

ficha de la actividad n°13

estereotipos secundaria

Lee el texto siguiente:

EL PAÍS, viernes 13 de febrero de 2004

Casi la mitad de los anuncios de juguetes reproduce roles sexistas.

M.PADILLA. Barcelona

Las niñas son presumidas, van a la compra y juegan a las mamás con otras niñas, mientras los niños se divierten con coches o haciendo la guerra. Ésta es la imagen sobre la infancia que ofrecen muchos de los anuncios de juguetes que se emiten durante la campaña navideña. Según un informe del Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC), casi la mitad de la publicidad destinada a los más pequeños reproduce estereotipos sexuales.

El análisis elaborado a partir de la publicidad emitida durante dos días, entre las seis de la mañana y las diez de la noche (horario protegido), y cuyo objetivo es cuantificar la publicidad de juguetes y el impacto que reciben los niños y adolescentes, revela que la reproducción de roles sexistas se han incrementado: mientras en 2002 los anuncios con estas connotaciones eran del 42,3%, la pasada Navidad alcanzaron el 44,8%.

El estudio tomó como muestra los días 29 de noviembre y uno de diciembre de 2003, cuando realizó un seguimiento de los anuncios emitidos por TV-1, La 2, Tele-5, Antena 3 TV, y las televisiones catalana TV3, K3/33, BTV y Citytv. Antena 3, con 28% de su cuota de publicidad, fue la cadena que emitió mayor número de anuncios de juguetes.

Contesta:

1. ¿Tienen sexo los juguetes?
2. ¿Existen juegos masculinos y femeninos? Si afirmas, especifica cuáles.
3. ¿Estás de acuerdo en que las chicas y los chicos jueguen y se relacionen entre ellos?
4. Comenta con tus compañeras y compañeros las respuestas y da tus opiniones.