

Desafiando el patrocinio corporativo en las escuelas

Escrito por **Jessica Lax y Jocelyn Land-Murphy**
Traducido al español por **Fátima C. Da Silva B.** –Caracas, Venezuela

IMAGÍNESE la mejor escuela pública de todas: el mejor programa deportivo con entrenadores cualificados para cada uno de los equipos, así como un gran gimnasio que cuente con el material deportivo que se necesita; la radio y el periódico escolar desarrollados en laboratorios de computación con tecnología de punta y suficientes fondos por cada estudiante, para contar con los libros de textos más actualizados, así como también muchas oportunidades para asistir a conferencias y actividades extracurriculares. Esta maravilla de escuela sólo podría formar a una generación de individuos muy bien desarrollados, informados y también capacitados con la suficiente creatividad y el pensamiento crítico necesario para afrontar los retos de la sociedad moderna, ¿Les parece que sí? ¡Observen de nuevo!

La compañía A patrocina

el programa de atletismo y despliega su logo en el autobús de la escuela, en las camisetas del equipo, en el piso y paredes del gimnasio y en el puesto que distribuye snacks durante los partidos — y que sólo vende, claro está, los productos de la compañía A. La compañía B financia la radio y el periódico de la escuela. Sin embargo, 40 % de su contenido es publicidad y la compañía restringe lo que los estudiantes pueden expresar.

En el laboratorio de computación, los protectores de pantalla les muestran a los estudiantes la gran cantidad de productos que la compañía C tiene disponible para ellos y cada uno de los mouse tiene la forma del producto más vendido de la compañía. Si bien este escenario puede parecer ridículo, es, sin embargo, mucho más probable de lo que ustedes creen. Como representantes de una organización no gubernamental dirigida por jóvenes, recientemente se nos pidió que realizáramos

una presentación en una conferencia ambiental a llevarse a cabo en una escuela secundaria de un distrito muy poblado. Nuestras presentaciones se enfocan, básicamente, en los efectos globales, sociales y ambientales producto de las decisiones del día a día del consumidor y nos esforzamos para que nuestra generación se comprometa a formarse un pensamiento crítico acerca de nuestro papel en el mundo. Hemos realizado más de 300 presentaciones para más de 15000 estudiantes, en diferentes escuelas a lo largo y ancho de Canadá. En esta conferencia en la que nos pidieron participar nos encontramos, por primera vez, con una barrera a nuestro mensaje. Una barrera que, ingenuamente, nunca habíamos anticipado. El representante del patrocinador corporativo ante la directiva de la escuela le comunico al organizador de la conferencia



Otesha Project

Consumidor despreocupado contempla comprar una camiseta estampada con logotipos en la parodia del Proyecto Otesha "Morning Choices"

su preocupación con respecto a que nuestro mensaje pudiera generar una visión negativa acerca de las corporaciones. En respuesta, el organizador envió un miembro del personal a una presentación que estábamos haciendo en otra escuela, para que tomara notas. Poco tiempo después, el organizador de la conferencia nos notificó que los puntos de nuestra presentación eran inapropiados. Se nos pidió que suprimiáramos el contenido relacionado con la publicidad a través de los medios de comunicación y que no usáramos como material de apoyo una camisa que exhibía alrededor de 20 logos corporativos (utilizamos esta camisa para hacer que los jóvenes reflexionen acerca de qué es lo que están publicitando en su ropa). Adicionalmente, El organizador nos dijo que "sería útil que nosotros incorporáramos un par de ejemplos positivos a través de los cuales las corporaciones están apoyando iniciativas medioambientales". Cabe resaltar que nuestra presentación no es anticorporaciones.













De hecho, las corporaciones nos ayudaron en el pasado a financiar nuestra ONG. Nos impactó el hecho de que la directiva de la escuela quisiera que reprimiéramos los aspectos de nuestra presentación, en la que les pedimos a los estudiantes que piensen de manera crítica acerca de la publicidad y el consumismo. Después de una cuidadosa negociación con el organizador, se nos permitió llevar a cabo nuestra presentación sin que se tuviera que modificar ningún aspecto.

Los cambios comienzan en las escuelas y necesitamos asegurarnos de que esos cambios permanezcan basándose en la libertad de los estudiantes para cuestionar el mundo que los rodea.

No obstante, nos preocupan las consecuencias que se puedan originar de esta censura corporativa en la educación en los cimientos de nuestra sociedad. No hay nada intrínsecamente incorrecto en que las corporaciones donen a las comunidades, en la medida en que la donación no esté sujeta a condiciones (aunque, somos de los que apoyamos la idea de que las corporaciones servirían mejor al interés público y al

financiamiento de programas comunitarios y de instituciones a través de los impuestos corporativos y no a través de donaciones libres de impuestos). En el caso de los patrocinadores en las escuelas, sus condiciones generalmente se esconden en los contratos de bebidas refrescantes o refrescos que obligan a las escuelas a cumplir con un monto estipulado de ventas. También ocurre en los materiales educativos que apoyan el punto de vista de la corporación que los patrocina o en las miles de alianzas entre empresas y escuelas a lo largo y ancho de Norteamérica en las que se intercambia dinero por una audiencia cautiva para sus anuncios publicitarios. La economista y premio Nóbel de Economía Amartya Sen ha dicho lo siguiente: "Si quieren construir un país, construyan una escuela". Los cambios comienzan ahí

Investigando el patrocinio corporativo en tu escuela

	Matemáticas/ Economía	Llevar a cabo un análisis costo-beneficio del patrocinio corporativo en la escuela, así como también un análisis de tener una cafetería manejada por la escuela versus una cafetería privada.
	Historia	Investigar la historia del financiamiento gubernamental para la educación en tu estado o provincia. ¿Existe algún vínculo entre los niveles de financiamiento y el patrocinio corporativo?
	Educación Física y Educación para la Salud	Investigar quiénes son los diferentes patrocinantes de los equipos de deporte de la escuela. Examinar las contradicciones entre la imagen del cuerpo ideal mostrado en el anuncio publicitario con el cuerpo ideal que se muestra en el currículum de Educación para la Salud.
	Medios de Comunicación	Analizar el contenido publicitario en los libros de texto, así como en el periódico y la radio de la escuela. Preparar un documental acerca de los efectos del patrocinio corporativo en las escuelas.
	Moral y Cívica	Estudiar el impacto de la "privatización" (Por ejemplo, la presencia omnipresente de logotipos y publicidad) en espacios públicos, incluyendo las escuelas.
	Acontecimientos a Nivel Mundial	Investigar la autoridad de la responsabilidad social de los patrocinadores corporativos de las escuelas.
	Negocios	Investigar la viabilidad de otras alternativas al patrocinio corporativo en las escuelas
	Derecho	Investigar los contratos de la escuela con las corporaciones y analizar sus ramificaciones y complejidades.
	Inglés	Redactar cartas a los fideicomisarios de las escuelas, a la sociedad de padres y representantes, a los medios de comunicación y representantes electos en la que expresen sus opiniones y hallazgos en relación al patrocinio dentro de las escuelas.
	Música/Escritura Creativa/Arte/Teatro	Expresar opiniones y sentimientos acerca de la privatización a través de la música, el teatro y en piezas escritas que vayan a ser presentadas o desarrolladas en una cafetería. (El dinero recolectado se podría utilizar en el futuro, en lugar de los fondos provenientes del patrocinio corporativo).
	Economía del Hogar	Examinar la influencia de la publicidad corporativa en las decisiones diarias de consumo de los estudiantes. Analizar el valor nutricional de los alimentos que se venden en la cafetería o en las máquinas expendedoras de comida e investigar fuentes alternativas.
	Consejo estudiantil	Promover el día "sin logos", desafiando a los estudiantes a que usen ropa completamente libre de logotipos.

y necesitamos asegurarnos de que esos cambios se mantengan teniendo como base la libertad de los estudiantes para cuestionar, de manera abierta, el mundo que les rodea, sin buscar oportunidades perfectas de mercadeo para la compañía A o la compañía B o la compañía C.

Como una alternativa al patrocinio corporativo en la educación, los impuestos de las grandes corporaciones aumentarían la capacidad de los gobiernos para financiar de manera equitativa todas aquellas cosas que necesitan las escuelas, sin que se esté sujeto a condiciones. En el caso de que las corporaciones hagan donaciones de manera directa a las escuelas, se deberían establecer restricciones con respecto a cuáles serían esas contribuciones corporativas y qué se puede aceptar (o que no se debería aceptar) a cambio. Hagamos valer el control sobre lo que nuestros estudiantes están expuestos. Como padres, profesores, estudiantes, electores y ciudadanos de un planeta en crisis, debemos insistir que algunas cosas no tienen precio.

¡Tomen acción! En el recuadro anexo se ha detallado algunas actividades sugeridas que los profesores podrían realizar con sus estudiantes, ya sea en una clase en particular o en toda la escuela. Estos proyectos permiten que los estudiantes investiguen el impacto del patrocinio corporativo y de la publicidad en sus escuelas, para así crear sus propias opiniones respecto al tema e inclusive algunos estudiantes podrían contar las horas que dedican a estos proyectos para que se les validen como parte del requisito para cumplir el servicio comunitario.

Jessica Lax y Jocelyn Land-Murphy son co-directoras del proyecto Otesha (www.otesha.ca) en Ottawa, Ontario. **Fátima Da Silva** es Ingeniero Industrial graduada en la Universidad Nacional Abierta y Licenciada en Idiomas Modernos graduada en la Universidad Central de Venezuela. Colabora como traductora voluntaria en varias ONG y actualmente ofrece sus servicios de traducción y consultoría a través de su página Web: www.fcdsbtraducciones.com

La parodia Morning Choices (Decisiones matutinas)



La parodia del Proyecto OTESA "Morning Choices" (Decisiones Matutinas) conecta los problemas globales con las decisiones y acciones del día a día. Las seis escenas hacen un seguimiento entre las mañanas paralelas de un consumidor despreocupado y del más conciente medioambientalista y optimista gamberro mientras se bañan, cepillan y visten, escogen su entretenimiento matutino, empaican el almuerzo, compran café y van a la escuela. En cada paso, se toman decisiones. La madre Tierra pide se tome acción, mientras que una presentación multimedia al fondo muestra el impacto de esas y otras decisiones alrededor del mundo.