un color dominant: els anuncis de *nines i accessoris* adopten principalment els colors pastel i els de *jocs d'habilitat i de punteria* es presenten amb blaus foscos.

Tot i que la majoria dels espots de la resta de categories no s'associen de manera majoritària a un color determinat, sí que s'aprecia que els pastels apareixen en proporció significativa en els anuncis de ninots, en els de jocs de treballs manuals i en els d'imitació de la realitat (àmbit privat i llar).

Quadre 4. Color de l'espai segons la tipologia de les joguines (en percentatge; n=186)

Tipologia	Pastels	Blaus fosc	Roses	Altres fosc	Altres	No definit	Total absolut
Nines i accessoris	43,5		15,2	4,3	2,2	34,8	46
Ninots, figures i accessoris	22,0	12,2	14,6	7,3		43,9	41
Jocs de taula	4,0			12,0	4,0	80,0	25
Jocs d'habilitat i de punteria		44,4		22,2		33,3	18
Representacions d'animals i mascotes	11,8	11,8	17,6	5,9	11,8	41,2	17
Jocs de treballs manuals	12,5					87,5	8
Ofertes conjuntes i catàlegs de joguines		14,3				85,7	7
Vehicles i elements per pujar-hi					33,3	66,7	6
Vehicles en miniatura, circuits i accessoris						100	5
Jocs d'imitació de la realitat (àmbit privat-llar)	25,0					75,0	4
Construccions i acoblaments						100	3
Jocs electrònics						100	3
Consoles i videojocs						100	1
Altres						100	2

Pel que fa a la **veu en off**, els espots de *nines i accessoris* sempre estan prescrits per veus femenines, principalment nenes. La veu prescriptora també és majoritàriament femenina quan s'anuncien *representacions d'animals i mascotes*, com ara gossos i gats de plàstic o de peluix (94,1%), *ninots, figures i accessoris* (78%) i *jocs de treballs manuals* (75%). En canvi, la veu en *off* és masculina en la majoria d'anuncis de *jocs de taula* (92%) i *d'habilitat i punteria* (66,7%).

Quadre 5. Veu en off de l'espot segons la tipologia de les joguines (en percentatge; n=186)

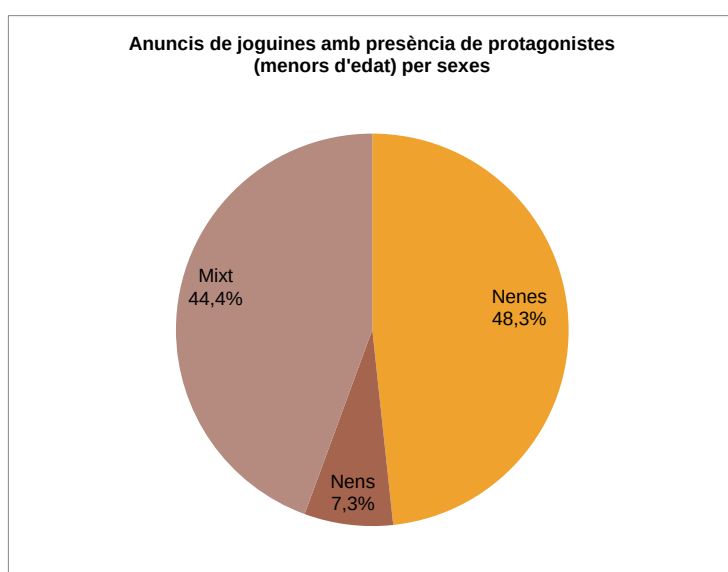
Tipologia	Nena	Dona	Veus fem.	Nen	Home	Veus masc.	Altres: nena i home	Sense veu en off	Total absol.
Nines i accessoris	84,8	15,2	100						46
Ninots, figures i accessoris	58,5	19,5	78,0	7,3	14,6	22,0			41
Jocs de taula		4,0	4,0		92,0	92,0	4,0		25
Jocs d'habilitat i de punteria	5,6	22,2	27,8		66,7	66,7	5,6		18
Representacions d'animals i mascotes	58,8	35,3	94,1		5,9	5,9			17
Jocs de treballs manuals	62,5	12,5	75,0		25,0	25,0			8
Ofertes conjuntes i catàlegs de joguines		42,9	42,9	14,3	42,9	57,1			7
Vehicles i elements per pujar-hi		100	100						6
Vehicles en miniatura, circuits i accessoris	20,0		20,0		80,0	80,0			5
Jocs d'imitació de la realitat (àmbit privat-llar)	75,0	25,0	100						4
Construccions i acoblaments	33,3		33,3		66,7	66,7			3
Jocs electrònics		100	100						3
Consoles i videojocs		100	100						1
Altres								100	2

7. Variables en funció del sexe de qui protagonitza l'espot

Aquest apartat aborda els anuncis de joguines des del punt de vista de **protagonistes menors d'edat que apareixen en la creativitat** i els agrupa per sexe: espots en què apareixen només nenes, espots en què apareixen només nens i espots en què nens i nenes comparteixen el joc i l'espai.

Dels 186 espots diferents, en 178 espots el protagonisme recau exclusivament en menors d'edat. D'aquests, gairebé la meitat (48,3%) corresponen a espots que protagonitzen només nenes, una xifra que contrasta amb la **publicitat protagonitzada estrictament per nens, que** registra un percentatge molt inferior (7,3%). La resta (44,4%) es refereix a espots amb protagonisme compartit entre nenes i nens.

Figura 1. Distribució del nombre d'anuncis de joguines amb presència de protagonistes (menors d'edat) per sexes (n=178)



Les **nenes** són protagonistes exclusives en gairebé la totalitat d'anuncis de *nines i accessoris* i en tots els de *jocs d'imitació de la realitat en l'àmbit de la llar* i de *jocs electrònics* (en aquesta campanya, un casc que fa massatges i un micròfon).

D'altra banda, el protagonisme únic dels **nens**, tot i que amb registres absoluts poc significatius, es troba en els anuncis de *vehicles en miniatura, circuits i accessoris*, i de botigues de joguines.

Els espots de *jocs de taula*, *ofertes conjuntes i catàlegs de joguines*, *construccions i acoblaments*, i *consoles i videojocs* compten, en tots els casos, amb el **protagonisme compartit** entre nenes i nens.

Quadre 6. Nombre d'anuncis amb presència de protagonistes (menors d'edat) segons la tipologia de les joguines (n=178)

Tipologia	Nenes %	Nens %	Mixtos %	Total
Nines i accessoris	87,0		13,0	46
Ninots, figures i accessoris	69,4	11,1	19,4	36
Jocs de taula			100	24
Jocs d'habilitat i de punteria	11,1	16,7	72,2	18
Representacions d'animals i mascotes	47,1		52,9	17
Jocs de treballs manuals	25,0		75,0	8
Ofertes conjuntes i catàlegs de joguines			100	6
Vehicles i elements per pujar-hi	33,3	33,3	33,3	6
Jocs d'imitació de la realitat (àmbit privat-llar)	100			4
Vehicles en miniatura, circuits i accessoris		50,0	50,0	4
Construccions i acoblaments			100	3
Jocs electrònics	100			3
Consoles i videojocs			100	1
Altres		100		2
Total	48,3	7,3	44,4	178

A continuació s'analitza la relació entre el protagonisme dels espots i la tipologia de la joguina anunciada, els elements formals presents en el decorat de l'espot (situació on passa l'acció i tonalitats que destaquen), la veu en *off* prescriptora del producte i el llenguatge emprat al llarg de la creativitat. Aquest conjunt de variables posen de manifest com són els espots associats a la presència exclusiva de nenes, de nens i de tots dos sexes.

7.1 Els anuncis protagonitzats exclusivament per nenes

En aquest apartat s'analitzen els anuncis de joguines protagonitzats **exclusivament per nenes** (independentment de si hi apareixen persones majors d'edat), que representen el 48,3% del conjunt de la mostra.

7.1.1 Tipologies de joguines anunciades

Les nenes apareixen interactuant amb una nina o un nino, ja sigui de mida petita – tipus figureta– o gran –tipus nadó– en **tres de cada quatre espots** que protagonitzen (75,6%). Aquesta xifra augmenta fins al 84,9% si s'hi sumen els anuncis de representacions d'animals i mascotes (gossos, gats, ocells, unicorns i altres animals fantàstics), amb els quals la nena acostuma a adoptar rols de cura semblants als que desenvolupa amb la nina o el nino.

En aquest mateix sentit, les nenes són protagonistes de tots els espots de *jocs d'imitació de la realitat (de l'àmbit privat)*: en tots s'hi promocionen joguines relacionades amb la bellesa i l'estètica. I en el cas dels jocs electrònics, on les nenes són les úniques usuàries, es tracta de la promoció d'un casc relaxant i d'un micròfon, que la protagonista de l'espot utilitza per cantar.

Quadre 7. Tipologia de les joguines anunciades als espots protagonitzats exclusivament per nenes (n=86)

Espots protagonitzats per nenes	
Tipologia	%
Nines i accessoris	46,5
Ninots, figures i accessoris	29,1
Representacions d'animals i mascotes	9,3
Jocs d'imitació de la realitat (àmbit privat-llar)	4,7
Jocs electrònics	3,5
Vehicles i elements per pujar-hi	2,3
Jocs d'habilitat i de punteria	2,3
Jocs de treballs manuals	2,3
Total	100

7.1.2 Elements formals

Més de la meitat dels espots de joguines protagonitzats exclusivament per nenes situen l'acció en un **espai interior** i utilitzen una **tonalitat clara –colors pastels i roses–** en l'espai escènic.

Pel que fa al **color**, i després de les tonalitats clares (roses i pastels sumen conjuntament un 52,3%), es detecten espots amb colors no definits, neutres (38,4%). Per contra, els espots amb colors foscos hi tenen una presència mínima.

Amb relació a l'**espai**, es mostren les nenes principalment en zones interiors (55,8%), especialment als seus dormitoris, però també a altres estances de la casa (sala d'estar i bany).

Quadre 8. Color de l'espai als espots protagonitzats exclusivament per nenes (n=86)

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

Quadre 9. Situació de l'espai als espots protagonitzats exclusivament per nenes (n=86)

Espots protagonitzats per nenes	
Situació de l'espai	%
Interior	55,8
Exterior	34,9
Combinat (interior i exterior)	9,3
Total	100

La veu en *off* prescriptora del producte i present durant els espots protagonitzats només per nenes és sempre una **veu femenina**, principalment infantil (en tres de cada quatre anuncis).

Quadre 10. Veu en off present als espots protagonitzats exclusivament per nenes (n=86)

Espots protagonitzats per nenes	
Tipus de veu en off	%
Nena	74,4
Dona	25,6
Total	100

7.1.3 Presència de persones adultes

Les **nenes apareixen soles**, sense cap persona adulta en la dramatització, en 9 de cada 10 anuncis que protagonitzen. En els espots en què sí que apareixen persones adultes, homes i dones ho fan en la mateixa proporció, però en cap cas hi apareix un home i una dona junts.

Quant al rol que desenvolupen, les dones adultes adopten un paper més actiu que els homes, recomanant la joguina a les nenes i prenent part del joc. Els homes, un paper més d'observador del joc de les nenes.

Quadre 11. Presència de persones adultes als espots protagonitzats exclusivament per nenes (n=86)

Espots protagonitzats per nenes	
Companyia de persones adultes	%
Sense adults	91,9
Dona adulta	4,7
Home adult	3,5
Total	100

7.1.4 Llenguatge emprat

En els anuncis protagonitzats exclusivament per nenes, les paraules més utilitzades són, en ordre descendent: *màgic*, *cantar*, *aprendre*, *veritat*, *xumet*, *ballar*, *crear*, *descobrir*, *estimar*, *somni* i *festa*. La interjecció *uau*, que s'empra per mostrar sorpresa i admiració, també forma part dels mots recurrents.

Des d'un punt de vista conceptual, aquests anuncis evoquen **mons idíl·lics i màgics** relacionats amb les nenes i els ninots. L'adjectiu *màgic* apareix principalment en aquest context: "arbre màgic", "cascada màgica", "habitació màgica", "llàgrimes màgiques", "mirallet màgic", etc. El terme *somni* també remet en diverses ocasions a situacions que es troben en un pla de fantasia o irrealitat: "Aquest insti és el meu somni", "Un somni fet realitat!"

Les **accions personificades de les nenes i els ninots**, o de relació amb les nenes protagonistes, es concreten en verbs com *cantar*, *aprendre*, *ballar* i *estimar*: "[...] canta i ens encanta", "El teu baby aprèn", "[...] especials, amb música ballen i brillen", "Com

En ocasions, el realisme del que es pretén dotar les accions atribuïdes a nines, ninots, animals i mascotes es reforça mitjançant el terme *veritat*. Per exemple, es verbalitza “aprèn de veritat” (un bebè), “plora de veritat” (un bebè) i “si l’acaricia, borda de veritat” (un gos).

El verb *descobrir*, per la seva banda, s'acostuma a utilitzar com a argument d'incitació a la compra, mentre anticipa determinats accessoris i complements de les joguines: "Descobreix el megapack de vestits i accessoris", "Descobreix el maletí canviador de [...] amb nous modelets".

[illegible]

7.2 Els anuncis protagonitzats exclusivament per nens

Els anuncis de joguines **protagonitzats exclusivament per nens** tenen una presència del 7,3% del total d'espots de la mostra a la campanya de joguines de Nadal 2018-2019.

7.2.1 Tipologies de joguines anunciades

Pel que fa a la tipologia de productes, s'observa, en primer lloc, que els nens protagonitzen els espots de *ninots i figures* amb rols que tradicionalment s'han atorgat al gènere masculí (és el cas de les figuretes que representen policies, bombers i lladres) o d'animals ficticis.

D'altra banda, quan els nens apareixen sols en anuncis d'*habilitat i punteria*, en tots els casos és per fer blanc, amb una pistola làser, a *aliens* i fantasmes. Aquesta tipologia de joguina mostra una diferenciació en funció del sexe de qui el protagonitza: quan les nenes apareixen soles anunciant aquestes tipologies de joguines, no utilitzen una pistola per destruir figures, sinó una vareta màgica per atrapar estrelles.

Quadre 12. Tipologia de les joguines anunciades als espots protagonitzats exclusivament per nens (n=13)

Espots protagonitzats per nens	
Tipologia	%
Ninots, figures i accessoris	30,8
Jocs d'habilitat i de punteria	23,1
Vehicles i elements per pujar-hi	15,4
Vehicles en miniatura, circuits i accessoris	15,4
Altres	15,4
Total	100

7.2.2 Elements formals

Més de la meitat dels espots de joguines protagonitzats només per nens (concretament, el 53,9%) situen l'acció en un decorat amb **tonalitats fosques**, especialment blaus. En segon lloc, amb el 46,2%, es troben els espais amb **tonalitats no definides**.

L'acció de l'espai es desenvolupa, amb proporcions iguals (38,5%) **tant a espais exteriors com amb combinació exterior/interior**.

Quadre 13. Color de l'espai als espots protagonitzats exclusivament per nens (n=13)

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

Quadre 14. Situació de l'espai als espots protagonitzats exclusivament per nens (n=13)

Espots protagonitzats per nens	
Situació de l'espai	%
Exterior	38,5
Combinat (interior i exterior)	38,5
Interior	23,1
Total	100

En dos terços dels anuncis protagonitzats per nens, la veu en *off* que vehicula el missatge de compra és **masculina**; dins de les veus masculines, la d'home adult assoleix una presència que dobla la de nen.

Quadre 15. Veu en *off* present als espots protagonitzats exclusivament per nens (n=13)

Espots protagonitzats per nens	
Tipus de veu en <i>off</i>	%
Home	46,2
Nen	23,1
Dona	15,4
Inexistent	15,4
Total	100

7.2.3 Presència de persones adultes

Un 69,2% dels anuncis amb protagonisme només de nens es presenten sense persones adultes. En el cas de presentar-ne, l'home adult apareix en el 23,1% dels espots i la dona adulta, en el 7,7%.

Quadre 16. Presència de persones adultes als espots protagonitzats exclusivament per nens (n=13)

Espots protagonitzats per nens	
Companyia de persones adultes	%
Sense persones adultes	69,2
Adult masculí	23,1
Adult femení	7,7
Total	100

7.2.4 Llenguatge emprat

En els anuncis protagonitzats exclusivament per nens, les paraules més utilitzades són, per ordre: *disparar*, *lladre*, *alien*, *comissaria*, *figura*, *policia* i *reforç*. L'enumeració de les més repetides es completa amb l'onomatopeia *crash*.

Les principals paraules dels espots **reflecteixen acció** (*disparar*, *lladre*, *comissaria*, *policia* i *crash*). Es verbalitzen continguts com ara “Lladre, has caigut a la trampa”, “Crash! Foc! Els bombers disparen els seus míssils d'aigua”, “Al calabós, figura”, “És un superheroi? És un poli?” i “Necessitem reforços”.

Altres anuncis concerneixen la **captura d'éssers imaginaris** com a argument del joc. Per exemple, es mostren nens que cacen *aliens* o fantasmes amb unes pistoles. Es tracta de jocs d'habilitat i punteria, i l'acció de *disparar* hi apareix de forma recurrent. En aquests anuncis s'indica, per exemple: “Dispara'ls amb una pistola per guanyar punts”, “Apunta i dispara” i “Els *aliens* ens ataquen”.

Figura 3. Núvol de paraules utilitzades als espots protagonitzats exclusivament per nens (n=13)



7.3 Els anuncis protagonitzats per nenes i nens (mixtos)

En aquest apartat s'analitzen els anuncis protagonitzats conjuntament per nens com per nenes, que representen el 44,4% del conjunt de la mostra.

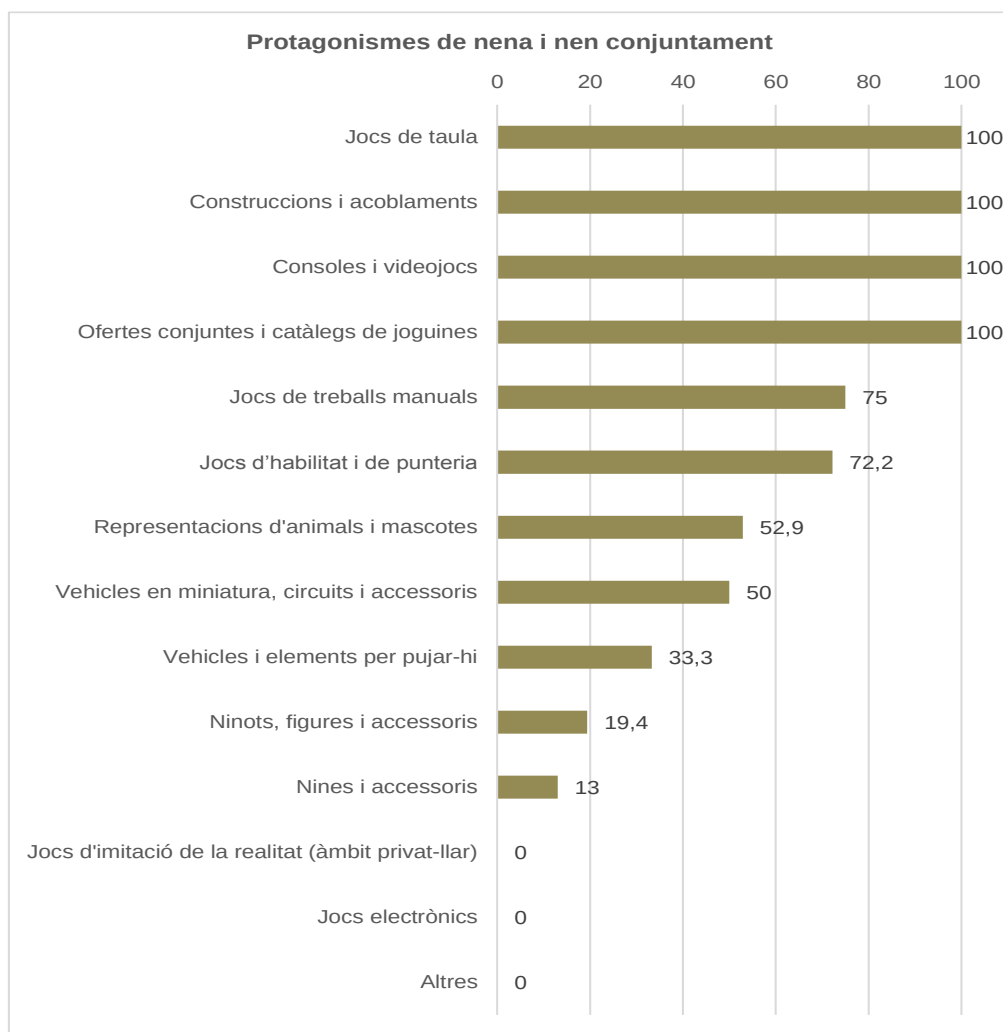
7.3.1 Tipologies de joguines anunciades

Pel que fa al tipus de joguina que infants de tots dos sexes anuncien conjuntament, s'observa que hi ha quatre tipologies que sempre utilitzen nenes i nens com a protagonistes dels anuncis: els *jocs de taula*, els *catàlegs de joguines*, les *construccions i acoblaments*, i les *consoles i videojocs*.

D'aquestes, els ***jocs de taula***, la tipologia amb més presència en termes quantitatius, comprèn tant els jocs de societat més tradicionals com els que impliquen habilitat motriu sobre el taulell de joc.

Tres tipologies més compten amb presència conjunta de nenes i nens en la majoria dels espots: els *jocs d'habilitat i punteria*, els *jocs de treballs manuals* i les *representacions d'animals i mascotes*.

Figura 4. Tipologia de les joguines anunciades amb protagonisme conjunt de nenes i nens (n=79)



7.3.2 La interacció entre nenes i nens en els espots amb participació mixta

Els rols de nenes i nens en els anuncis en què comparteixen protagonisme no sempre són igualitaris. Per exemple, quan s'analitza qui, la nena o el nen, guanya una partida o assoleix un objectiu.

Així, en els espots de *jocs de taula*, si bé sempre juguen les unes amb els altres, quan l'espot mostra qui guanya, en el 70% es tracta d'un nen i en el 30%, d'una nena. Igualment, en els espots de *jocs d'habilitat i punteria* (en què majoritàriament nenes i nens comparteixen l'assoliment dels objectius), el nen és qui guanya la partida o es mostra com el responsable de l'èxit de manera més habitual que la nena en una proporció de 4 a 1.

Pel que fa als anuncis de nines (13%) i de representacions de mascotes (52,9%), es constata que nens i nenes es mostren en un **pla igualitari i desenvolupen un rol similar**: tots dos tenen cura de les persones o de les mascotes, i col·laboren en l'educació o en l'expressió d'afectivitat.

Així mateix, en el cas dels anuncis de joguines per fer treballs manuals, tant les nenes com els nens col·laboren a l'hora de crear la figureta o dibuixen i pinten per igual.

7.3.3 Elements formals

Quant a les característiques formals de l'entorn on es desenvolupa l'acció, s'observa que tres de cada quatre espots amb presència de nens i nenes inclouen decorats de **tonalitats no definides o neutres** (en un 73,4% de les ocasions).

Quadre 17. Color de l'espai als espots protagonitzats per nenes i nens (n=79)

Espots protagonitzats per nenes i nens	
Color de l'espai	%
No definit	73,4
Blaus foscos	8,9
Altres foscos	8,9
Pastels	6,3
Altres	2,6
Total	100

Pel que fa a la situació –exterior, interior o combinat – de l'espai, els espots amb nenes i nens registren el percentatge més alt **d'espais interiors**, sobretot a causa del gran

nombre d'anuncis de jocs de taula i jocs d'habilitat i punteria protagonitzats alhora per nenes i nens.

Quadre 18. Situació de l'espai als espots protagonitzats per nenes i nens (n=79)

Espots protagonitzats per nenes i nens	
Situació de l'espai	%
Interior	72,2
Exterior	16,5
Combinat (interior i exterior)	11,4
Total	100

Aquests espots es caracteritzen per un pes semblant en la presència de **veus en off tant masculines i femenines**: les masculines apareixen en un 51,9% dels espots i les femenines, en un 45,6%. Gairebé totes les veus prescriptores masculines corresponen a homes adults, mentre que les femenines es reparteixen entre veus infantils i de dona adulta.

Quadre 19. Veu en off present als espots protagonitzats per nenes i nens (n=79)

Espots protagonitzats per nenes i nens	
Tipus de veu en off	%
Home	50,6
Nena	25,3
Dona	20,3
Nena i home	2,5
Nen	1,3
Total	100

7.3.4 Presència de persones adultes

Malgrat que els anuncis de joguines amb nenes i nens segueixen la tendència general de mostrar-los sense persones adultes, s'observa que en aquest cas apareix per primera vegada la presència **de majors d'edat de tots dos sexes**, és a dir, un home i una dona en un mateix espot acompanyant els infants.

Quadre 20. Presència de persones adultes als espots protagonitzats per nenes i nens (n=79)

Espots protagonitzats per nenes i nens	
Companyia de persones adultes	%
Sense adults	77,2
Adult mixt	12,7
Adult masculí	5,1
Adult femení	5,1
Total	100

7.3.5 Llenguatge emprat

En els anuncis protagonitzats per nenes i nens, les paraules més utilitzades són, per ordre: *aconseguir*, *guanyar*; *crear*, *descobrir*, *diversió*, *ràpid*, *saber* i *tocar*. El terme *compte!*, que reforça els continguts de perill fictici que formen part del discurs narratiu d'alguns anuncis, també apareix amb reiteració en la mostra analitzada.

Les paraules esmentades es contextualitzen bàsicament en la **dimensió social i competitiva dels jocs**.

La lògica de la consecució d'objectius pròpia de determinats jocs es tradueix en l'ús d'accions com *aconseguir*, *guanyar*, *saber* i *tocar*: “Aconseguiràs desactivar la bomba a temps?”, “S'escapa de la cuina, però si el captures has guanyat”, “[...], saps més que jo?”, “Si toques les cordes, acceleraràs el cronòmetre”. L'element competitiu d'alguns jocs, per la seva banda, es relaciona amb el mot *ràpid*: “ràpid, trobeu les pistes!”, “ràpid, creua el passadís, el temps corre!”

Un segon grup de paraules remeten a **la creativitat** com a objectiu del joc i es recorre a verbs com *crear* i *descobrir*. Aquest darrer verb, en un sentit totalment diferent al que pren en els anuncis protagonitzats només per nenes. Per exemple, es verbalitza “Fes rodar les boles a tota velocitat i crea pistes úniques”, “Ara pots crear les figures més divertides”, “Descobreix els tresors amagats” i “Descobreix una cosa única”.

El vessant **d'entreteniment** i gaudi dels productes anunciats s'emfasitza amb la paraula *diversió*, que apareix de forma transversal en les diferents categories de joguines: “sent la diversió”, “diversió total, ho passareu genial!”, “nous dissenys i colors plens de diversió”, etc.

8. Accions desenvolupades

Aquest apartat recull les accions que duen a terme menors d'edat protagonistes en el conjunt dels anuncis de la campanya de joguines d'enguany.

De l'anàlisi dels espots se'n desprèn, en primer lloc, que les **nenes desenvolupen un volum més gran d'accions relacionades amb el joc simbòlic primari** –tant amb nina/nino com amb representació de mascota– que els nens; en aquest sentit, se les mostra cuidant, educant, vestint i pentinant o fent i rebent petons d'una nina o mascota.

A més, les **nenes són les úniques que duen a terme accions pròpies de les festes** (cantar i ballar) i **només elles, mai els nens, tenen cura del seu aspecte físic**.

Per la seva banda, el **volum més gran d'accions dels nens** tenen a veure amb la **participació en un joc de taula o habilitat** (juguen un torn de la partida, perden, guanyen, fan trampa, miren com els altres juguen, etc.) seguit del gruix d'accions que **expressen l'emoció** del nen en relació amb la seva participació en el joc: celebra la victòria en el joc, mostra sorpresa o alegria, té por o lamenta la pèrdua.

Amb percentatges inferiors, els nens també realitzen més activitats físiques que les nenes (anar en bicicleta, córrer, saltar, etc.).

Quadre 21. 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
Representa rols fantàstics	2,6	3,0
Fa ús de mòbils o tauletes	2,0	--
Mostra la joguina a càmera	1,3	2,0
Mou vehicles en miniatura	0,4	3,9

Accions	Nenes (%)	Nens (%)
Dispara	0,2	2,0
Altres accions	5,2	2,5
Total accions	100	100

Tot i que nenes i nens expressen **emocions en relació amb la participació en el joc** en el relat publicitari, una anàlisi de la tipologia d'aquestes emocions mostra certes diferències. Així, la principal emoció que expressen els nens és celebrar la victòria en el joc; la nenes, mostrar alegria. D'altra banda, les emocions més relacionades amb l'estat físic (estar cansat/da i relaxar-se) així com l'enuig només les mostren nenes.

Quadre 22. Accions concretes relacionades amb les emocions desenvolupades per menors d'edat

Emocions	Nenes	Nens
Mostra alegria	41,9	23,6
Mostra sorpresa	23,3	25,5
Celebra la victòria en el joc	15,1	40,0
Es relaxa	9,3	--
Lamenta la pèrdua en el joc	3,5	1,8
Es mostra cansat/ada	2,3	--
S'enfada	2,3	--
Té por	2,3	9,1

Igualment, quant a les accions que es desenvolupen relacionades amb la **participació en jocs de taula o d'habilitat**, s'observa que les nenes desenvolupen un paper més secundari o passiu en el joc (mirar com els altres juguen i fer de suport en el joc): els nens se'ls mostra de manera secundària o passiva en un 11,7% de les ocasions; les nenes, en un 28,7%.

Quadre 23. Accions concretes relacionades amb la participació en el joc (de taula, d'habilitat) desenvolupades per menors d'edat

Participa en el joc	Nenes	Nens
Juga un torn de la partida	61,2	68,3
Mira com els altres juguen	20,4	10,0
Fa de suport en el joc	8,2	1,7
Perd la partida	6,1	10,0
Guanya la partida	2,0	8,3
Fa trampa	2,0	1,7

En relació amb els **rols professionals**, les nenes desenvolupen un ventall ampli de professions. Entre aquestes professions, n'apareixen algunes que s'han atribuït

tradicionalment a les dones (model, perruquera o cambrera), tot i que també apareixen com a doctora, veterinària, policia, disck-jockey o pilot d'avió, feines que tradicionalment s'han atribuït als homes.

Els rols professionals dels nens es limiten a tres categories (metge, policia i granger) i en cap cas exerceixen professions associades tradicionalment a les dones.

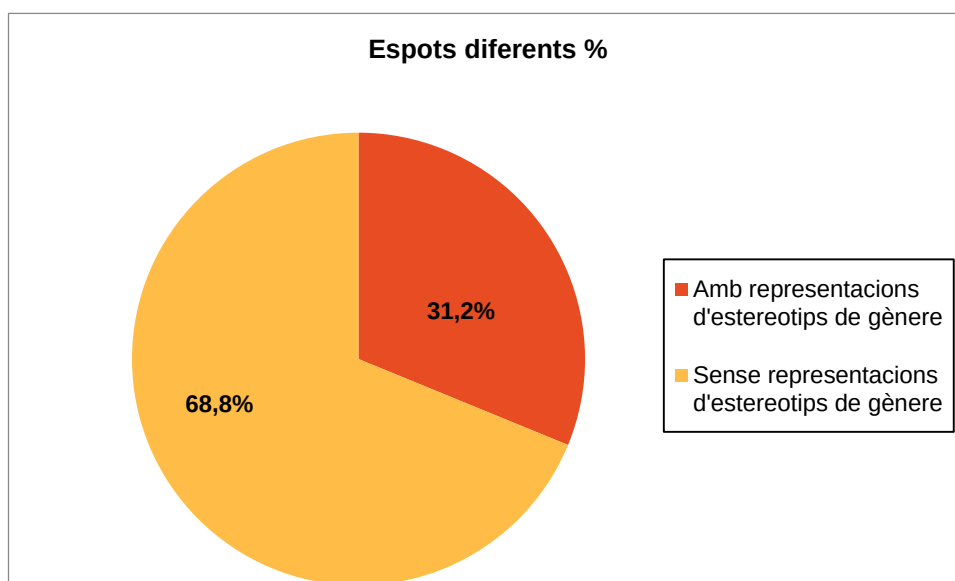
Quadre 24. Accions concretes relacionades amb els rols professionals desenvolupades per menors d'edat

Rols professionals	Nenes	Nens
Fa de metge/essa	20,0	40,0
Fa de veterinari/ària	15,0	--
Fa de model	15,0	--
Fa de perruquera	10,0	--
Fa de policia	10,0	40,0
És propietària d'un food-truck	5,0	--
Fa de cambrer/a	5,0	--
Fa de disck-jockey	5,0	--
Fa de pilot d'avió	5,0	--
Fa de professor/a	5,0	--
Fa d'estudiant	5,0	--
Fa de granger		20,0

9. Comparativa de presència d'estereotips de gènere respecte de la campanya precedent

Dels espots diferents emesos en els tres canals durant la campanya 2018-2019, un 31,2% inclouen alguna representació d'estereotips, una xifra lleugerament inferior a la de la campanya precedent, que era del 34,7%.

Figura 6. Espots diferents amb i sense representació d'estereotips de gènere



En aquests espots s'han detectat un total de 125 representacions d'estereotips, una xifra lleugerament inferior a la de l'any precedent (134).

Més enllà de la xifra total, és destacable que 9 de cada 10 representacions (el 88,8%) corresponguin a estereotips femenins (ombrejats en el quadre següent), una proporció que, a més, creix notablement respecte de la campanya de l'any anterior, quan era del 67,9%. De la mateixa manera que l'any 2017-2018, les dues representacions amb més presència corresponen a relats de nenes jugant només amb nenes i a nenes jugant amb nines. A més, totes dues representacions d'estereotips incrementen la presència de manera substantiva.

A diferència de la campanya precedent, s'ha registrat la representació de l'estereotip que mostra nenes desenvolupant un joc simbòlic primari altre que l'adopció d'un rol maternal (per exemple, la realització de tasques domèstiques i de cuina).

Per contra, la representació d'estereotips de nenes preocupades pel seu aspecte físic –que durant la campanya anterior havia augmentat la seva presència– torna als valors de la campanya 2016-2017.

Quadre 25. Distribució de la representació d'estereotips en els espots de joguines

Estereotips	Campanya 2018-2019 (%)	Campanya 2017-2018 (%)
Nena que juga només amb altres nenes i/o que no interacciona amb nens en un pla igualitari	32	22,4
Nena que juga amb una nina	22,4	18,7
Nena que adopta el rol de mare en el joc	13,6	10,4
Joguina antropomòrfica femenina que desenvolupa una activitat associada a un rol estereotipat femení	7,2	5,2
Nena en un joc simbòlic primari	7,2	--
Nen que juga només amb altres nens i/o que no interacciona amb nenes en un pla igualitari	6,4	16,4
Nena preocupada pel seu aspecte físic	4	7,5
Nena que apareix acompanyada només de la mare	2,4	3,7
Nen que juga a jocs de guerra	2,4	--
Nen que juga amb cotxes	1,6	11,9
Nen que competeix	0,8	3,7
Total	100	100

PLATAFORMES DE DISTRIBUCIÓ DE VÍDEOS

10. Plataformes de distribució de vídeos

La recerca desenvolupada segons el paràmetres explicitats en la metodologia no ha detectat la presència de promoció de joguines, protagonitzats per nenes o nens, a les plataformes Dailymotion i Vimeo.

En canvi, sí que s'ha observat la presència freqüent d'aquest tipus de continguts a la plataforma **YouTube**. Per tal d'efectuar-ne l'anàlisi, s'ha establert una selecció de 6 canals d'acord amb els criteris plantejats a la metodologia. De cada canal, se n'han analitzat els vídeos publicats durant la campanya de Nadal 2018-2019 –entre el 10 d'octubre de 2018 i el 5 de gener de 2019– que inclouen promoció de joguines.

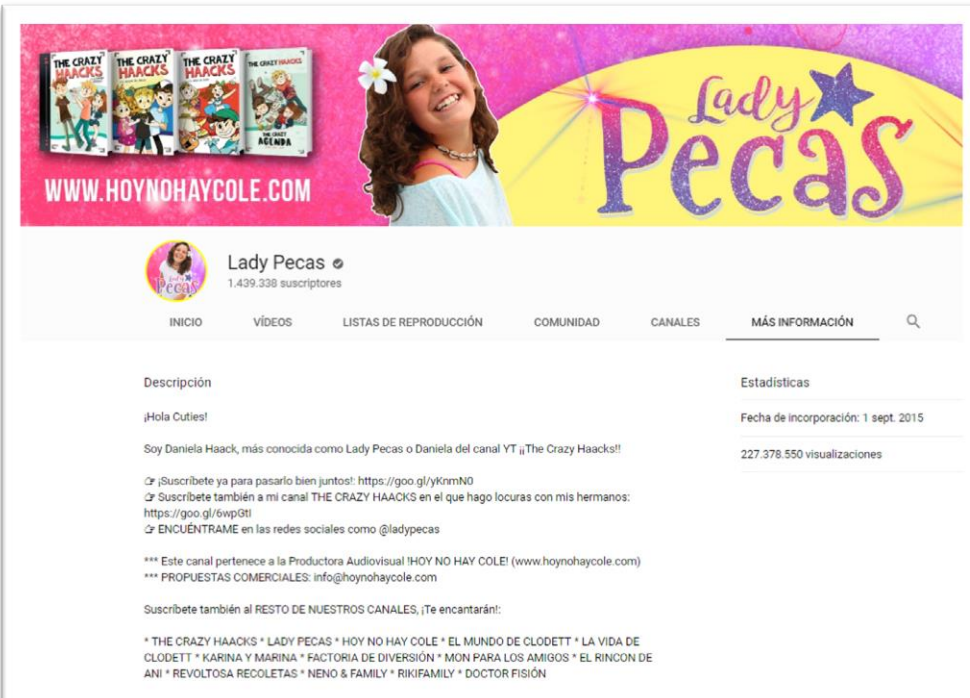
Es tracta dels canals següents:

Quadre 26. Dades dels canals analitzats (actualitzades en data 16/01/19).

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

10.1 Canal Lady Pecas

Quadre 27. Fitxa d'anàlisi

Nom del camp	Contingut
Identificació	
Títol	Lady Pecas
Adreça	https://www.youtube.com/channel/UCadHNmrOGxnIG4YBxhxwD-A
Característiques	
Llengua	Castellà
Dates	Creació del canal: 01/09/15 Darrer vídeo publicat: 11/01/19 (en data 16/01/19)
Dades d'audiència	1.455.458 subscripcions 230.322.874 visualitzacions (en data 16/01/19)
Continguts	
Presentació	“¡Hola Cuties! Soy Daniela Haack, más conocida como Lady Pecas o Daniela del canal YT ¡¡The Crazy Haacks!! 👉 ¡Suscríbete ya para pasarlo bien juntos!: https://goo.gl/yKnmN0 👉 Suscríbete también a mi canal THE CRAZY HAACKS en el que hago locuras con mis hermanos: https://goo.gl/6wpGtl 👉 ENCUÉNTRAME en las redes sociales como @ladypecas *** Este canal pertenece a la Productora Audiovisual !HOY NO HAY COLE! (www.hoynohaycole.com) *** PROPUESTAS COMERCIALES: info@hoynohaycole.com Suscríbete también al RESTO DE NUESTROS CANALES, ¡Te encantarán!: * THE CRAZY HAACKS * LADY PECAS * HOY NO HAY COLE * EL MUNDO DE CLODETT * LA VIDA DE CLODETT * KARINA Y MARINA * FACTORIA DE DIVERSIÓN * MON PARA LOS AMIGOS * EL RINCON DE ANI * REVOLTOSA RECOLETAS * NENO & FAMILY * RIKIFAMILY * DOCTOR FISIÓN”
Captura de pantalla	

10.1.1 Vídeos analitzats

Durant el període d'anàlisi, el canal Lady Pecas ha publicat un total de 24 vídeos, **22** dels quals inclouen la promoció directa o indirecta d'una o de diverses joguines. Són els següents:

Quadre 28. Canal Lady Pecas. Vídeos amb promoció de joguines publicats durant el període d'anàlisi (ordre descendent per data de publicació)

Títol del vídeo	Visualitzacions (16/01/19)
REGALOS de NAVIDAD de DANIELA HAACK 2018 🎁 ¡¡Super Sorpresas!!	637.539
¡¡48 HORAS siendo MAMÁ!! 🤪 Vlog en Córdoba y Granada	554.678
¡¡Nuevos LIBROS de las MUÑECAS LOL SURPRISE!! 😊 Pegatinas y Actividades con MI PRIMA Sienna	190.309
¡Me salen VERRUGAS en los PIES! ¡CANTO CANCIONES de NAVIDAD en el COLEGIO! 🎄	950.644
Recibo una CAJA SORPRESA de CLAIRE'S ¡¡para una FIESTA DE PIJAMAS con mis BFF's!!	484.707
¡¡CANTANDO sin ESCUCHARME challenge!! 🎵 ¡Roban la música de Tik Tok y MIRACLE TUNES la recuperan!	460.158
🐾 ¡¡POOPSIE Surprise UNICORN y POOPSIE SLIME Surprise!! 🐾 Hacemos SLIME de UNICORNIO	564.967
¡¡La CASA de LOL Surprise en EXCLUSIVA!! 🏠 Casa de Muñecas LOL con Piscina y Jacuzzi	818.623
¡¡CAMBIO DE LOOK radical de mi MADRE!! 💇 PELUQUERA por un DÍA con NANCY Maletín de Peinados	814.355
🐶 Lucía y yo RESCATAMOS 4 CACHORROS ABANDONADOS 😊 Únete al club RESCUE RUNTS	467.567
¡CREANDO Fotos TUMBLR!! 📷 Sesión de FOTOS con PIKMI POPS Surprise ¡¡MEGA PACK!! Season 2	185.498
¡¡BAÑO a mis TRILLIZOS!! * Un DÍA siendo MAMÁ de mis nuevos BEBÉS BELLIES!! 🍼	1.598.383
¡¡SMOOTHIE Challenge!! * Comprando A CIEGAS en el SUPERMERCADO de BARRIGUITAS y PARTY TRUCK	541.208
¡Nuevas LOL BIGGER Surprise!! 🎁 MALETIN GIGANTE con 60 SORPRESAS y PELUCAS para las muñecas!!	1.167.256
¡¡RULETA de JUGUETES!! 🎰 ¡¡Supera el RETO para ganar REGALOS SORPRESA!! 😊 CUMPEAÑOS Daniela 😊	401.439
¡¡3 MANUALIDADES DIY de NAVIDAD!! * Cómo Hacer COPOS DE NIVE con JAGGETS SNOW Surprise	96.783
¡¡Mis REGALOS de CUMPLEAÑOS!! 🎁 DANIELA Haack cumple 10 años y hace UNA FIESTA increíble	656.286
CUENTO de HALLOWEEN con NANCY Princesa de las Hadas y Nancy Snow Glam	509.743
¡Recibo REGALOS de CUMPLEAÑOS SORPRESA!! * ¿Qué será? 🎁 CUMPLEAÑOS de Daniela Haack	1.029.628
¡¡Una NOCHE SOLA en CASA y PASA ESTO!! 😊 Súper HAUL de DISFRACES para HALLOWEEN 2018	550.396
🐶 ¡¡Mi madre me REGALA un PERRO por mi CUMPLEAÑOS!! 🐶 Sleepy Puppy + Wrapples	1.447.078
¡¡Nuevas LOL Under WRAPS con DISFRACES SECRETOS!! 🎁 CÁPSULAS con 15 SORPRESAS Eye SPY serie 4 🐱	363.120
Total	14.490.365

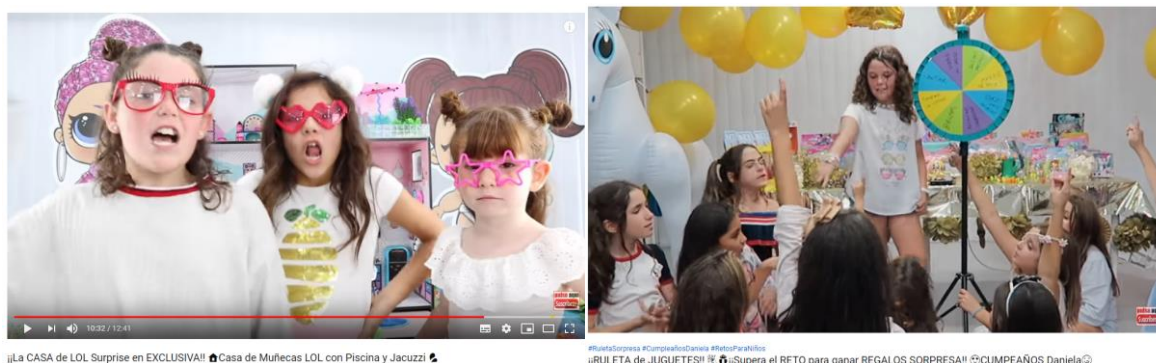
10.1.2 Anàlisi dels continguts del canal

El canal Lady Pecas, protagonitzat per una nena de 10 anys anomenada Daniela Haack, inclou vídeos centrats a promocionar productes adreçats a un públic infantil, principalment joguines. La tipologia més freqüent són els vídeos que se centren a desempaquetar caps de joguines noves (*unboxing*), així com aquells que mostren escenes de la que es presenta com la vida quotidiana de la protagonista, la realització de reptes o l'exhibició i l'explicació detallada de compres (*hauls*) o regals.

El canal va néixer a partir d'un de previ, The Crazy Haacks, en el qual Daniela comparteix protagonisme amb els seus dos germans grans i que també registra un nombre molt elevat de visualitzacions. Tot i que aquest canal inclou promoció de joguines, no representen el contingut majoritari.

Tots els vídeos del canal estan **protagonitzats per la youtuber** i quan **interacciona en el joc** amb altres persones, principalment es tracta **d'altres nenes o bé de la seva mare**. Només de manera ocasional apareix jugant amb un dels seus germans:

Figura 7. Vídeos ¡¡La CASA de LOL Surprise en EXCLUSIVA!! Casa de Muñecas LOL con Piscina y Jacuzzi i ¡¡RULETA de JUGUETES!! ¡¡Supera el RETO para ganar REGALOS SORPRESA!! CUMPEAÑOS Daniela



Quant a la **tipologia de joguines** presentades en el canal Lady Pecas, es tracta, majoritàriament, **de nines, ninots i els seus accessoris o bé de representacions d'animals i mascotes**. En canvi, el canal de YouTube conjunt amb els seus germans, The Crazy Haacks, no inclou la presència d'aquesta tipologia de joguines.

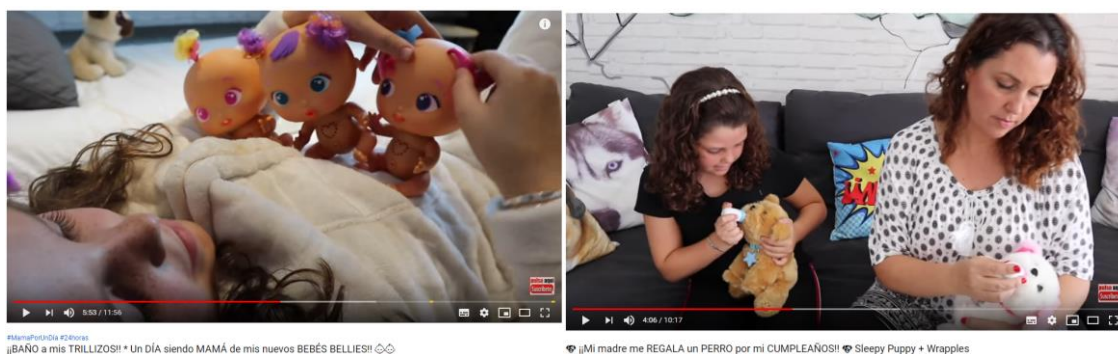
En els vídeos del canal, tant Lady Pecas com la seva mare i altres nenes apareixen desenvolupant **jocs simbòlics primaris**, principalment accions relacionades amb el **rol de maternitat o la cura de les persones**. Per exemple, quan la *youtuber* mostra com es fa càrrec d'unes nines durant tot un dia o quan una amiga de la *youtuber* banya una nina i li ensenya a utilitzar el bany correctament:

“Kitina, que te voy a bañar [...] Quítate la mochila que pesa mucho. [...] ¡No te olvides de bajar la tapa y de tirar de la cadena!”

(Vídeo *¡¡La CASA de LOL Surprise en EXCLUSIVA!!*
Casa de Muñecas LOL con Piscina y Jacuzzi)

Igualment, adopta un rol de cura de mascotes quan, juntament amb la seva mare, dona el biberó a uns cadells de peluix:

Figura 8. Vídeos *¡¡BAÑO a mis TRILLIZOS!! Un DÍA siendo MAMÁ de mis nuevos BEBÉS BELLIES!!* i *¡¡Mi madre me REGALA un PERRO por mi CUMPLEAÑOS!! Sleepy Puppy + Wrapples*



En altres moments, les protagonistes dels vídeos es mostren **tenint cura de la llar**. Per exemple, quan una nena juga a endreçar una de les habitacions de la casa de nines promocionada:

“Vamos a colocar todas las cosas en su sitio, cada ropa en su percha. ¡Perfecto, ahora los zapatos! Ahora, las gafas, en el tocador.”

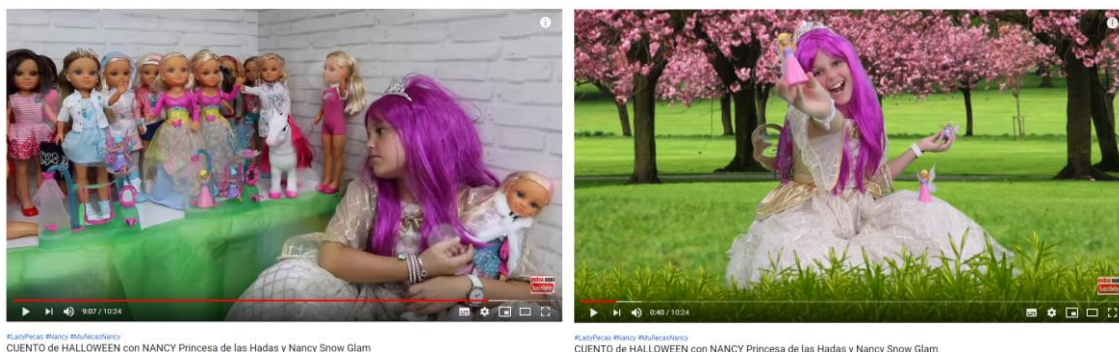
(Vídeo *¡¡La CASA de LOL Surprise en EXCLUSIVA!!*
Casa de Muñecas LOL con Piscina y Jacuzzi)

En el mateix vídeo la *youtuber* juga a omplir la nevera de la casa de nines:

“Uy, uy, uy ¡qué nevera más vacía! Les voy a meter mogollón de bebidas [...] Aquí estarán fresquitas.”

En una ocasió Daniela també apareix desenvolupant un **rol de princesa**:

Figura 9. Vídeo *CUENTO de HALLOWEEN con NANCY Princesa de las Hadas y Nancy Snow Glam*



En altres casos, els continguts dels vídeos giren entorn de l'**aspecte físic**, com quan la *youtuber* apareix caracteritzada de perruquera pentinant la mare i fent servir alguns dels accessoris de la joguina presentada, un set de perruqueria:

Figura 10. Vídeo *¡¡CAMBIO DE LOOK radical de mi MADRE!! PELUQUERA por un DÍA con NANCY Maletín de Peinados*



Pel que fa als **elements formals**, destaca el **llenguatge utilitzat**, atès que Lady Pecas, tant en la descripció del canal com en el contingut dels vídeos, s'adreça a l'audiència repetidament com a *cuties* (“monades”). A més, la *youtuber*, la seva mare i

les altres nenes que hi apareixen fan servir diminutius en el seu discurs de manera habitual. Per exemple:

Mare: “[...] ¡Felicidades, 10 añitos! [...] No solo uno, sino dos perritos. [...] Tenemos ahí el biberoncito. [...] ¿Y te has fijado en la casita? [...] Venga, guapi. [...] A ver quién da más carita de pena de cachorrito. [...] Hace el mismo ruidito.”

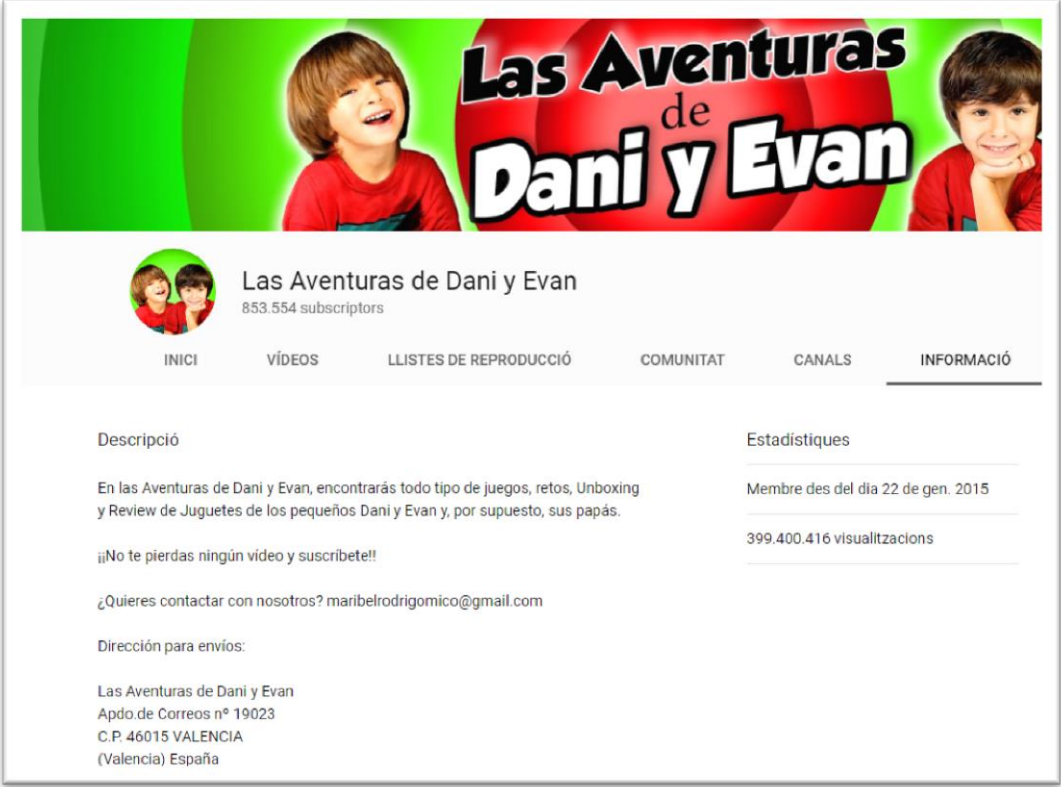
(Vídeo ¡¡*Mi madre me REGALA un PERRO por mi CUMPLEAÑOS!! Sleepy Puppy + Wrapples*)

Nena: “¡Ay, qué mono el tocador! [...] La piscina tiene forma de corazón ¡ay, qué mono guapi! ¡Ay qué litera más mona! ¡Hay una cunita para un bebé!”

(Vídeo ¡¡*La CASA de LOL Surprise en EXCLUSIVA!! Casa de Muñecas LOL con Piscina y Jacuzzi*)

10.2 Canal Las aventuras de Dani y Evan

Quadre 29. Fitxa d'anàlisi

Nom del camp	Contingut
Identificació	
Títol	Las aventuras de Dani y Evan
Adreça	https://www.youtube.com/channel/UCMPQu4lx_wy55Hi6F2qgiZA/featured
Característiques	
Llengua	Castellà
Dates	Creació del canal: 22/01/15 Darrer vídeo publicat: 15/01/19 (en data 16/01/19)
Dades d'audiència	853.618 subscripcions 399.547.047 visualitzacions (en data 16/01/19)
Continguts	
Presentació	“En las Aventuras de Dani y Evan, encontrarás todo tipo de juegos, retos, Unboxing y Review de Juguetes de los pequeños Dani y Evan y, por supuesto, sus papás. ¡¡No te pierdas ningún vídeo y suscríbete!! ¿Quieres contactar con nosotros? maribelrodrigomico@gmail.com Dirección para envíos: Las Aventuras de Dani y Evan Apdo.de Correos nº 19023 C.P. 46015 VALENCIA (Valencia) España”
Captura de pantalla	

10.2.1 Vídeos analitzats

Durant el període d'anàlisi el canal Las Aventuras de Dani y Evan ha publicat un total de 38 vídeos, 34 dels quals inclouen la promoció directa o indirecta d'una o de diverses joguines. Són els següents:

Quadre 30. Canal Las Aventuras de Dani y Evan. Vídeos amb promoció de joguines publicats durant el període d'anàlisi (ordre descendent per data de publicació)

Títol del vídeo	Visualitzacions (16/01/19)
JURASSIC WORLD ALIVE □ASALTO DE T-REX!! DANI y EVAN crean 5 DINOSAURIOS NUEVOS 🧒juegos para niños	286.936
La BUSQUEDA de los 🧒TREASURE X 🧒 junto a las CABAÑAS ABANDONADAS con los exploradores DANI y EVAN	596.784
DANI y EVAN abriendo sus REGALOS de 🧑NAVIDAD 2018 🧑PAPA NOEL les deja una CARTA 🧑	408.394
El T-REX MISTERIOSO deja una sorpresa de JURASSIC WORLD a Dani y Evan y este nos la quiere ROBAR!!	860.949
TRIPLE LOOPING INFERNAL HOT WHEELS ACTION en nuestra NUEVA CASA A OSCURAS!!	442.018
LANZA EL ARO AL RENO!! 🧑DANI Y EVAN son RENOS NAVIDEÑOS * Juegos para toda la familia divertidos	325.857
EL T-REX SUPERCOLOSAL de JURASSIC WORLD y los PTERANODONES 🧒DANI y EVAN con Dinosaurios voladores	1.276.986
MAS DINOSAURIOS, COMBATES, Y DANI encuentra UN HUEVO EPICO!! CRAZY DINOPARK	388.316
LOS GRANJEROS DANI Y EVAN hacen CARRERAS de TRACTORES RC SIKU	496.892
MEGA GARAGE de HOT WHEELS CITY!! EL CHALLENGE del SUPER SALTO con los coches de RACE OFF!!	1.114.401
LAS AVENTURAS de DANI Y EVAN YOUTUBE REWIND 2018 - UN AÑO INCREIBLE!!	335.818
JURASSIC WORLD ALIVE □EN BUSCA DEL SINOCERATOPS con Dani y Evan 🧒juegos y aplicaciones para niños	1.266.243
SCALEXTRIC COMPACT LOOPING RAIDERS □□EVAN y DANI hacen CARRERAS de VERDAD en casa!!	925.040
CIRCUITO SUPER VELOCIDAD de CARS 3 con DANI y EVAN □HACEMOS SALTAR a los MINI RACERS!!	516.114
DINOSAURIOS GRACIOSOS en CRAZY DINO PARK con DANI y EVAN 🧒juegos y aplicaciones android para niños	511.616
EL CALENDARIO de ADVIENTO□ de HOT WHEELS viene con 🧒SORPRESA para DANI y EVAN!!	658.053
El PULPO PIRATA tiene las PATAS muy LARGAS!! PULPO DIVERTIDO de PLAY DOH con DANI y EVAN	604.031
El COCODRILO DESTRUCTOR de HOT WHEELS CITY con Dani y Evan!! El CHALLENGE del COCODRILO!!	2.800.415
EL T-REX MISTERIOSO 🧒DEJA DOS SORPRESAS 🧒DE JURASSIC WORLD a DANI y EVAN!!	2.373.883
CALENDARIO de ADVIENTO de DINOSAURIOS □Abrimos las 24 Sorpresas 🧒para Navidad 🧑	1.272.751
EL MAPA del TESORO DE TREASURE X 🧒 El MONO LADRON 🧒roba a los PIRATAS Dani y Evan!! 🧒	1.779.423
El MISTERIO de la COMISARIA de PINYPON ACTION 🧒y el niño SONAMBULO en casa de Dani y Evan	2.770.813
TRES VELOCIRAPTORES Y UN T-REX 1 Nuestro PARQUE de DINOSAURIOS crece! PARKASURUS con Dani y Evan	440.007
NUEVO CAMION SUPERMEGA MACK PISTA de CARRERAS!! McQUEEN, JACKSON, CRUZ, DANI Y EVAN 🧒CARS 3 Disney	3.104.363

Títol del vídeo	Visualitzacions (16/01/19)
Dani y Evan son CAZAFANTASMAS!! @GHOSTBUSTERS WORLD Nuevo Juego!! Aplicaciones android para niños	685.675
Jugamos a MONKEY MANIA con papa y mama @ESCAPA DEL MONO SALTANDO y BAILANDO!! Juegos en familia	605.586
ATAQUE EN LA MANSION DEL MURCIELAGO!! @Sorpresa para Dani y Evan @en HOT WHEELS CITY!!	783.873
DINOSAURIO DRAGON y CONEJITO!! @Nuestras nuevas MASCOTA ROBOT @BUILD A BOT	686.349
PINYPON ACTION CHALLENGE @con Dani y Evan!! El SUPERDRON roba el coche del SUPER BOMBERO!!	346.998
Dani y Evan buscan HUEVOS Kinder @JURASSIC WORLD 2 con DINOSAURIOS escondidos por el BOSQUE	1.865.016
PARKASAURUS @UN NUEVO AMIGO en nuestro PARQUE DE DINOSAURIOS - Juegos para niños	258.210
CENTRAL DE EMERGENCIA DANI Y EVAN @BOMBEROS y @AMBULANCIA al RESCATE! camiones para niños PEKECARS	3.937.295
Dani y Evan convertidos en CERDITOS GLOTONES @Juegos en familia para niños	512.734
EL T-REX POR DENTRO!! @Jurassic World KIT DE ANATOMIA De Tyrannosaurus Rex con el PROFESOR BIZCOCHE	1.648.643
Total	36.886.482

10.2.2 Anàlisi dels continguts del canal

El canal Las Aventuras de Dani y Evan, protagonitzat pels germans Dani i Evan, de 4 i 5 anys, està configurat per vídeos que inclouen la promoció de joguines adreçades a infants d'aquesta franja d'edat. Els vídeos se centren principalment en desempaquetar capses de joguines, descriure-les i jugar-hi, i també en la simulació de situacions de la vida real en què incorporen joguines diverses.

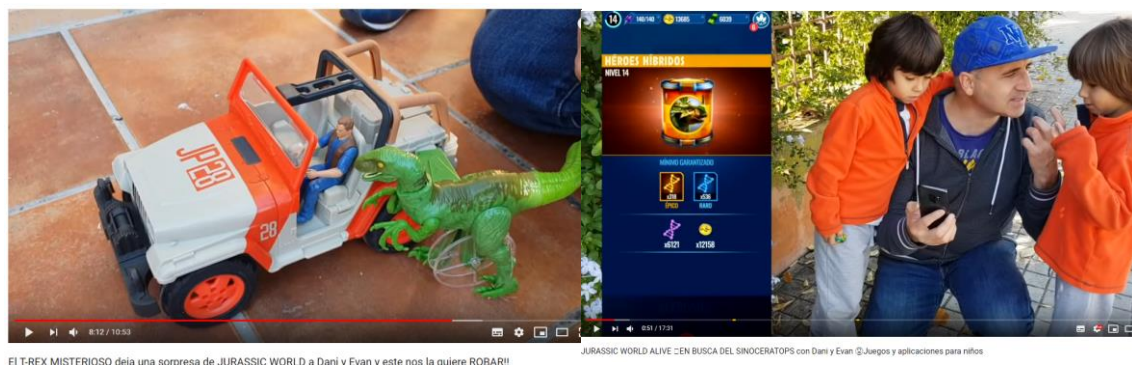
Tots els vídeos estan **protagonitzats** pels **dos germans**, acompanyats sempre del seu **pare**, que sovint apareix caracteritzat. De manera ocasional també hi apareix la mare, però fent un paper secundari. A la mostra s'hi ha detectat un únic exemple en què la mare juga amb els seus fills (a un joc de taula).

Figura 11. Vídeos *EL T-REX POR DENTRO!! Jurassic World KIT DE ANATOMIA De Tyrannosaurus Rex con el PROFESOR BIZCOCHE* i *EL CALENDARIO de ADVIENTO de HOT WHEELS viene con SORPRESA para DANI y EVAN!!*



Les **joguines més freqüents** són els ninots i figures, els vehicles per pujar-hi, els circuits i cotxes en miniatura, els videojocs i els jocs de taula:

Figura 12. Vídeos *El T-REX MISTERIOSO deja una sorpresa de JURASSIC WORLD a Dani y Evan y este nos la quiere ROBAR!!* i *JURASSIC WORLD ALIVE EN BUSCA DEL SINOCERATOPS con Dani y Evan Juegos y aplicaciones para niños*



Quant a les **accions desenvolupades en relació amb les joguines**, són freqüents les escenes en què els dos germans apareixen **simulant professions**, reals o de ficció, com ara bomber, arqueòleg, explorador o pirata:

Figura 13. Vídeos *CENTRAL DE EMERGENCIA DANI Y EVAN BOMBEROS y AMBULANCIA al RESCATE!* camiones para niños PEKECARS i La *BUSQUEDA* de los *TREASURE X* junto a las *CABAÑAS ABANDONADAS* con los exploradores *DANI y EVAN*



En alguns casos, les accions representades impliquen una **competició** o una **lluita**, com quan els dos germans juguen a un videojoc basat en un combat entre dinosaures o quan, en la promoció d'un circuit de cotxes, fan una cursa entre ells:

Pare: “¡Atención! ¡Combate! ¡Pelea! [...] ¡Toma ya! ¡Plasca! [...] Bueno, este lo estoy haciendo yo pero el próximo [combat] lo tenéis que hacer vosotros. [...] ¡Va, dale tú, Dani!”

(Vídeo *MAS DINOSAURIOS, COMBATES, Y DANI encuentra UN HUEVO EPICO!! CRAZY DINOPARK*)

Dani: “¡No podrás conmigo!.

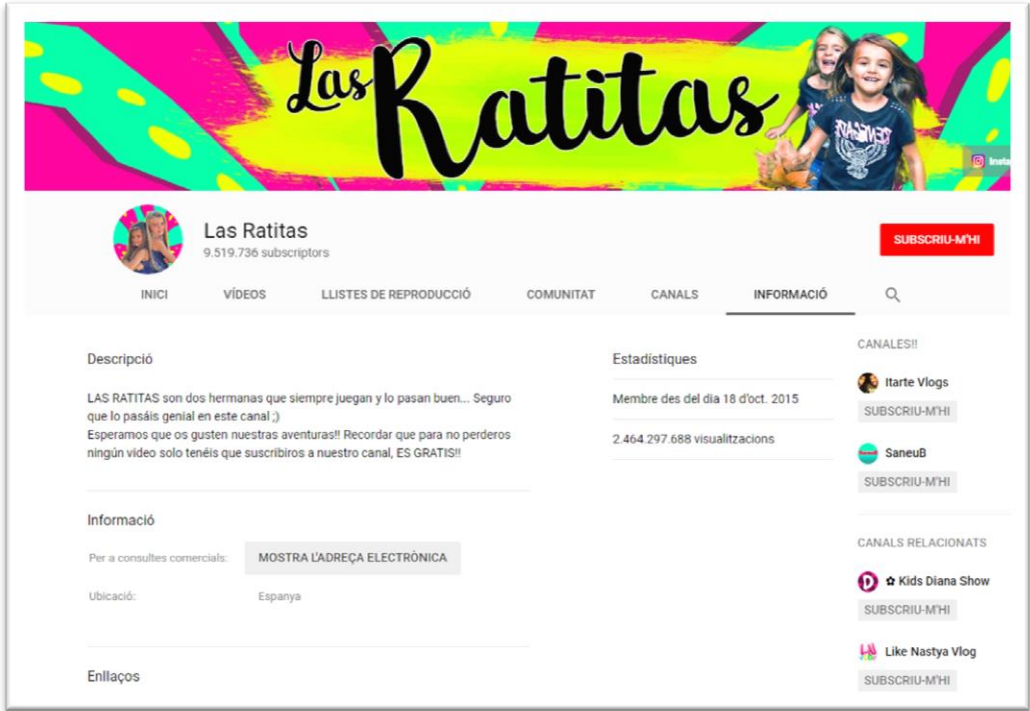
Evan: ¿Cómo que no? ¡Vas a morder el polvo, *pringao!*”

Pare: “Vamos a hacer una competición por turnos, entre Dani y Evan, a ver quién hace más vueltas sin que el coche se salga o se pare en el looping ¿vale?”

(Vídeo *SCALEXTRIC COMPACT LOOPING RAIDERS EVAN y DANI hacen CARRERAS de VERDAD en casa!!*)

10.3 Canal Las Ratitas

Quadre 31. Fitxa d'anàlisi

Nom del camp	Contingut
Identificació	
Títol	Las Ratitas
Adreça	https://www.youtube.com/channel/UCUY6t_N9MyEWu6l0ZXkbtKA
Característiques	
Llengua	Castellà
Dates	Creació del canal: 18/10/15 Darrer vídeo publicat: 12/01/19 (en data 16/01/19)
Dades d'audiència	9.611.977 subscripcions 2.496.635.437 visualitzacions (en data 16/01/19)
Continguts	
Presentació	"LAS RATITAS son dos hermanas que siempre juegan y lo pasan buen... Seguro que lo pasáis genial en este canal ;) Esperamos que os gusten nuestras aventuras!! Recordar que para no perderos ningún video solo tenéis que suscribiros a nuestro canal, ES GRATIS!!"
Captura de pantalla	

10.3.1 Vídeos analitzats

Durant el període d'anàlisi el canal Las Ratitas ha publicat un total de 28 vídeos, **26** dels quals inclouen la promoció directa o indirecta d'una o diverses joguines. Són els següents:

Quadre 32. Canal Las Ratitas. Vídeos amb promoció de joguines publicats durant el període d'anàlisi (ordre descendent per data de publicació)

Títol del vídeo	Visualitzacions (16/01/19)
<i>Las Ratitas se maquillan y se ponen uñas de colores</i>	5.841.905
<i>Las Ratitas pintan el coche con pinturas de colores</i>	3.096.420
<i>Las Ratitas se maquillan y se van a la disco a bailar</i>	16.453.230
<i>Room Tour habitación de Las Ratitas en Navidad Christmas Playing</i>	1.052.907
<i>Claudia le pinta el pelo rosa a Gisele en la peluqueria de Las Ratitas</i>	2.278.737
<i>Las Ratitas se Maquillan con los colores de Navidad Make Up with Christmas Colors</i>	405.010
<i>Las Ratitas se bañan en 300 litros de gelatina de colores con sus bebés llorones</i>	6.106.559
<i>Las Ratitas aprenden colores en ingles en la escuela pretend play learn colors at school</i>	9.180.328
<i>No tires la caja incorrecta desde un primer piso Las Ratitas</i>	6.840.968
<i>Las Ratitas se convierten en Enchantimals y juegan con la super casa del bosque</i>	994.284
<i>Las Ratitas jugando en el parque con su bebé Pretend play in the park for kids</i>	401.794
<i>Las Ratitas hacen una sorpresa a los bebés llorones</i>	2.368.837
<i>Las Ratitas se convierten en las princesas Shimmer and Shine</i>	1.172.411
<i>Las Ratitas enseñan a cantar a sus bebés nenuco jugueterón y aprenden a jugar en casa</i>	21.702.110
<i>Las Ratitas aprenden a cocinar con Enchantimals y juegan en su nueva casa</i>	2.358.442
<i>Las Ratitas hacen magia con el unicornio pretend play with the unicorn colors</i>	6.544.932
<i>Las Ratitas y su nueva mascota</i>	2.121.563
<i>Las Ratitas juegan en Halloween con los Yellies</i>	2.593.892
<i>Las Ratitas y su bebé juegan con su coche y van a comer</i>	11.133.146
<i>Las Ratitas juegan con juguetes de niños bebés llorones lagrimas mágicas</i>	44.174.918
<i>Las Ratitas juegan en el parque de bolas de colores con las pinypon</i>	1.281.141
<i>Las Ratitas juegan con la ambulancia de Barbie</i>	6.793.341
<i>Las Ratitas juegan al escondite con la manta mágica</i>	9.541.427
<i>Las Ratitas van a comprar juguetes con sus bebés - Playing with toys for kids</i>	5.902.714
<i>Night routine de Las Ratitas con sus bebés que juegan con la cuna nenuco</i>	12.468.696
<i>Las Ratitas bañan a sus bebés llorones lagrimas mágicas en agua de colores!!</i>	9.584.164
Total	192.393.876

10.3.2 Anàlisi dels continguts del canal

El canal Las Ratitas, protagonitzat per les germanes Gisele i Claudia, de 7 i 6 anys, està integrat per vídeos que mostren com les dues nenes reben una joguina nova, la desempaqueten, la descriuen i hi juguen, així com d'altres en què simulen situacions de la vida real i interaccionen amb diferents joguines.

Les dues germanes apareixen en dos canals més de la plataforma YouTube: el canal *SaneuB*, on es promocionen joguines de tipologia diversa, i *Itarte Vlogs*, centrat a mostrar la que es presenta com la vida quotidiana de la família de les dues nenes i a realitzar jocs i reptes diversos.

Així, les germanes Gisele i Claudia són **les protagonistes de tots els vídeos analitzats** i sempre juguen entre elles. Només de manera ocasional apareixen altres persones, però sense participar en el joc.

Quant al **tipus de joguines** presents en el canal, les majoritàries són **les nines i els seus accessoris** i els **jocs que imiten activitats lligades a la cura de la imatge personal**.

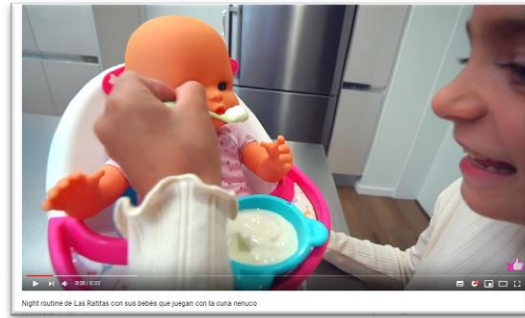
Atès que la tipologia de joguina predominant són les nines, en molts dels vídeos les dues germanes apareixen **desenvolupant un rol simbòlic primari**, principalment **accions relacionades amb la maternitat**. Per exemple, quan passen les nines en cotxets de nadons, les alimenten o realitzen mostres d'emotivitat envers les nines:

“No llores bebé, que ahora te traigo tu papilla. Aquí tienes tu cena, venga cariño. [...] Una más [cullerada de farinetes], y la última.”

“Con esta pulsera, si estoy lejos de mi bebé, si se ha hecho caca, o está triste, o necesita sueño, lo sé.”

(Vídeo *Night routine de Las Ratitas con sus bebés que juegan con la cuna nenuco*)

Figura 14. Vídeos *Las Ratitas jugando en el parque con su bebé Pretend play in the park for kids* i *Night routine de Las Ratitas con sus bebés que juegan con la cuna nenuco*



En alguns vídeos les *youtubers* també apareixen **tenint cura de la llar**, com ara quan se les mostra jugant a escombrar el pis, cuinar o endreçar una habitació. A més, mitjançant les figures antropomòrfiques femenines promocionades, es mostren complements amb les tasques domèstiques:

“¡Lo tengo todo desordenado y me tengo que ir ya!”

(Vídeo *Las Ratitas se maquillan y se van a la disco a bailar*)

“Y en la cocina, donde a ella [a la nina] le encanta cocinar. [...] Voy a cocinar...”

(Vídeo *Las Ratitas se convierten en Enchantimals y juegan con la super casa del bosque*)

Figura 15. Vídeos *Las Ratitas se maquillan y se ponen uñas de colores* i *Las Ratitas aprenden a cocinar con Enchantimals y juegan en su nueva casa*



En altres exemples, per tal de representar una de les nines promocionades, apareixen caracteritzades com a **princeses**:

Figura 16. Vídeo *Las Ratitas se convierten en las princesas Shimmer and Shine*



#lasratitas #saneub
Las Ratitas se convierten en las princesas Shimmer and Shine

Amb freqüència, les germanes mostren la seva **preocupació per l'aspecte físic** i apareixen jugant a arreglar-se: es maquillen, es pentinen i s'enjoien fent servir les diferents joguines presentades, com ara un tocadore o un estoig de maquillatge. A més, en molts dels seus vídeos **fan al·lusió** al seu aspecte físic, com ara en aquells en què juguen a engalanar-se o es disfressen:

Gisele: "Claudia ¡Qué mona que estás y qué guapa!"

Claudia: "¡Tú también!"

Gisele: "Ay, gracias"

(Vídeo *Las Ratitas se convierten en Enchantimals y juegan con la super casa del bosque*)

Claudia: "¡Qué cara que tengo! Me voy a maquillar."

(Vídeo *Las Ratitas se maquillan y se van a la disco a bailar*)

Gisele: "¡Péiname, que me quiero ir guapa! [...] Me veo guapa."

(Vídeo *Claudia le pinta el pelo rosa a Gisele en la peluquería de Las Ratitas*)

Figura 17. Vídeos *Las Ratitas se maquillan y se ponen uñas de colores* i *Claudia le pinta el pelo rosa a Gisele en la peluquería de las Ratitas*



Las Ratitas se maquillan y se ponen uñas de colores



Claudia le pinta el pelo rosa a Gisele en la peluquería de Las Ratitas

Quant als **elements formals**, cal fer esment al **llenguatge utilitzat**. Així, el mateix sobrenom amb el qual s'identifica les dues germanes i que dona nom al canal, *Las Ratitas*, és un diminutiu. A més, les *youtubers* també fan servir diminutius per a expressar-se i descriure les joguines. Per exemple:

“A mí me encanta la casa y la **muñequita** de Katie porque es una **gatita** y me encanta el color, el lila y color crema de las **rayitas** [...] Me gusta **muchito**.”

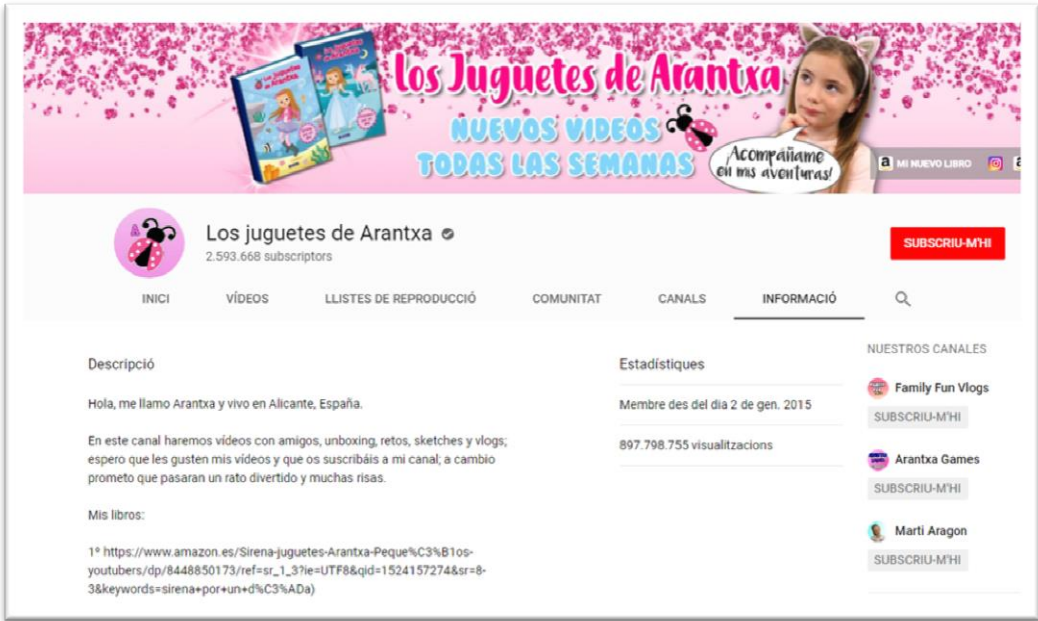
(Vídeo *Las Ratitas hacen una sorpresa a los bebés llorones*)

“Así, a la **camita**, a dormir un **poquito**.”

(Vídeo *Las Ratitas enseñan a cantar a sus bebés nenuco juguetón y aprenden a jugar en casa*)

10.4 Canal Los juguetes de Arantxa

Quadre 33. Fitxa d'anàlisi

Nom del camp	Contingut
Identificació	
Títol	Los juguetes de Arantxa
Adreça	https://www.youtube.com/channel/UC8KSoZAAZZ37laVZHbVscfQ/featured
Característiques	
Llengua	Castellà
Dates	Creació del canal: 02/01/15 Darrer vídeo publicat: 12/01/19 (En data 16/01/19)
Dades d'audiència	2.600.930 subscripcions 899.719.450 visualitzacions (En data 16/01/19)
Continguts	
Presentació	"Hola, me llamo Arantxa y vivo en Alicante, España. En este canal haremos vídeos con amigos, unboxing, retos, sketches y vlogs; espero que les gusten mis vídeos y que os suscribáis a mi canal; a cambio prometo que pasaran un rato divertido y muchas risas. Mis libros: 1º [Enllaç d'accés a la compra del llibre <i>Sirena por un día</i> (Los juguetes de Arantxa 1) (Pequeños youtubers) al web d'Amazon] 2º [Enllaç d'accés a la compra del llibre <i>Princesa por un día</i> (Los juguetes de Arantxa 2) (Pequeños youtubers) al web d'Amazon] Nuestros productos de Los juguetes de Arantxa: http://desmarkat.es/categoria-producto/los-juguetes-de-arantxa/ Si queréis contactar conmigo, podéis enviarme cartas, dibujos o lo que queráis a: Los Juguetes de Arantxa Apartado de Correos 4060 CP 03080 – Alicante España email de contacto: arantxapain@gmail.com *Este canal esta gestionado por un adulto y todos los comentarios ofensivos serán eliminados."
Captura de pantalla	

10.4.1 Vídeos analitzats

Durant el període d'anàlisi, el canal Los juguetes de Arantxa ha publicat un total de 29 vídeos, 24 dels quals inclouen la promoció directa o indirecta d'una o diverses joguines. Són els següents:

Quadre 34. Canal Los juguetes de Arantxa. Vídeos amb promoció de joguines publicats durant el període d'anàlisi (ordre descendent per data de publicació)

Títol del vídeo	Visualitzacions (16/01/19)
24 HORAS en la CAMA ELÁSTICA con mi prima Martina - Los juguetes de Arantxa	313.142
Mis Regalos de Navidad 2018 - Papá Noel en Argentina	296.550
Viene PAPÁ NOEL a Arantxa City 🎅 Los juguetes de Arantxa	1.007.166
Mi propia TIENDA DE NAVIDAD 🎅 Los juguetes de Arantxa	431.168
Mi propia Tienda de Slime y Squishies 🏠 Tiendas de Los juguetes de Arantxa	1.411.915
Llega la NAVIDAD a Arantxa City 🎅 Los juguetes de Arantxa	132.603
Voy a la SUPERCASA del Bosque de la Enchantimals Danessa	79.967
Paseo en el parque con mi COCHE ROSA y mirad lo que encontramos!!!	263.879
Reto cambio de look a las Enchantimals 🏠 Arantxa VS Ainhoa - Los juguetes de Arantxa	123.888
Jugando con mi bebé Nenuco Juguetón 🧸 Los juguetes de Arantxa	96.878
Arantxa juega con su Nenuco Happy Doctor 🧸 Los juguetes de Arantxa	466.466
Rutina 24 horas con mis Baby Alive y mi padre 🧸 Los juguetes de Arantxa	770.866
Mi mundo de Princesas, Príncipes y Unicornios 🦄 Arantxa City	357.072
Arantxa hace magia 🧙 Nuevas Polly Pocket en Los juguetes de Arantxa	308.439
Os presento a mi PERRITO COOKIE y nos vamos de paseo al parque 🐶 Los juguetes de Arantxa	87.624
¡NUEVAS L.O.L! Bigger y Calendario de adviento 😊 Los juguetes de Arantxa	2.617.421
Las vecinas decoran sus casitas de HALLOWEEN 🎃 Los juguetes de Arantxa	4.698.623
Desfile de disfraces para Halloween en ARANTXA CITY con mis amigos 🎃 Los juguetes de Arantxa	1.655.248
Mi propia tienda de HALLOWEEN 🎃 Los juguetes de Arantxa	377.401
Viajamos AL PASADO en mi MAQUINA DEL TIEMPO 🕒 Los juguetes de Arantxa	2.460.225
Las vecinas pintan con purpurina sus PinyPon - Los juguetes de Arantxa	48.800
Nos encontramos una caja sorpresa en mi ciudad Arantxa City - Los juguetes de Arantxa	421.564
Mi propia peluquería 🦋 Los juguetes de Arantxa	5.742.934
Centro de adopciones de Bellies en la casita de Arantxa y nuevo Kit de emergencias	519.855
Total	24.689.694

10.4.2 Anàlisi dels continguts del canal

Los juguetes de Arantxa és un canal protagonitzat per una nena de 8 anys que apareix recreant-se amb diferents joguines o bé desempaquetant regals. L'escenari habitual de molts dels vídeos del canal són diverses cases exteriors de joguina situades en un terrat que configuren el que s'identifica com a Arantxa City.

Arantxa apareix en altres dos canals de la plataforma YouTube: el canal Family Fun Vlogs, on apareix amb la seva família i no inclou la presència de joguines, i Arantxa games, un canal de *gameplays* on es promocionen videojocs, que registra una audiència inferior.

En la majoria dels vídeos del canal, Arantxa **apareix o bé sola o jugant amb alguna amiga**. Quan, ocasionalment, també apareixen nens, es presenten joguines diferents en funció del sexe dels infants. Per exemple, en un vídeo que mostra el desembalatge de regals de Nadal per part d'un grup d'amics i amigues de la *youtuber*, mentre les nenes reben nines i accessoris, els nens són obsequiats amb vehicles en miniatura i circuits. De manera excepcional, en un dels vídeos de la mostra, i a proposta de la mare, Arantxa apareix amb el pare jugant a nines.

Quant a les joguines presents en els vídeos, es tracta, **majoritàriament, de nines i els seus accessoris**.

La *youtuber* apareix principalment **desenvolupant rols professionals d'imitació de la realitat vinculats a l'estètica, l'atenció al públic i la cura d'infants**. Per exemple, quan juga a ser perruquera i pentina i pinta els cabells d'una de les seves amigues:

Figura 18. Vídeo *Mi propia peluquería. Los juguetes de Arantxa*



O bé quan, amb una amiga, recreen un centre d'adopció de bebès on els cuiden i els alimenten.

Figura 19. Vídeo *Centro de adopciones de Bellies en la casita de Arantxa y nuevo Kit de emergencias*



En altres casos Arantxa apareix desenvolupant **accions dins de l'àmbit de la llar**, com en un vídeo en què mostra com es prepara un te i, després de jugar amb la seva nina, li prepara el berenar i l'hi dona, renta els plats i recull la cuina.

Figura 20. Vídeos *Jugando con mi bebé Nenuco Juguetón Los juguetes de Arantxa* i *Voy a la SUPERCASA del Bosque de la Enchantimals Danessa*



“¡Hola chicos! ¡Me habéis pillado sirviéndome un té!” [...]

“Oye ¿qué te parece si te preparo la merienda y luego seguimos jugando? [...] ¡Vamos a comer tu potito favorito de fresa!”

(Vídeo *Jugando con mi bebé Nenuco Juguetón Los juguetes de Arantxa*)

A més, en un dels vídeos Arantxa juga amb les seves amigues a **fer de princeses** i es passegen en uns vehicles que representen la figura d'un unicorn:

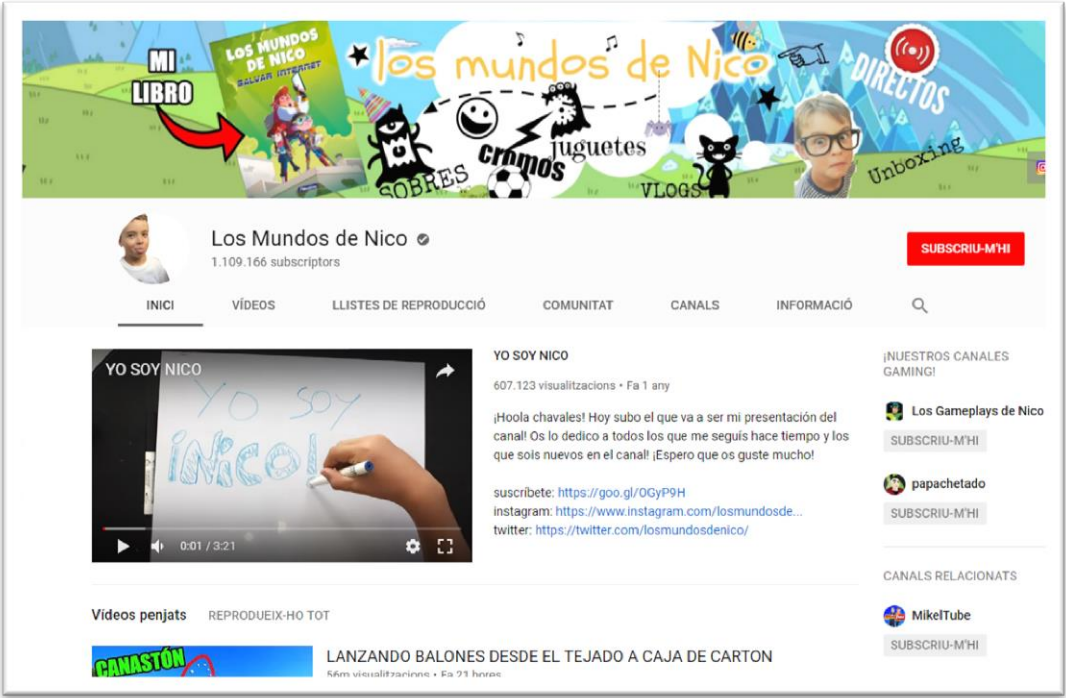
Figura 21. Vídeo *Mi mundo de Princesas, Príncipes y Unicornios Arantxa City*



Amb relació als **elements formals**, destaca el predomini del **color rosa**, tant en els escenaris dels vídeos del canal (l'interior de les diverses cases infantils on Arantxa i les seves amigues juguen habitualment) com en el vestuari de la protagonista.

10.5 Canal Los mundos de Nico

Quadre 35. Fitxa d'anàlisi

Nom del camp	Contingut
Identificació	
Títol	Los Mundos de Nico
Adreça	https://www.youtube.com/channel/UCU4j3inqOfChKITIUG1Cm4Q
Característiques	
Llengua	Castellà
Dates	Creació del canal: 04/11/13 Darrer vídeo publicat: 13/01/19 (en data 16/01/19)
Dades d'audiència	1.113.646 subscripcions 226.183.975 visualitzacions (en data 16/01/19)
Continguts	
Presentació	"Hola chavales soy Nicolás, vivo en Barcelona y subo videos muuy molones! :-D Gracias por pasarte por aquí y espero verte a menudo eh? :-) MI PRIMER LIBRO YA DISPONIBLE: http://bit.ly/LibroNico Un abrazo! (Cuenta gestionada y supervisada por Adultos)"
Captura de pantalla	

10.5.1 Vídeos analitzats

Durant el període d'anàlisi, el canal Los Mundos de Nico ha publicat un total de 27 vídeos, **22** dels quals inclouen la promoció directa o indirecta d'una o diverses joguines. Són els següents:

Quadre 36. Canal Los Mundos de Nico. Vídeos amb promoció de joguines publicats durant el període d'anàlisi (Ordre descendent per data de publicació)

Títol del vídeo	Visualitzacions (16/01/19)
<i>DRONE VS GLOBOS CHALLENGE</i>	68.706
<i>SUPER SMASH BROS ULTIMATE - NICO VS PAPACHETADO</i>	59.233
<i>ME REGALAN POR SORPRESA UN PC GAMING MUY PRO</i>	251.585
<i>EL BALON DE LOS EFECTOS IMPOSIBLES - KICKERBALL</i>	502.311
<i>TRACA 25 METROS VS GLOBOS **ESPECIAL 1 MILLON SUSCRIPTORES**</i>	124.116
<i>RETOS CON MINI BMX NICO VS PAPACHETADO</i>	189.130
<i>ACTION CAM EN UN COCHE DE SCALEXTRIC Y GRABAMOS UN LOOP</i>	91.149
<i>¡COCODRILO GIGANTE ATACA MIS COCHES HOTWHEELS!</i>	233.453
<i>RETO REBOTEADORES BALÓN DE FUTBOL</i>	262.190
<i>NOS INVADEN LA CASA LAS CRATE CREATURES</i>	288.613
<i>BATALLA DE ROBOTS CON SLIME - READY2ROBOTS</i>	154.248
<i>MEGA RAMPA DE CARTON PARA COCHES DE +25M!</i>	601.014
<i>SE ECLIPSA EL SOL Y VIENEN LOS GORMITI</i>	133.998
<i>¡CONDUCIENDO CON VOLANTE DE CARTON! - NINTENDO LABO - TOY CON 3</i>	409.814
<i>ABRIMOS MÁS SOBRES DE FORTNITE CON FIGURAS</i>	149.010
<i>FC BARCELONA VS REAL MADRID PREDICCIÓN EL CLÁSICO</i>	233.504
<i>RETOS DE FÚTBOL VARIOS A LO MICKEY SQUAD</i>	197.089
<i>ACIERTA LA CARTA CON EL BALON - STICKERS TOPPS UEFA CHAMPIONS LEAGUE</i>	459.218
<i>NUEVA COLECCION UEFA CHAMPIONS LEAGUE MATCH ATTAX TOPPS 2018 19</i>	285.517
<i>RETO PENALTIS RED PORTERIA CON OBJETIVOS (LA RULETA DECIDE DONDE)</i>	595.806
<i>TIRAMOS UN GLOBO GIGANTE DE AGUA DESDE EL TEJADO DE CASA</i>	2.058.413
<i>ALUCINANTE LA NUEVA COLECCION FANTASY RIDERS</i>	127.440
Total	7.475.557

10.5.2 Anàlisi dels continguts del canal

Los mundos de Nico és un canal protagonitzat per Nico, un nen de 10 anys, i està integrat per vídeos amb promocions de joguines diverses en el context de la realització de reptes, en especial esportius, l'obertura de caps noves de joguines o sobres de cromos i de partides de videojocs comentades (*gameplays*). El nen protagonista té un canal secundari dedicat únicament a aquests darrers continguts titulat Los Gameplays de Nico, que registra un nombre inferior de visualitzacions.

En tots els vídeos analitzats Nico **interacciona en el joc amb el seu pare**, que està present físicament en pantalla o bé mitjançant una veu en *off* que conversa amb el nen. La mare del Nico apareix de manera ocasional i quan ho fa el tipus de joc representat és molt diferent a l'habitual en el canal, com ara quan tots dos confeccionen una pizza amb lla-minadures.

Pel que fa al tipus de joguines, al canal s'hi promocionen **consoles i videojocs, jocs esportius, vehicles en miniatura i circuits, cromos** (majoritàriament vinculats al món del futbol) i **figures d'acció**:

Figura 22. Vídeos *SUPER SMASH BROS ULTIMATE - NICO VS PAPACHETADO* i *ME REGALAN POR SORPRESA UN PC GAMING MUY PRO*



En els vídeos el nen protagonista apareix principalment o bé **jugant a videojocs** diversos o bé **desenvolupant accions relacionades amb el futbol**, com ara **reptes de xutar a porteria**. És el cas, per exemple, d'un vídeo on Nico i el seu pare plantegen un repte que implica la utilització dels cromos d'una col·lecció de futbol, així que obren diversos paquets i descobreixen els jugadors que els han tocat:

Figura 23. Vídeo FC BARCELONA VS REAL MADRID PREDICCIÓN EL CLÁSICO



A més, en els vídeos amb presència de figures d'acció amb un component bèl·lic, el joc representat inclou **elements violents i de lluita**, com ara quan Nico i el seu pare juguen amb uns robots:

“Puedes hacer una batalla con tus amigos superchula, como yo voy a hacer con mi padre. Nos vamos a lanzar misiles... y, además, armas con *slime*.”

(Vídeo *BATALLA DE ROBOTS CON SLIME - READY2ROBOTS*)

En un altre exemple, pare i fill i simulen una lluita entre els ninots:

“Pare: [...] Está defendida [la torre] por dos *lords* en la entrada...”

Nico: Tenemos a este muñeco para pegarle bien.”

(Vídeo *SE ECLIPSA EL SOL Y VIENEN LOS GORMITI*)

A més, en la majoria dels vídeos analitzats, Nico apareix en una **relació de competència** amb el seu pare. Així, es plantegen situacions i jocs per veure qui dels dos guanya o qui és millor, com ara:

Pare: “Vamos a ir a ver dónde está Nico y pensaremos pruebas para hacer con estas mini BMX, a ver quién es el campeón.”

(Vídeo *RETOS CON MINI BMX NICO VS PAPACHETADO*)

En un altre exemple en què el nen apareix promocionant un circuit de cotxes en miniatura, realitza curses contra el seu pare:

Pare: “¿Cuánto vamos?”

Nico: Yo ya te he ganado. Tengo 13 y todo, ahí.

Pare: Wuala ¡Qué paliza!”

(Vídeo ACTION CAM EN UN COCHE DE SCALEXTRIC
Y GRABAMOS UN LOOP)

O bé quan tots dos competeixen per veure qui marca més gols amb una pilota especial per xutar amb efecte.

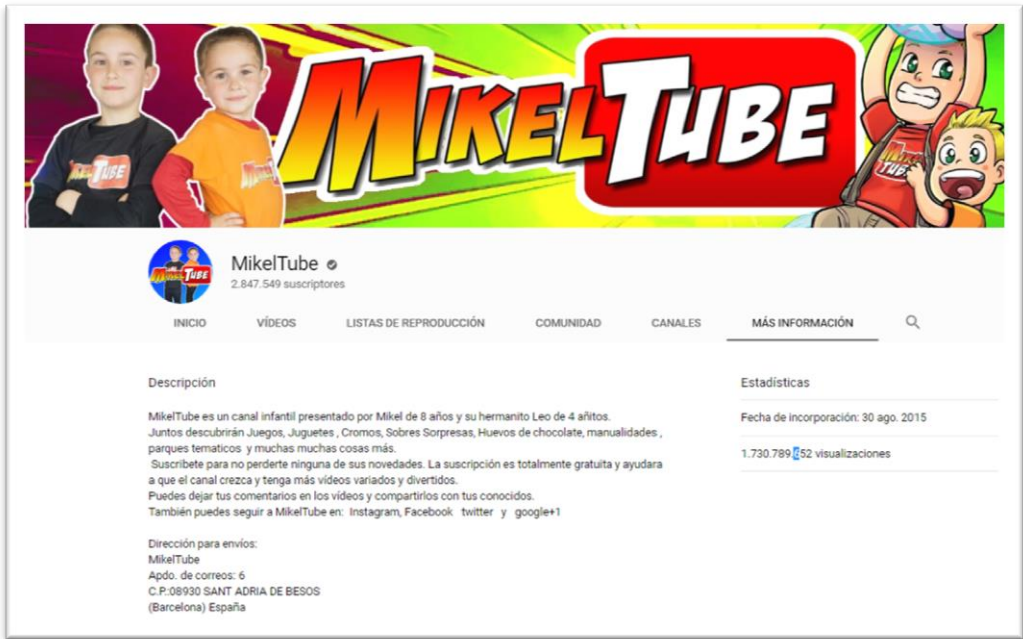
Figura 24. Vídeo EL BALON DE LOS EFECTOS IMPOSIBLES - KICKERBALL



Amb relació als **elements formals** i, en concret, al **llenguatge utilitzat**, el pare utilitza sempre el terme “campeones”, sempre en masculí, per referir-se a les persones seguidors del canal.

10.6 Canal MikelTube

Quadre 37. Fitxa d'anàlisi

Nom del camp	Contingut
Identificació	
Títol	MikelTube
Adreça	https://www.youtube.com/channel/UCBxS7NaGh7__pEbv898gKvw
Característiques	
Llengua	Castellà
Dates	Creació del canal: 30/08/15 Darrer vídeo publicat: 12/01/19 (en data 16/01/19)
Dades d'audiència	2.920.881 subscripcions 1.773.833.190 visualitzacions (en data 16/01/19)
Continguts	
Presentació	"MikelTube es un canal infantil presentado por Mikel de 8 años y su hermanito Leo de 4 añitos. Juntos descubrirán Juegos, Juguetes, Cromos, Sobres Sorpresas, Huevos de chocolate, manualidades, parques tematicos y muchas muchas cosas más. Suscribete para no perderte ninguna de sus novedades. La suscripción es totalmente gratuita y ayudara a que el canal crezca y tenga más vídeos variados y divertidos. Puedes dejar tus comentarios en los vídeos y compartirlos con tus conocidos. También puedes seguir a MikelTube en: nstagram, Facebook twitter y google+1 Dirección para envíos: MikelTube Apdo. de correos: 6 C.P.:08930 SANT ADRIA DE BESOS (Barcelona) España"
Captura de pantalla	

10.6.1 Vídeos analitzats

Durant el període d'anàlisi el canal MikelTube ha publicat un total de 26 vídeos, **23** dels quals inclouen la promoció directa o indirecta d'una o diverses joguines. Són els següents:

Quadre 38. Canal MikelTube. Vídeos amb promoció de joguines publicats durant el període d'anàlisi (ordre descendent per data de publicació)

Títol del vídeo	Visualitzacions (16/01/19)
<i>Reto creativo en Fortnite Construye tu propio circuito</i>	941.027
<i>Especial Campanadas Fin de Año y feliz 2019</i>	1.476.786
<i>FamilyTube #08 Día de Navidad y Regalos de Papa Noel</i>	2.878.899
<i>Mikel y Leo construyen su casa Navideña en modo creativo de Fortnite</i>	1.410.577
<i>El KiosKo Navideño del Sr.Juan tiene los mejores Slime</i>	2.621.396
<i>Programamos el guante de LittleBits para defendernos del Villano Dog</i>	3.483.223
<i>Las cosas extraños que dibuja Leo</i>	2.453.791
<i>FamilyTube #07 Se Acerca la Navidad</i>	2.226.176
<i>Probamos los juguetes de estas Navidades Circuito Hot Wheels Dino y Cobra Challenge!</i>	2.309.648
<i>El Juguetes Estrella de estas Navidades</i>	1.049.716
<i>Las Misiones de BATMAN en MikelTube</i>	3.254.889
<i>Estas Navidades Mikel y Leo prueban el Garage HotWheels City</i>	2.237.263
<i>Pedorretas en el colegio con los Fartist Club</i>	1.487.692
<i>Un Sábado Disco en Fornite con Mikel y Leo</i>	886.746
<i>Nuestra Aventura Jurásica continua con Untamed T-REX</i>	6.446.459
<i>El Indoraptor luces y sonidos de Jurassic World anda suelto!</i>	4.130.464
<i>Las Pruebas del Villano Dog</i>	6.396.449
<i>Mikel y Leo se retan a BOOMBALL el juego más divertido</i>	2.249.636
<i>Vlog. Hoy tenemos tarde de Cine, Compras, imprenta y decoración</i>	809.007
<i>MikeTube WARS 3 - Bug Attack - Oleada de Bichos</i>	5.658.594
<i>Llega la oleada Zombie para Halloween con Golosinas Dame!</i>	9.174.746
<i>FamilyTube #06 Aventura Halloween 2018</i>	4.200.624
<i>Mikel el Bombero y Leo el Policía detienen al Ladrón de los PinyPon Action</i>	7.619.414
Total	75.403.222

10.6.2 Anàlisi dels continguts del canal

El canal MikelTube, protagonitzat pels germans Mikel i Leo, de 9 i 5 anys, respectivament, inclou vídeos centrats en la promoció de joguines diverses, així com d'altres productes adreçats al públic infantil. Els vídeos més freqüents són aquells en què es recrea una situació de ficció en el marc de la qual els dos nens apareixen jugant amb una o diverses joguines. De manera ocasional també s'hi mostren escenes del que es presenta com la seva vida quotidiana.

Des de l'any 2018 el germà petit, Leo, també disposa d'un canal propi, LeoTube, amb continguts similars però amb un nombre inferior de visualitzacions.

Tots els vídeos estan **protagonitzats** pels germans Mikel i Leo, tot i que amb freqüència interactuen amb els seus pares, que participen en la trama, sovint caracteritzats de personatges diversos. El pare sempre apareix de forma que no se'l pugui identificar, generalment amb una màscara de goril·la que li cobreix el rostre:

Figura 25. Vídeos FamilyTube #08 Día de Navidad y Regalos de Papa Noel i Las cosas extrañas que dibuja Leo



De manera ocasional, als vídeos també hi participa la que es presenta com **una cosina** dels nens, d'edat similar, tot i que apareix vinculada amb joguines diferents de les habituals al canal. Per exemple, en un vídeo en què els tres infants visiten una exposició de joguines, Mikel fa diversos comentaris en què vincula la nena i la seva mare amb la preferència per les nines:

“Mirad, aquí están los bebés llorones que le gustan un montón a Valeria. Mirad, le gustan un montón.”

“¡Os presento a los Silvanian Family! A mi mamá y a Valeria les encantan porque son unos muñequitos, son unos animalitos que traen ropa, traen un montón de accesorios y son muy bonitos [...]”

(Vídeo *El Juguete Estrella de estas Navidades*)

Les **tipologies de joguines més freqüents** són els cotxes per pujar-hi (en molts dels vídeos es mostra un garatge amb diversos models de cotxes elèctrics i els germans conduint-los), els vehicles en miniatura i els circuits, els videojocs (a més de diversos vídeos dedicats específicament, sovint apareixen jugant-hi), les representacions d'armes i també ninots diversos, molts de caire bèl·lic o parabèl·lic.

Per exemple, en el vídeo que mostra com els dos germans obren els seus regals de Nadal, les joguines rebudes són una consola, un videojoc, un joc de construcció i dos ninots diferents vinculats a accions bèl·liques o de lluita.

Figura 26. Vídeos *El Kiosko Navideño del Sr. Juan tiene los mejores Slime* i *Estas Navidades Mikel y Leo prueban el Garage HotWheels City*



Quant a les **accions desenvolupades en relació a amb les joguines**, són freqüents les escenes en què **els dos germans apareixen lluitant** mitjançant la joguina promocionada contra un suposat enemic. És el cas dels vídeos en què es defensen de l'atac d'uns insectes invasors o lluiten amb armes diverses contra personatges imaginaris o caracteritzats:

Leo: “¡Tenemos que derrotar a Dog Dad! [...]”

Mikel: ¿Estás preparado Leo?

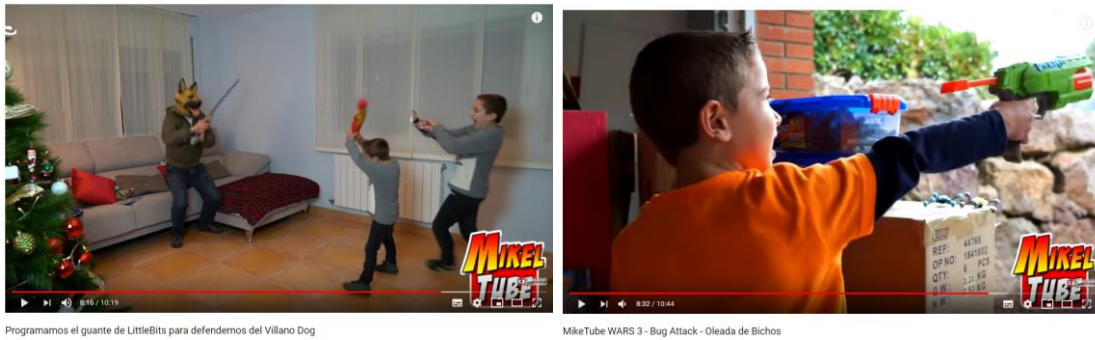
Pare-científic: “[...] Tenéis enfrente al malvado Dog Dad, que intentará reduciros con bombas de H2O. ¡Tenéis que esquivarlas todas! [...]”

Mikel i Leo: ¡A la carga!

Pare-científic: “[...] Una vez estéis lo suficientemente cerca de Dog Dad deberéis dispararle un rayo reductor.”

(Vídeo *Las Pruebas del Villano Dog*)

Figura 27. Vídeos *Programamos el guante de LittleBits para defendernos del Villano Dog* i *MikeTube WARS 3 - Bug Attack - Oleada de Bichos*



En altres casos, Mikel i Leo **competeixen entre ells**, com quan els dos germans juguen a veure qui munta primer un circuit de cotxes i, a continuació, fan una competició per veure quin dels vehicles és més ràpid:

Figura 28. Vídeo *Probamos los juguetes de estas Navidades Circuito Hot Wheels Dino y Cobra Challenge!*



“Leo, ¿A ver quién monta su circuito antes?

Pues yo primero, ¡Te voy a ganar! [...]

Tu coche es el rojo, los marcadores están a cero, y empieza la carrera en tres, dos, uno ¡Ya!”

Els *youtubers* també apareixen representant **jocs simbòlics secundaris**, com ara quan Leo apareix fent de mecànic:

Figura 29. Vídeo *FamilyTube #08 Día de Navidad y Regalos de Papa Noel*



FamilyTube #08 Día de Navidad y Regalos de Papa Noel

CONCLUSIONS

Conclusions

En aquest informe s'analitza la presència i l'abast de les representacions d'estereotips de gènere en els continguts de la publicitat de joguines de la campanya de Nadal 2018-2019 i s'emmarca en la sèrie iniciada pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya l'any 2001.

La presència de publicitat de joguines

S'han analitzat 231 espots de joguines que corresponen a 186 creativitats diferents, emesos a TV3, el Super3/33 i 8tv, i 151 vídeos de 6 canals de YouTube. Tots els mitjans comparteixen un mateix període d'emissió (televisió) o publicació (YouTube), entre el 10 d'octubre de 2018 i el 5 de gener de 2019.

L'emissió de publicitat de joguines ha sigut, quantitativament, molt similar a l'emesa durant la campanya 2017-2018, quan es van registrar 236 espots (226 diferents).

Quant als 6 canals de YouTube seleccionats, els més visitats de la tipologia estudiada registren una audiència, en nombre de visualitzacions i subscripcions, molt elevada.

Així, a data 16 de gener de 2019, sumaven prop de 19 milions de subscripcions i els vídeos de la mostra analitzada, que correspon als emesos durant la campanya de Nadal, registraven més de 350 milions de visualitzacions.¹ Es tracta, a més, d'un fenomen creixent: una setmana després, el 23 de gener, les subscripcions havien augmentat en mig milió.

La representació total d'estereotips baixa lleugerament, però s'incrementen de manera notable els femenins

Durant la campanya de Nadal 2018-2019, el 31,2% dels anuncis presenten estereotips de gènere, una xifra lleugerament inferior a la de la campanya precedent, que era del 34,7%. Tot i que les xifres han experimentat oscil·lacions en els darrers anys, **es tracta de la xifra més baixa registrada en tota la sèrie d'informes.**

¹ Dades proporcionades per YouTube.

No obstant això, s'aprecia un **increment i una concentració de les representacions estereotipades en estereotips femenins**: 9 de cada 10 (el 88,8%) ho són, amb un increment de 20 punts percentuals respecte de l'any anterior.



La publicitat de joguines varia en funció del gènere de qui la protagonitza

Tot i que es tracta de mitjans diferents, la publicitat o promoció de joguines té unes característiques comunes a la televisió i als vídeos publicats a les plataformes de distribució.

Una primera conclusió és que **existeix una relació entre la joguina que s'ofereix i el gènere de qui apareix com a protagonista del relat publicitari**. Tant en espots com en els vídeos es proposen tipus de joguines determinats per a nens i per a nenes.

Així, en els espots televisius, les nenes juguen, principalment, a nines, a ninots i figures (que reproduïen àmbits de l'esfera primària) i a jocs de taula; els nens, amb jocs de taula, jocs d'habilitat i punteria, i ninots i figures (principalment d'acció). En sentit invers, la publicitat analitzada exclou els nens dels jocs d'imitació de la realitat.

Els vídeos dels canals de YouTube també reflecteixen aquesta associació entre gènere i tipologia de les joguines promocionades.

D'una banda, les joguines promocionades són diferents segons si qui protagonitza el vídeo és una nena o un nen. Així, als canals conduïts per nenes, les tipologies de joguines més freqüents són les nines i accessoris, les representacions d'animals o mascotes i els jocs que imiten activitats lligades a la cura de la imatge personal. Quan els *youtubers* són nens, les més habituals corresponen a ninots, figures i accessoris (sovint d'acció), els vehicles i elements per pujar-hi i els vehicles en miniatura i circuits.

En aquest sentit, s'ha observat que quan un canal protagonitzat per un nen incorpora la participació d'una nena (o a la inversa) té la finalitat d'incloure la presència de joguines tradicionalment associades a l'altre gènere.

En segon lloc, **la publicitat de joguines elabora una narrativa diferencial per a nenes i nens, i els anuncis presenten unes característiques formals diferents** en funció de si els protagonistes de l'espot o del vídeo són nenes, nens o hi apareixen de manera conjunta.

En relació amb aquest paràmetre, el primer element a considerar és que la publicitat televisiva mostra un nombre d'anuncis molt més elevat en què les nenes apareixen com a protagonistes de manera exclusiva (el 48,3% del total de creativitats) que els nens (7,3%). D'aquesta manera, **a gairebé de la mitat dels espots es construeix un relat que proposa un món segregat per sexes.**

Els canals de YouTube analitzats també reflecteixen aquest fet, però de manera diferent: se segmenta l'oferta entre *youtubers* masculins que interaccionen només o molt majoritàriament amb altres nens o amb el pare, i *youtubers* femenines que comparteixen protagonisme amb altres nenes o amb la mare. Únicament en un dels 6 canals els protagonistes, que són nens de curta edat, interactuen amb tots dos progenitors de manera habitual.

Nenes i nens participen de manera diferent en el relat publicitari

A les nenes se'ls proposa, mitjançant la funció simbòlica del joc, un món en què **majoritàriament desenvolupen rols de maternitat i de cura de les persones**, en 8 de cada 10 anuncis que protagonitzen de manera exclusiva. A més, les nenes són les

Quant a la representació simbòlica de rols professionals, si bé les nenes accedeixen a professions tradicionalment masculinitzades (com ara policia o pilot d'avió), en un 30% de les ocasions desenvolupen feines com a model, perruquera o cambrera.

El llenguatge utilitzat en aquests anuncis incideix especialment en l'evocació de mons idíl·lics i màgics relacionats amb les nines i els ninots, amb paraules com *màgic* o *somni* o bé es refereix a accions personificades de les nines i els ninots amb verbs com *cantar*, *aprendre*, *ballar* i *estimar* (vegeu la figura).



84

La presència dels nens en els anuncis s'associa a elements formals i narratius totalment oposats als espots en què apareixen només nenes: es desenvolupen en espais exteriors o combinats amb interiors (el 77% dels anuncis protagonitzats exclusivament per nens), hi predominen les tonalitats fosques (el 53,9%) i la veu en *off* és majoritàriament masculina (69,3%). El llenguatge, a més, apareix lligat a l'acció: *disparar, lladre, alien* a més de l'onomatopeya *crash*, són els mots més recurrents (vegeu la figura).



Els vídeos de YouTube protagonitzats per nens també se centren en situacions d'acció i es caracteritzen per mostrar nens en jocs de competència o de simulació de lluita.

Pel que fa a la representació simbòlica de rols professionals, els nens desenvolupen majoritàriament feines masculinitzades (policia o granger) i mai les associades tradicionalment a les dones.

A més, els nens mostren una superioritat respecte de les nenes en el joc competitiu. Així la principal “emoció” dels nens és celebrar la victòria en el joc, mentre que les nenes mostren alegria; les nenes presenten un paper secundari o passiu en els jocs de taula o d’habilitat gairebé tres cops més que els nens.

Nenes i nens interaccionen de manera desigual en el relat publicitari

A 4 de cada 10 anuncis (el 44,4% de les creativitats), nens i nenes comparteixen protagonisme. Formalment, s'allunyen tant dels anuncis protagonitzats exclusivament per nens com per nenes: colors no definits (73,4% dels espots), veus en *off* amb presència similar de masculines i de femenines (51,9% i 45,6% respectivament). La majoria d'aquests espots correspon a jocs de taula i a jocs d'habilitat i punteria.

Tanmateix, l'anàlisi de la interrelació entre personatges masculins i femenins en aquests espots mostra algunes desigualtats.

Així, per exemple, en els jocs que impliquen competició, el nen guanya moltes vegades més que la nena: als jocs de taula, per exemple, un 70% de les ocasions mostren el nen com a vencedor; en el cas dels jocs d'habilitat i punteria, tot i que en la majoria es comparteix l'assoliment de l'objectiu, els nens apareixen com a vencedors 4 cops més que les nenes.

En canvi, en els jocs que no impliquen competició (anuncis de nines on apareixen nens amb nenes, representacions d'animals i de jocs de treballs manuals) nena i nen es mostren en un pla igualitari desenvolupant rols similars. Val a dir que els anuncis de nines en què apareixen nens només suposen el 13% del total; en el 87% dels casos només les nenes juguen amb nines.

Les plataformes de distribució de vídeos reproduïxen la construcció d'un discurs estereotipat sobre les dones

Una visió global de l'anàlisi de la presència d'estereotips de gènere en els continguts que promocionen joguines ens duu a afirmar que si bé ha baixat la representació d'estereotips en els espots de manera general, s'ha incrementat la presència d'estereotips femenins. En conseqüència, en els espots de joguines es manté i es reforça la construcció i difusió d'un discurs estereotipat sobre les dones.

D'altra banda, aquest tipus de discurs relacionat amb la promoció de joguines no es un fenomen exclusiu de la publicitat a la televisió lineal. L'anàlisi de continguts de promoció de joguines en les plataformes de distribució de vídeos posa de manifest la repetició dels esquemes estereotipats que es troben en els anuncis, modificant-ne el format de difusió. La segregació del contingut dels canals en funció de qui en té el

protagonisme i la tipologia de joguines que, en funció d'això, s'hi mostra, n'és una clara constatació.

Les característiques inherents a les plataformes de distribució de vídeos, que permeten la creació i difusió massiva de continguts, poden afavorir una multiplicació de l'impacte d'aquest missatge estereotipat. Les dades de subscripció i de visionament dels vídeos així ho fan palès.

Barcelona, 30 de gener de 2019