

La publicidad del juguete nos hace diferentes

De todos los medios de comunicación la publicidad es, quizás, el que más puede llegar a influenciar en nuestra sociedad. La combinación de atractivas imágenes, textos y música, en algunas ocasiones, hace que los mensajes publicitarios se transmitan de una forma directa e inmediata. Y es así como llegan a las personas a quienes se dirigen, haciendo que el producto publicitado se convierta en algo deseable. Sin embargo, la publicidad no es solo un instrumento de mercado, a través de ella se conforman actitudes, comportamientos y valores que hacen necesaria una educación que nos acerque a este medio desde una perspectiva crítica.

INTRODUCCIÓN

Con las actividades que se proponen, vamos a reflexionar sobre la publicidad del juego y el juguete, un campo particularmente sensible si se tienen en cuenta las edades a las que se dirige. La transmisión de estereotipos sexistas mediante la identificación de determinados objetos y juegos con uno u otro sexo, por ejemplo, coches, juegos de construcción... para los niños; muñecos, cocinitas..., para las niñas, puede condicionar el papel que unos y otras creen que deben desempeñar, no solo durante la infancia, sino en etapas posteriores de su vida (elección profesional)

PREGUNTAS PARA LA REFLEXIÓN

1 Las actividades –juegos que realizan los niños, ¿pueden ser realizados por niñas?

2 ¿Por qué crees tú que no las realizan?

3 Hoy existen ejemplos de mujeres que realizan todo tipo de trabajos, igual que hay todo tipo de hombres que también lo hacen. Pon algunos ejemplos que conozcas de hombres y mujeres que desempeñen trabajos que antes eran considerados del otro sexo.

4 ¿Por qué crees que la publicidad dirigida a niños y niñas sigue ofreciendo juguetes distintos según el sexo?

5 ¿Crees que esto debería cambiar? ¿Por qué?