

**SEPTIMA INVESTIGACION**  
**INVESTIGACION SOBRE LOS JUGUETES**  
AUTORES/AS 7° Y 8° CURSO  
CELEBRANDO EL 8 DE MARZO DE 1995

**INDICE**

- \_ COMIENZO DE LA INVESTIGACION
- \_ RECOGIDA DE DATOS.
- \_ ORGANIZACION Y ANALISIS DE LA INFORMACION.
- \_ ANALISIS TECNICO.
- \_ ANALISIS DE LO QUE TRANSMITEN ESOS ANUNCIOS.
- \_ CONCLUSIONES.
- \_ ANEXO

**COMIENZO DE LA INVESTIGACION**

Esta investigación tiene como punto de partida el trabajo de séptimo y octavo.

Para hacerlo, el maestro nos propuso hacer una investigación sobre los juguetes y aceptamos porque nos parecía bien, ya que llegaba el día de los Reyes.

Comenzamos a elaborar el modelo de trabajo en la pizarra, los pasos

fueron los siguientes :

1-Acordamos la hipótesis: (La hipótesis es una afirmación que hacemos y que pretendemos demostrar como cierta o falsa a lo largo de un trabajo de investigación), En esta ocasión la hipótesis fue: "Los anuncios de juguetes reproducen los roles (papeles) tradicionales sexistas del niño y la niña".

2-Recogida de datos

3-Clasificación y organización

4-Conclusiones

5-Comunicación

Una vez establecida la hipótesis, pasamos al segundo paso:

## RECOGIDA DE DATOS

Acordamos que debíamos recoger información que nos permitiera conocer el tema más en profundidad ,y por otro lado, ver si la hipótesis era verdadera o falsa. Para conocer el tema más en profundidad decidimos buscar en libros, vídeos, revistas, etc... .

En paralelo a este trabajo de búsqueda de información, decidimos grabar anuncios de la TV. para ver si la hipótesis era verdadera o falsa. Nos dividimos en 5 grupos y cada grupo grabó los anuncios que le correspondía.

Estas son las horas que decidimos grabar durante tres días:

1-grupo: 2-3

2-grupo: 5'30-6'30

3-grupo: 6'30-7'30

4-grupo: 7'30-8'30

5-grupo: 8'30-9'30

A este trabajo le siguió el tercer punto:

## ORGANIZACION Y ANALISIS DE LA INFORMACION

Al tener ya los anuncios grabados debíamos reunirlos y clasificarlos; para ello, el maestro Miguel nos dio dos hojas; una de análisis técnicos y otra de valores sexistas.

Entonces, cada grupo cogió tantas hojas como anuncios les correspondió.

La hoja técnica consistía en responder una serie de preguntas, de las que tendríamos que sacar conclusiones en la pizarra. Igual hicimos con la otra de valores sexistas que también tenía una serie de preguntas y cualidades para analizar cada anuncio.

Al final, de 200 anuncios grabados se analizaron 110.

Ya con toda la información recogida y analizada, decidimos mandar una carta a cada cadena de TV. , otra a Continente y finalmente otra al periódico Sur, para mostrar nuestro desacuerdo por el tipo de publicidad que aparece en estos medios de comunicación.

Finalmente, decidimos hacer este librito para entregar a los padres y madres

Con él pretendemos contribuir a que poco a poco se regalen a ambos sexos juguetes y se traten de igual forma y que se hayan dado cuenta de lo importante que es eso.

De 200 anuncios grabados hemos analizado 110 .

Hemos considerado anuncios dirigidos a niños aquellos en los que aparecían sólo niños jugando con el juguete; para niñas aquellos en los que aparecían solo niñas; y anuncios dirigidos a ambos aquellos en los que aparecían jugando los dos.

Otros en los que no aparecen ni niños ni niñas, sólo los juguetes, los hemos considerado dirigidos a niños cuando aparecía una voz en off masculina, y dirigidos a niñas cuando la voz que aparecía era femenina. No obstante estos no los tuvimos en cuenta a la hora de analizar y sacar conclusiones.

En total han sido:

48 dirigidos a niños.

33 dirigidos a niñas.

28 dirigidos a ambos.

Hemos realizado un análisis técnico para ver qué técnicas utilizan los publicistas que se dirigen con sus productos a niños y niñas. Otro tipo de análisis que hemos realizado se refiere a los tipos de juguetes y de juegos que les proponen a los niños y a las niñas.

El resultado del **ANALISIS TECNICO** es el siguiente:

- No hay apenas diferencias entre las técnicas empleadas en anuncios para niños y para niñas.

- Se ve que en lo que respecta al ritmo y la música es más estridente y rápida en los dirigidos a niños que en los dirigidos a niñas que se tornan más lentos y tranquilos.

- En los dos casos se utilizan el aumento del tamaño y la proporción con respecto a otros objetos, además se sitúa al juguete en un decorado ficticio, con estos toques se aumenta la espectacularidad de los juguetes.

- Para fijar el anuncio en la mente, lo que más se usa, tanto en los anuncios para niños como en los dirigidos a las niñas es repetir la imagen del juguete y el mensaje del anuncio.

- La música pegadiza se utiliza más en los anuncios dirigidos a niñas que en los dirigidos a niños. También es mayor el recuerdo de juegos de palabras y frases hechas en los anuncios dirigidos a niñas.

- En ambos casos se usa gran cantidad de planos diferentes sobre todo en cortes directos.

Esto produce la sensación de dinamismo y actividad que es lo que fundamentalmente se persigue con el juego.

## **ANALISIS DE LO QUE TRANSMITEN ESOS ANUNCIOS**

Los dirigidos a niños son sobre todo juegos de montajes (6), robots (6) y coches (9). El resto son juguetes parecidos en cuanto a la actividad, es decir de construcciones, activos, violentos y competitivos.

Los niños aparecen jugando con estos juguetes sobre todo, juegos de violencia, guerra y agresión (14), seguidos por aventuras (6) y competición (7).

Los dirigidos a niñas son totalmente diferentes:

Los juegos más repetidos son las muñecas (24) y juegos de diseño (3) seguidos por otros de cocina y dibujo.

Las niñas aparecen jugando con estos juguetes a cuidar bebés (12), cuidar su belleza (11) y ligar (2).

En el grupo de anuncios dirigidos a ambos ya no aparecen juegos de los que hemos descrito hasta ahora. Son juegos para desarrollar habilidades (6) el gusto por profesiones como médicos/as, modistos/as, granjeros/as, cocineros/as, etc. Practicar deportes, artes como la pintura (3) y desarrollar la inteligencia o la memoria (2).

## CONCLUSIONES

En la pizarra hacíamos puestas en común. Así cada grupo iba aportando sus datos organizados y entre todos se sacaban las conclusiones

De todos estos datos podemos deducir que este año no han aparecido anuncios en los que se ven solo niñas haciendo las tareas del hogar, lo cual es un avance. Mejor hubiera sido que aparecieran los dos haciendo estas tareas, así todos nos acostumbraríamos a ver esto como algo normal.

De todas maneras pensamos que con este tipo de anuncios que hemos analizado se educa a los niños, niñas padres y madres en la idea de que cada sexo se debe dedicar a cosas diferentes, así los niños aprenden a adoptar un papel violento y competidor y las niñas un papel sumiso y doméstico.

Pensamos que esto es injusto y que los juguetes deben servir tanto para niños como para niñas, menos los juegos que desarrollan la agresividad o aspectos cursis o que colocan a las niñas en segundo lugar. Estos dos tipos de juegos deben desaparecer.

## **ANEXO**

### **CARTA A CONTINENTE**

Sr. Director/a :

Somos los alumnos y alumnas de 7º y 8º curso del C.P. Virgen del Rosario de Totalán- Málaga.

Hemos realizado un trabajo de investigación de los anuncios televisivos de juguetes y hemos podido comprobar que la mayoría están cargados de sexismo y violencia.

Asimismo hemos podido comprobar que el catálogo de juguetes que han editado, también recoge esta visión sexista y bélica porque lo habéis organizado por secciones para niños (con juguetes de guerra y competición) y para las niñas con juguetes de cuidados a los bebés, belleza y el hogar.

Esto lo decimos porque nos gustaría que la sociedad en la que vivamos cuando seamos adultas y adultos , no mantenga estos valores que sabemos se transmiten a padres, madres, niñas y niños desde la televisión y otros elementos como los catálogos de juguetes como el que ustedes han editado.

Por ello , nos dirigimos a usted para pedirle que aporte su granito de arena, en este tema, haciendo que los próximos catálogos estén organizados de una forma más educativa.

**GRACIAS.**

### **CARTA A LAS CADENAS TELEVISIVAS**

Sr. Director/a :

Somos los alumnos y alumnas de 7º y 8º curso del C.P. Virgen del Rosario de Totalán- Málaga.

Hemos realizado un trabajo de investigación de los anuncios televisivos

de juguetes y hemos podido comprobar que la mayoría están cargados de sexismo y violencia.

Nos gustaría que la sociedad en que vivamos cuando seamos adultos y adultas no mantengan estos valores que se transmiten a madres, padres, niñas y niños desde la publicidad que se emite por vuestra televisión.

Por ello, nos dirigimos a usted para pedirle que aporte su granito de arena evitando que anuncios de estas características sigan emitiéndose.

GRACIAS

### COMENTARIOS DEL TRABAJO

- El grado de implicación fue altísimo.
- Nadie respondió a sus cartas, pero el curso siguiente todos estuvieron atentos a la publicidad de los grandes almacenes y este había cambiado a un modelo más adecuado.