

Off Limits Toys TM - Weapons for Kids

Toy store breaking boundaries of play. Freedom begins with curiosity!

Speelgoedwinkel die de grenzen van spelen doorbreekt. Vrijheid begint met nieuwsgierigheid!

Hosted by: Goro Modic

Project Information (EN)

Toy Store

Off Limits Toy Store transforms a traditional gallery space into a branded toy store selling “inappropriate” toys for children such as musical instruments modelled after adult-only objects such as guns, sex toys, cigarettes, and alcohol. The store appears to cater to children’s curiosity offering them not only toys, but access to the adult world we claim to protect them from.

Marketing as an Art Form

At the core of this work is an exploration of marketing as a powerful cultural tool that extends far beyond the act of selling products. Marketing is fundamentally about storytelling, framing context, and shaping values. It creates the lens through which we interpret objects, experiences, and even ourselves. In today’s world, everyone engages in some form of marketing, from the way individuals cultivate their personal image on social media, to the polished campaigns of global corporations, to the political narratives governments construct to maintain legitimacy. By approaching marketing itself as an art form, this project demonstrates that influence operates not only through persuasion or manipulation, but also through emotional resonance, the structuring of context, and the projection of ideals. When used intentionally, marketing has the potential to create new spaces for dialogue.

Values and Vision

The marketing within this project is intentionally ambiguous, moving between sincerity and satire. The fictional company positions itself as one that “finally listens to children,” presenting a set of values that emphasize radical transparency, resistance to censorship, intergenerational dialogue, and the conviction that children should be equipped to face the world as it exists—rather than the sanitized version adults prefer to show them. Within this framework, role-play functions as a form of education: a playful rehearsal space where taboos can be explored openly and critically, with guidance rather than avoidance. This becomes particularly urgent in an era where children increasingly educate themselves online, often shaped more by algorithmic feeds than by direct human conversation. By staging this tension within the safe and provocative environment of a toy store, the work encourages reflection on how we define childhood, what ideals and fears we project onto it, and how children’s imitative behaviors ultimately mirror the contradictions of the world adults have built for them.

Projectinformatie (NL)

Speelgoedwinkel

Off Limits Toy Store transformeert een traditionele galerieruimte in een speelgoedwinkel waar ‘ongepast’ speelgoed voor kinderen wordt verkocht, zoals muziekinstrumenten die zijn gemodelleerd naar voor volwassenen bestemde voorwerpen, zoals wapens, seksspeeltjes, sigaretten en alcohol. De winkel lijkt in te spelen op de nieuwsgierigheid van kinderen door hen niet alleen speelgoed aan te bieden, maar ook toegang te geven tot de volwassen wereld waarvan wij beweren dat we hen ertegen moeten beschermen.

Marketing als kunstvorm

De kern van dit werk is een verkenning van marketing als een krachtig cultureel instrument dat veel verder reikt dan het verkopen van producten. Marketing draait in wezen om het vertellen van verhalen, het schetsen van een context en het vormgeven van waarden. Het creëert de lens waardoor we objecten, ervaringen en zelfs onszelf interpreteren. In de wereld van vandaag houdt iedereen zich bezig met een of andere vorm van marketing, van de manier waarop individuen hun persoonlijke imago op sociale media cultiveren, tot de gepolijste campagnes van internationale bedrijven, tot de politieke verhalen die regeringen construeren om hun legitimiteit te behouden. Door marketing zelf als een kunstvorm te benaderen, laat dit project zien dat invloed niet alleen werkt door middel van overreding of manipulatie, maar ook door emotionele resonantie, het structureren van context en het projecteren van idealen. Wanneer marketing bewust wordt ingezet, heeft het het potentieel om nieuwe ruimtes voor dialoog te creëren.

Waarden en visie

De marketing binnen dit project is opzettelijk dubbelzinnig en schommelt tussen oprechtheid en satire. Het fictieve bedrijf positioneert zich als een bedrijf dat 'eindelijk naar kinderen luistert' en presenteert een reeks waarden die de nadruk leggen op radicale transparantie, anticensuur, dialoog tussen generaties en de overtuiging dat kinderen moeten worden toegerust om de wereld te zien zoals die is, in plaats van de versie die volwassenen hen willen laten zien. Binnen dit kader fungeert rollenspel als een vorm van onderwijs: een speelse repetitieruimte waar taboes openlijk en kritisch kunnen worden onderzocht, met begeleiding in plaats van vermijding. Dit wordt bijzonder urgent in een tijdperk waarin kinderen zich steeds meer online onderwijzen, vaak meer gevormd door algoritmische feeds dan door directe menselijke conversaties. Door deze spanning te ensceneren in de veilige en provocerende omgeving van een speelgoedwinkel, reflecteert het werk op hoe we kindertijd definiëren, welke idealen en angsten we erop projecteren, en hoe het imitatieve gedrag van kinderen uiteindelijk de tegenstrijdigheden weerspiegelt van de wereld die volwassenen voor hen hebben gecreëerd.

Image List

Filename	Caption	Credit
goro_1755684882.jpg	Gas Mask Melodica in the store front	
93886f48-2718-47a4-b8fd-9377df24adb1_1758542640.jpg	Wall with weapons instruments	Goro Modic
1f54017d-5684-46ac-99e2-d369cc9bbcd4_1758542683.jpg	Baby shakers	Goro Modic

The images above are included in the ZIP under `/images`.