

## Historia de una campaña

# Hacer las cosas diferentes

**SEDUPAZ de la APDH**  
**Seminario de Educación por la Paz**

**Decíamos antes que "los que manejan" se empeñan en hacernos ver que las cosas son como son y que; además, no hay posibilidad de cambio. Desde hace cuatro años el Seminario de Educación para la Paz de la Asociación Pro Derechos Humanos lucha por rebatir esto.**

### **APRENDER A JUGAR, APRENDER A VIVIR**

Lo primero que nos planteamos es que, si queremos cambiar, es imprescindible un planteamiento positivo de nuestro mensaje. No bastaba con decir no a los juguetes malos, como una especie de Pepito Grillo que actúa desde fuera de las conciencias, había que permitir que todo el mundo implicado tuviera la capacidad de valorar y decidir por sí mismos. Se trata de un trabajo educativo a largo plazo donde los contenidos son la educación, el juego, los valores, la sociedad. El lema de la campaña, realizada cada uno de estos años, recoge muy bien esta idea: "aprender a jugar, aprender a vivir"

### **PARTICIPACIÓN**

Lo segundo fue que debía ser una campaña con el apoyo y la participación de todos los sectores involucrados (sindicatos de enseñanza, grupos feministas, pacifistas, asociaciones de consumidores, asociaciones de madres y padres de alumnas/os, etc.). Si queremos ser eficaces, si queremos tener alguna posibilidad de transformación debemos cooperar y no competir, debemos sumar nuestras experiencias conservando nuestras especificidades. Pensábamos en el modelo de la campaña "Vivir sin nucleares", o en todas las iniciativas ciudadanas de los años setenta en Alemania, que con el tiempo permitirían la creación de Die Grünen.

### **SALIR DE LA MARGINALIDAD**

Lo tercero fue que había que salir de la marginalidad. Muchas veces nuestros esfuerzos se dirigen a círculos, muy reducidos. Más como una afirmación de señas de identidad que como una posibilidad de cambio real de sectores crecientes de la sociedad. Esto llevó a decisiones importantes.

La realización de un material de apoyo a la campaña de calidad. Por dentro y por fuera. No podemos pretender, en estos tiempos, que leer un folleto sea ya un acto de militancia.

La utilización de todas las vías de acceso a la sociedad. La única razón para no haber puesto anuncios en la TV ha sido la ausencia de dinero. Pero es evidente que si deseamos una educación "capilarizada" que llegue a todo el mundo hay que entrar en sus cabezas allá donde están; No se busca lo perdido cerca de la farola por bien iluminado que esté el lugar. Lo que sí se logró fue la inserción de anuncios en prensa, lo que generó una importante cantidad de cartas solicitando información. O la participación en programas de radio, o la aparición de noticias en los periódicos.

## **LA IMAGINACIÓN COMO MOTOR DEL CAMBIO**

La experiencia de todos estos años nos ha demostrado que no hay límites para la acción... más que nosotras/os mismos. Podemos boicotear los juguetes pegándoles pegatinas de rechazo. Podemos contar con la colaboración de los principales ilustradores/as infantiles y hacer una exposición con sus trabajos. Podemos contar con la colaboración de esas periodistas que tanto nos gustan. Podemos sacar un calendario multicolor. O hacer un envío masivo de tarjetas postales para protestar al gobierno. O montar una campaña mundial (esto último todavía no está hecho). Sólo hay un límite, nosotros.

## **LA AUTOFINANCIACIÓN DE LA CAMPAÑA**

¿Cuánto tiempo, cuánto dinero dedican quienes viven de los juguetes violentos, sexistas, perjudiciales para la infancia a conseguir "vender" sus ideas? ¿Cuánto dinero, cuánta dedicación son necesarias para contrarrestar dicha actuación? Estas preguntas tienen una clara respuesta si partimos del mundo sindical. Sin embargo, en cuanto salimos de este ámbito nos encontramos con dos actitudes muy marcadas. O la espera del maná mágico de las subvenciones o la estética de lo cutre y de la inacción. Estamos convencidos de que mucha gente que no tiene tiempo está dispuesta a dar tiempo en forma de dinero. Que si conseguimos defender los derechos humanos será con dineros humanos o no será.

Y una idea fundamental: todos (entre todos) podemos hacer las cosas diferentes.

## **Cuestionario para comprar juguetes**

**Plantéate estas preguntas antes de comprar un juguete. Si respondes sí a la mayoría de ellas, el juguete es probablemente una buena compra:**

1. ¿Este juguete es adecuado a la edad del niño/a?
2. ¿Le interesa lo suficiente como para jugar con él una y otra vez? ¿Por varios minutos o incluso durante una hora?
3. ¿Está bien construido? ¿Durará mucho tiempo?
4. ¿El niño/a utilizará su imaginación cuando juegue con él?

5. ¿Se sentirá satisfecho al usar este juguete? ¿Desafiara de forma adecuada sus habilidades?
6. ¿Puede el juguete crecer con el niño/a? ¿Durante un año? ¿Más tiempo?
7. ¿Puede el niño/a usar el juguete de formas diferentes? ¿Puede tener múltiples usos?
8. ¿Ayudará al niño/a a jugar con otros niños y niñas de forma cooperativa y a buscar soluciones donde todos ganen en caso de conflicto?
9. ¿Ayudará al niño/a a tener confianza en las otras personas, respetando sus diferencias étnicas, culturales y a valorar la naturaleza?
10. ¿Ayudará al niño/a a no reproducir estereotipos sexistas?