

## ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD DE JUGUETES

### INTRODUCCIÓN

Iniciamos este trabajo a partir de otro realizado en el curso 2001-2002, en este curso, como en todos los anteriores desde hace ya al menos 10 años, cuando llegan la campaña de navidad, dedicamos unas semanas a trabajar en el análisis de la publicidad del juguete. En el trabajo que mencionamos antes se realizó una investigación de un número alto de anuncios de televisión este trabajo del curso 01-02, produjo algunos materiales que nos iban a servir para trabajos futuros: un librito que recogía la experiencia y las conclusiones de dicha investigación, en estas conclusiones se podían apreciar dos aspectos importantes:

**Primero, el uso de distintas técnicas para incitar al consumo de determinados juguetes, con los niños se usaba unos colores de fondo distintos, distinto número de planos, distintas músicas, etc. que con las niñas**

**Segundo, también orientaban a niños y niñas hacia distintos juguetes que tendían a perpetuar los distintos roles sexistas imperantes.**

Además de este librito, se realizó una colección de fotografías en las que el alumnado posaba simulando anuncios en los que se hacía una publicidad distinta a la de televisión, en ella se mostraba una orientación coeducativa, en estos anuncios contrapublicitarios se mostraba tanto a niños como a niñas compartiendo todo tipo de juguetes, excepto aquellos que entendíamos que eran malos desde el punto de vista educativo. Estos juegos o juguetes malos eran los que invitaban a jugar a juegos violentos o de competitividad y los que exaltaban el culto a la belleza y la cursilería como forma de entender la vida.

Los últimos materiales que generó este trabajo del curso 01-02 fueron distintas cartas que se enviaron a los medios de comunicación y una carta dirigida a los padres y madres explicándoles las conclusiones a las que se había llegado con el trabajo.

### EL TRABAJO DEL CURSO PASADO

El curso pasado (04-05), usamos estos materiales mencionados antes para comenzar a trabajar.

El primero de los trabajos que realizamos fue aprender a analizar los anuncios de televisión con las dos plantillas que se usaron en el trabajo aludido (se adjuntan estas dos fichas). A través de este análisis el alumnado reconoció-descubrió las técnicas que usan los publicistas para incitar al consumo de juguetes y los contenidos sexistas de dichos anuncios. A partir de este descubrimiento, comenzamos a estudiar la investigación que el alumnado realizó en el curso 01-02, poco a poco y a través de un trabajo de deliberación-discusión y trabajo con fichas-comic (se adjuntan estas fichas), se fue teniendo conciencia de la importancia del problema, y nos propusimos comunicar a los padres y madres los descubrimientos realizados. Para ello se confeccionó una carta en la que se les explicaba todo y se les orientaba de cara a la campaña de reyes, esta carta se les entregó con el boletín de evaluación del primer trimestre (se adjunta esta carta).

Decidimos avanzar el trabajo dando un paso más y a la vuelta de vacaciones de navidad elaboramos una encuesta destinada a conocer qué tipo de juguetes habían recibido todos los alumnos y alumnas del colegio.

Cada alumno/a del grupo de clase de 5º y 6º escogió un grupo de alumnos/as para encuestarlos y con todos los datos fuimos clasificando los juguetes en clase. Tras la clasificación pasamos a sacar conclusiones. Primero se sacaron conclusiones a nivel individual y luego se hizo una puesta en común. El resultado era casi idéntico a la

propuesta que se hacía desde la publicidad; un reparto de distintos juguetes para niños y niñas con un reparto sexista de los mismos. Con estas conclusiones se elaboró un librito (se adjunta dicho librito).

Poco había conseguido el trabajo realizado con el alumnado del colegio y con los padres y madres: aunque se apreciaba algún avance en el reparto equitativo en determinados juguetes y regalos: ropa, dinero, juegos de nuevas tecnologías (ordenadores, juegos informáticos, DVD, aparatos de música, etc), CD de música, libros y otros juguetes de cultura. Sin embargo, las niñas seguían recibiendo casi en exclusiva los juguetes del hogar, el cuidado de los demás y de belleza, y los niños los juguetes deportivos, de aventura, de competitividad, de violencia y de profesiones no identificadas con el hogar.

Como colofón del trabajo se decidió compartir con toda la comunidad educativa los resultados de la experiencia. Se preparó la celebración del día de la paz con actividades para todos los cursos, estas actividades se centraban en la lectura colectiva con debate de un cuento que se centraba en el juego colaborativo frente al juego violento y sexista.

El 30 de enero, Día de la Paz, el alumnado de 5º y 6º reunió a todo el alumnado por grupos y expusieron los resultados de su trabajo, para ello se apoyaron en una presentación de Power Point que realizaron para esta ocasión, cada alumno/a de este grupo había elaborado una o dos de las imágenes con pequeños textos para la presentación (se adjunta la presentación de Power Point), ante ella, explicaban más extensamente la parte que les había correspondido. A los padres y madres se les entregó ese mismo día el librito que contenía la explicación de la experiencia y sus conclusiones. Con ello se dio por acabado el trabajo en este curso 04-05.

## EL TRABAJO DE ESTE CURSO 05-06

Como en el curso anterior partimos de la actividad de análisis de los anuncios de televisión con las dos plantillas que hemos venido usando en años anteriores, después pasamos al estudio de la investigación realizada en el curso 2001, y por último estudiamos el librito que recogía el análisis de los juguetes que los reyes habían traído a los niños y niñas del colegio y que se había realizado el curso anterior (04-05) además de ver y comentar la presentación en Power Point del mismo trabajo y la exposición de fotografías de contrapublicidad realizada en el curso 01-02.

El objetivo del trabajo de este curso era repetir tras las navidades la encuesta y comparar los resultados con los del curso anterior, pero apareció casualmente un elemento nuevo que no podíamos desperdiciar. Un día llegó al colegio una persona con la intención de repartir entre el alumnado un catálogo de juguetes de la tienda de juguetes CARRIÓN. Como es lógico le dijimos que no se podía repartir publicidad dentro del colegio, así que este señor lo dejó apilado en la calle, justo a las puertas del colegio. Cuando los niños y niñas salieron rápidamente se hicieron con ellos y la distribución se realizó a pesar de nuestra oposición.

Tras un pequeño análisis del catálogo, pudimos comprobar que nos sería útil para nuestros propósitos educativos. Pedimos al alumnado de 4º, 5º y 6º que trajeran a clase el catálogo y analizamos dicho catálogo tratando de encontrar parecidos y semejanzas entre la publicidad televisiva y la del catálogo.

Cada uno/a tenía su catálogo y una vez explicado nuestro propósito y recordando todo lo aprendido en el trabajo de análisis de la publicidad televisiva, comenzamos a pasar página a página. Poco a poco fueron apareciendo elementos comunes, Con preguntas sencillas para orientar las observaciones, ellos/as iban descubriendo

coincidencias entre estos anuncios y los de la tele. Algún alumno advertía “!Mira junto a las muñecas sólo aparecen niñas!” “..Y con los muñecos con armas sólo aparecen niños”. “En las fotografías en las que salen niñas con los juguetes, aparece un fondo de colores cálidos: rosa, amarillo, naranja, etc y en los de los niños son colores fríos: azul, marrón , negro, etc”.

Cuando pasaba inadvertido un elemento interesante yo les daba una pista para que observaran hasta encontrar dicho elemento.

- Puesto que los juguetes están clasificados por características comunes y no en “juguetes para niños o para niñas ¿Cómo podemos saber si los juguetes van dirigidos a niños y a niñas?”.

La respuesta del alumnado no se hacía esperar, ya lo tenían muy aprendido del análisis de los anuncios de la tele:

-Cuando los juguetes aparezcan junto a niños dirigen la venta hacia ellos y cuando aparecen niñas hacia ellas. Respondían ellos/as

-Entonces con los peluches aparecen niños y niñas, pero ¿hay el mismo número de niños que de niñas? “ Volvía a preguntar yo.

-¡Ah sólo dos niños y ocho niñas!” y ¿qué creéis que quiere decir eso?

-¿A ver si aparecen personas mayores junto a los niños con los peluches?

-¡Ah sólo aparecen mujeres!, y ¿Qué creéis que querrá decir esto?

Así, poco a poco se fueron encontrando muchos aspectos que hacían que estos dos medios de publicidad parecían estar diseñados por las mismas personas con los mismos objetivos. Se podían apreciar perfectamente los dos campos que habíamos estudiado: Por un lado, utilizan trucos para hacer los juguetes más espectaculares y atractivos: colores distintos para niños y niñas, tamaño de los juguetes, fondos de decorados que los hacen más espectaculares, etc Y por otro lado, los juguetes que se dirigían a niños eran de un tipo y los dirigidos a las niñas de otro tipo, en ellos se dejaba claro el reparto de papeles sexistas.

Entonces yo les informé de que los catálogos de juguetes en años anteriores conseguían los mismos objetivos de forma más directa, ya que separaban los juguetes bajo apartados como “JUGUETES DE NIÑOS” y “JUGUETES DE NIÑAS”. Ante esta información algunos de mis alumnos/as se mostraron incrédulos, así que les mostré el catálogo del Centro comercial CONTINENTE que utilizamos en clase en el curso 1994-95.

También les expliqué que en aquella ocasión, el alumnado dirigió una carta a este centro comercial pidiéndoles que cambiaran la forma de hacer los catálogos, que al siguiente curso el catálogo de CONTINENTE que llegó a nuestras manos ya era distinto y que estaba organizado como el de CARRIÓN, que estábamos estudiando este curso.

El debate que suscitó estas informaciones generó ilusión, por la posibilidad de que haciendo lo mismo en esta ocasión (enviar una carta exigiendo en cambio de contenidos en el catálogo del próximo curso), se podría conseguir algo.

Pero también se llegó a la conclusión en este debate, de que aunque se realizaron cambios, el catálogo seguía cometiendo los mismos errores educativos: dirigirse a los niños y niñas de distinta manera y con distinto reparto de papeles sociales y culturales.

Tras este debate, continuamos con el trabajo que estábamos realizando y con las observaciones que habíamos sacado del análisis del catálogo de CARRIÓN, que se fueron anotando en la pizarra, cada uno/a debía redactar un escrito que expresara todo lo descubierto. Este escrito se destinaría a ser repartido entre los padres y madres junto al

informe de evaluación del primer trimestre, además se publicaría en el periódico del colegio que también se entregaba con el informe de evaluación (se adjunta el periódico).

También había que comunicárselo de una manera atractiva, así que se pensó mostrar el contenido de dicho escrito, a través de una presentación en Power Point, igual que hicieron en el año anterior sus compañeros.

Cada uno escogió uno o dos mensajes y se fotografiaron las imágenes del catálogo que mejor podían ilustrar estos mensajes (se adjunta la presentación en Power Point).

Ahora quedaba el trabajo con las familias. Ya a comienzos de curso, les informé de nuestras pretensiones en la primera reunión de tutoría. Esto y el trasiego de catálogos y comentarios que los niños hacían en sus casas sobre los anuncios televisivos, les tenían informados de la realización del trabajo.

Se diseñó un cartel convocando a la realización de un taller sobre publicidad de juguetes. A este taller podía asistir todas las personas que quisieran fueran o no padres o madres de alumnos/as del centro (se adjunta el cartel). El cartel se pegó en distintos lugares del pueblo. También desde el centro, se hizo un comunicado convocando a la asistencia a dicho taller a todas las familias que tenían hijos/as en el colegio.

Este Taller se realizó el día 20 de diciembre a las siete de la tarde. El AMPA pagó los gastos del café, los refrescos y las pastas que se ofrecieron a los asistentes. En él se desarrollaron las siguientes actividades:

Primero se les entregaron las dos fichas que utilizaron los alumnos/as para analizar los anuncios de televisión, se debatió sobre los contenidos de los anuncios y las técnicas que usaban para incitar al consumo de juguetes.

Después se sentaron en torno a los ordenadores de la clase y allí en distintos grupos y todos a la vez, visionaron las dos presentaciones en Power Point, la realizada el curso anterior sobre los anuncios de televisión y el realizado en este curso sobre el catálogo de juguetes de CARRIÓN.

También se les mostraron las fichas de cómic que los alumnos/as habían trabajado en clase, para profundizar en estos contenidos.

Igualmente se debatió sobre los contenidos de las presentaciones y sobre las dificultades que tenían para elegir los juguetes que preferían los niños y niñas. Todos vieron muy interesante el trabajo realizado y coincidieron en que había que seguir trabajando en este campo tan difícil de tratar.

Lo peor de este trabajo con los padres y madres es la baja asistencia que tuvo el taller.

Como se había previsto, con el informe de evaluación se les entregó a través del periódico los resultados de esta investigación.

Ahora llegó el momento de esperar a la vuelta de vacaciones para realizar la encuesta al alumnado y conocer a través de ella qué juguetes les trajo los reyes.

## ANOTACIONES

Este trabajo de análisis de la publicidad de los juguetes tanto de televisión como del catálogo, se realizó en los grupos de 4º y de 5º y 6º de primaria, cuando estaba desarrollado, se extendía a los demás cursos trabajando con otros materiales distintos que se centran en diferenciar entre juguetes colectivos y dirigidos tanto a niños como a niñas y juguetes diferenciados con juegos violentos y otros que sólo se destinan a las niñas porque se centran en jugar a las tareas del hogar o el cuidado de los hijos/as.

En la sala de profesores/as se concentraron todos los materiales de que disponía el centro y cada maestro/a de los niveles anteriores a 4º, escogió los que creyó más adecuados para su alumnado.

En este trabajo ha participado todo el profesorado y todo el alumnado del centro, aunque la mayor parte del mismo y las actividades que tienen relación con el análisis de la publicidad sólo se desarrollaron en los cursos de 4º, 5º y 6º.

#### CONCLUSIONES

Ha sido un trabajo interdisciplinar que ocupó la actividad de lenguaje, Plástica y artística y Conocimiento del medio. Sin embargo no ha ocupado todo el tiempo de estas áreas, se ha ido solapando con el trabajo de otros temas de los libros de texto. Se ha desarrollado en tiempos de estas áreas y en tiempos de recreo y trabajo individual de casa.

Aunque los resultados inmediatos en el cambio de consumo de juguetes no son todo lo positivos que quisiéramos, advertimos un cambio positivo en algunos aspectos del problema, y sobre todo una mayor conciencia que estamos convencidos que irá influyendo en un avance a medio plazo.

Por un lado las familias cuentan con mayor información y capacidad para desenmascarar las argucias publicitarias, además las que tienen hijos/as más pequeños tienen mayor facilidad para influir en los gustos de sus hijos/as a la hora de escoger los juguetes. Esto es lógico si pensamos que estos niños/as no están tan mediatizados por costumbres y gustos adquiridos y por los medios de comunicación. De hecho hemos podido observar en el parque de recreo como algún niño de 5 años se deslizaba por el tobogán y se divertía en los demás aparatos portando entre sus brazos un muñeco-bebé, al que mecía y besaba entre paseo y paseo. Esto es fácil ver en clase cuando se proponen juegos de este tipo, pero es más difícil de ver en un entorno más natural y menos dirigido como el patio de recreo.

Los alumnos/as mayores ya no consumen juguetes tan orientados al reparto de papeles: profesiones, violentos, competición, hogar, etc. Sin embargo los destinados al cultivo de la belleza y la imagen que tanto influyen sobre las niñas, en estas edades son más difíciles de erradicar, puesto que las niñas de 10, 11 y 12 años están ahora muy preocupadas por su imagen, empero, se muestran convencidas de que la belleza no es lo más importante en sus vidas y no puede ser algo que se convierta en una obsesión.

Los niños de estas mismas edades no van a escoger juguetes de reparto de tareas del hogar, esto es lógico porque ya no tienen edad para jugar con este tipo de juguetes, pero se muestran dispuestos a asumir responsabilidades en las tareas de sus casas. Al menos así lo muestran en el colegio, cuando hay que repartir tareas de limpieza: barrer, fregar suelos y platos, cacharros y cubiertos de las fiestas que se realizan en el colegio y otras tareas.

Las niñas por su parte también participan en tareas que se atribuyen a niños: arreglar puertas, muebles, cambiar bombillas, y usar herramientas como guarritos, serruchos, martillos, destornilladores, llaves inglesas, etc.