

## Afrontando la Violencia en el Entretenimiento con: El Voto Juvenil y el Reto sin TV

Las escuelas pueden ayudar a las personas jóvenes a afrontar la influencia de la violencia en el entretenimiento que se muestra en la televisión, y ayudarles a alejarse de la caja cuadrada.

Por Jacques Brodeur

En el último cuarto de siglo, la violencia en los programas de televisión, los videos juegos y otros productos para el entretenimiento han gradualmente contaminado el ambiente cultural de los menores, así como algunas industrias han envenenado nuestro aire, agua y comida. Desde luego no toda la TV y todos los programas de entretenimiento son tóxicos para la niñez, muchos programas son informativos e inspiradores y proporcionan un estímulo positivo para que menores y adolescentes entiendan el mundo. La mayoría de los programas, sin embargo no lo hace. Como resultado de esto, los padres y docentes necesitan medios para proteger a los infantes contra las manipulaciones mentales y las des-sensibilizaciones emocionales.



Afortunadamente, es mucho lo que puede hacerse para reducir el impacto de este tipo de contaminación en ciudadanos jóvenes. Este artículo discute el uso de la violencia en los medios masivos de comunicación social, su elevado costo para las personas jóvenes y algunas estrategias para combatir esto.

Algunos estudios realizados desde el hito marcado por el informe de la Comisión Lamarsh en 1977<sup>i</sup> y en donde la analogía con la contaminación ambiental fue por primera vez referida, como procedimiento regular, confirmaba que los entretenimientos violentos influenciaban a la niñez. En 1995, la investigadora Wendy Josephson de la universidad de Winnipeg, y autora de "Violencia Televisiva: Una revisión de los efectos en menores de diferentes edades", encontró más de 650 casos vinculados con violencia ejercida en la vida real por jóvenes y menores, donde indicaban que la habían visto en la televisión<sup>ii</sup>. La Academia norteamericana de Pediatría informó en el año 2000 que "La violencia en el entretenimiento y el comportamiento agresivo en la niñez tienen una correlación semejante a la que existe entre los fumadores pasivos y el cáncer de pulmón."<sup>iii</sup> En un estudio realizado en 2001 por la Red de Concienciación de los Medios, se encontró que "sólo el 4% de los programas violentos tienen un fuerte componente temático de anti-

violencia y sólo el 13% de los "reality shows" que describen la violencia presentan alguna alternativa a la violencia o muestran como puede ser evitada.<sup>iv</sup> El epidemiólogo Brandon Centerwall de la Universidad de Washington, estima que la violencia en televisión puede explicar el 50% de los casos de violencia en la vida real<sup>v</sup>.

La violencia en el entretenimiento parece tener tres tipos de influencia en los infantes dependiendo de la edad, si ellos ven la televisión con adultos o tutores, y de la cantidad de programas de televisión que ven.

Las investigaciones sugieren que los menores y jóvenes remedan la violencia de la televisión y que en algunos casos es percibida como una aprobación para golpear, ridiculizar y humillar a sus colegas. También estimula entre un 5% y 10% de las víctimas a aceptar el tratamiento que reciben sin buscar ayuda.

Finalmente, reduce la empatía de los testigos, quienes prefieren entonces unirse al grupo como atacantes junto con el agresor que ayudar a la víctima<sup>vi</sup>. Con un incremento de la exposición a la violencia en el entretenimiento, los menores y jóvenes tornándose mentalmente alterados y físicamente inclinados a cometer, aceptar o a disfrutar viendo violencia en la vida real.

### Manipulando a la Niñez

En años recientes, los menores han sido expuestos a la violencia *in crescendo*, a través de los fabricantes de juguetes, los programas de televisión y los video juegos. A comienzos de los años 80, la industria de juguetes comenzó a utilizar la violencia como un ingrediente del mercado. Adicionalmente para hacer propaganda a través de los comerciales, compañías como *Hasbro* iniciaron sus propios programas de televisión y pagaron para tener emisiones en los fines de semana y los sábados en la mañana. En 1984, fue estimado que el "*GI Joe*" de *Hasbro* incluía en promedio unos 84 actos de violencia por hora y los "*Transformers*" contenían 81.<sup>vii</sup>

Esta estrategia de mercadeo fue tan rentable que *Hasbro* la reutilizó en 1989 con las "*Tortugas Ninja*", en 1993 con los "*Power Rangers*" y en 1999 con "*Los Pokemon*". Su objetivo primario fue persuadir a pequeños que les pidieran a los padres y al Papá Noel<sup>x</sup> que les regalaran los juguetes *Hasbro*. La mayoría de estos programas, igual que muchos videojuegos para infantes incluyen fantasías y estereotipos que apoyan la cultura violenta de la agresividad, el sexismo y la guerra.

El estereotipo de los hombres "reales" que son fuertes e insensibles y resuelven los conflictos con el exterminio de sus oponentes, mientras que las mujeres son dóciles víctimas o trofeos decorativos incapaces de resolver problemas. Gary Ruskin, Director ejecutivo de Alerta Comercial, explicaba en 2002 en una conferencia de la Organización Mundial de la Salud:

*Los publicistas usan muchas técnicas para venderle a la juventud. La mayoría de estas incluyen la manipulación de sus necesidades durante algunos estadios de su crecimiento hasta la adultez. Algunas de las necesidades más*

*comunes de las que los publicistas sacan ventaja vender productos incluyen necesidades juveniles tales como la aceptación de sus compañeras, el amor, la seguridad, el deseo de sentirse poderoso o independiente, aspiraciones de ser y de actuar como más mayores de lo que son en realidad y la necesidad de tener una identidad. Mucha de la publicidad para la población infantil objetivo esta premeditadamente investigada y preparada temporalmente por algunas de las mentes más talentosas y creativas del planeta.*

*Las agencias publicitarias mantienen a personas con doctorados en mercadeo, psicología y más aún psicología infantil para sus propósitos de mercadeo con la juventud. Algunos publicistas discuten abiertamente sobre la "posesión" de las mentes infantiles... Resumiendo, las corporaciones y sus agencias de publicidad han logrado establecer sus propias estructuras de autoridad para distribuir mensajes comerciales casi a cualquier parte del mundo donde los menores estén<sup>viii</sup>.*

Otros aspectos de este proyecto de ingeniería social de entretenimiento inducido vienen también bajo una profunda revisión. Aparte de la tendencia que los videojuegos poseen para "despertar" la agresión, los investigadores han notado que estos juegos proporcionan una reducida estimulación mental.

El profesor Ryuta Kawashima y su grupo de investigación han medido la actividad cerebral de varios cientos de adolescentes mientras jugaban con una Nintendo® y han comparado los resultados con otros grupos que hicieron un ejercicio de matemática y leían en voz alta. Las conclusiones de los investigadores indicaban que el proceso de pensamiento requerido para jugar video juegos era demasiado simple para estimular áreas cruciales del cerebro y que por tanto conducían a un subdesarrollo y a problemas de comportamiento tales como violencia.<sup>ix</sup> Específicamente, los videojuegos no estimulan el lóbulo frontal del cerebro, que es un área que juega un papel importante en la represión de impulsos antisociales, que están asociados a la memoria, a los aprendizajes y a las emociones. Los investigadores creen que una falta de estimulación de esta parte del cerebro antes de los 20 años previene que las neuronas se engruesen y se interconecten, lo que conlleva a realizar peor la habilidad cerebral de controlar impulsos como la violencia y la agresión. Según, Tonmoy Sharma del Instituto de Psiquiatría en el Reino Unido, Los hallazgos de Kawashima están apoyados en otros estudios: "Los juegos de ordenador no conducen a un desarrollo del cerebro porque ellos requieren la repetición de simples acciones y tiene que ver más con la habilidad de desarrollar reflejos rápidos que llevar acabo más actividades mentales que suponen un reto"<sup>x</sup>.

La creciente conciencia del público sobre los peligros de los medios y la violencia dirigida a la juventud ha a los gobiernos para regularla. Para tratar de prevenir esta intervención, las emisoras Canadienses declararon en 1994 que ellos mismos regularían la industria. Cinco años después de que su auto-regulación fuera implantada, los profesores Charles deGuise y Guy Paquette de la Universidad de Laval indicaron que esto no sólo no había de reducir la violencia, sino que ésta se había incrementado en un 432% en las emisoras privadas<sup>xi</sup>. Dos acciones durante este período de tiempo han ayudado a

facilitar la toma de conciencia pública sobre la creciente violencia en la televisión. Primero, muchas radio difusoras financiaron programas para hábilmente familiarizar a los estudiantes con los medios de comunicación, asumiendo que al estudiar los medios en clase, los alumnos descubrirían que la violencia de la TV no es una violencia "real". Mientras tales programas parecen progresistas y útiles, muchos educadores de medios de comunicación están preocupados por que se han convertido en una cortina de humo que permite a las radiodifusoras proyectar una imagen ética mientras que al mismo tiempo continúan intoxicando a los niños y adolescentes. Y una segunda acción en el intento de aliviar la preocupación de los progenitores sobre los programas violentos, y a otros muchos progenitores que trabajan tiempo completo y que no siempre podían hacer un seguimiento y control de lo que sus hijos ven en la televisión, fue la creación de los V-Chips.

Los dispositivos como el V-Chip, permiten bloquear la recepción de ciertos programas. Este sistema V-Chip, es mejor que nada, pero está basado en categorías de edad y contenidos definidas por las mismas radiodifusoras y canales. Como la cantidad de violencia en la televisión ha aumentado, el sistema V-Chip ha ayudado a la industria y al gobierno a trasladar la responsabilidad sobre el control de la violencia en la televisión a los progenitores. Aquellos que creen que la normativa de control del gobierno sobre los medios de comunicación es un ataque a la libertad de expresión tienden a no ver la manipulación de los menores con sofisticadas estrategias de mercadeo que están cerca de llegar a ser una forma de abuso infantil en lugar de un derecho constitucional.

## EL VOTO JUVENIL

El Voto juvenil es una herramienta educativa que fue creada para ayudar a las personas jóvenes a aprender a ser críticos de lo que ven en televisión y para reconocer que tal como el agua contaminada puede contener bacterias peligrosas, la televisión y otros productos de entretenimiento pueden transportar mensajes tóxicos. El ejercicio requiere discutir sobre programas de televisión específicos, videos musicales y otros productos de entretenimiento y votar sobre aquellos que han tenido la mayor influencia tanto positiva como negativa en ellos mismos y en sus compañeros.

Como es a menudo más fácil para los jóvenes el observar la influencia de la violencia de los medios en personas menores que ellos, el **primer paso** en el Voto juvenil es preguntar a los estudiantes:

¿Quién ha visto menores imitando lo que han visto en televisión? Y luego motivar a los estudiantes a que den algunos ejemplos de imitación de comportamiento, o de lenguaje o modos de vestir que ellos hayan observado en el patio de la escuela, en el vecindario y en las reuniones de familia.

Algunos pueden dar ejemplos de sus experiencias con niñeras ó de sus pesadillas o miedos que reflejan lo que han visto en televisión.

En la medida en que los estudiantes van proporcionando ejemplos, posiblemente, el docente necesitará ayudarles a clarificar qué era lo que el menor estaba haciendo exactamente y cuál era el programa, película o video juego en el que estaba inspirado el comportamiento en cuestión.

El punto de esta discusión no es identificar malos y buenos, sino ayudar a los estudiantes a ser más concientes en identificar lo que ellos imitan y lo que han estado viendo. Los adultos saben que esto ocurre pero los más pequeños necesitan centrarse en su propia experiencia.

### Haciendo un seguimiento a las toxinas



El siguiente paso es dar claves sobre las "bacterias tóxicas" que viven en los productos de entretenimiento. Tal y como con un microscopio, nos ayudáramos para ver las bacterias que hay en agua, las habilidades de visión crítica pueden ayudarnos a encontrar "las bacterias" presentes en la televisión y otras formas de entretenimiento. Los estudiantes necesitarán entonces comprender las cuatro principales influencias tóxicas que deberán buscar en los medios y productos de entretenimiento:

1. Sexismo
2. Racismo
3. Violencia
4. Miedo

Definir y preguntar a los alumnos que den ejemplos de la vida real para cada una de ellas. Tanto los estudiantes de primer grado como los de cuarto pueden dar ejemplos de miedo y violencia, mientras que los mayores pueden aún ir más allá discutiendo los ejemplos de sexismo y racismo en sus vidas cotidianas.

Una vez los estudiantes han entendido estas influencias tóxicas, se explica que ellos deberán ahora buscar ejemplos de al menos dos de estas influencias (Violencia y miedo) en el entretenimiento.

Se divide la clase en grupos de tres o cuatro estudiantes y se separan los productos de entretenimiento en seis categorías:

1. Programas de televisión para menores. (DVD y video).
2. Programas de Televisión para jóvenes adolescentes. (DVD y video).
3. Películas. (DVD y video).
4. Videos de música (DVD y video).
5. Video juegos.
6. Comerciales.

Luego se pide a cada grupo que haga una lluvia de ideas con ejemplos para cada categoría y hagan un listado de las tres que contienen el mayor número de acciones agresivas, disparos, explosiones, y muertes o de manera más general, las que sean más violentas o impactantes. (Nota: Para los estudiantes de primer grado, únicamente tres ejemplos de programas de televisión). La mayoría de los grupos tardaran 30 segundos discutiendo para completar esta tarea.

El tercer paso, es seleccionar de cada grupo un cierto numero de nominados por la clase para "El Peor....." en cada una de las 6 categorías. Para mantener la selección en proporciones manejables, sería aconsejable que la lista no pasara de cuatro o cinco nominados por categoría. Los nombres de los seleccionados para cada categoría serán escritos en la pizarra y luego se pide a los estudiantes que hagan su selección personal, para cada categoría. Es altamente recomendable que antes de tomar la decisión final, los estudiantes discutan entre ellos la selección y afloren las razones para hacerlo.

Tener en cuenta que muchos adolescentes, dirán que ellos disfrutaban con la violencia y la crueldad por que ellos piensan que escondiendo sus temores y aparentando ser insensibles les hace figurar como "superiores".

Los adolescentes más "duros" que no están acostumbrados a expresar sus emociones quizás prefieran hablar como si ellos no tuvieran ninguna. En lugar de afrontar esta actitud directamente, los docentes pueden centrar la discusión en la influencia de los medios en los más pequeños. Cuando esta discusión es manejada por el docente con tacto, aún los más frecuentes observadores de productos tóxicos pueden convertirse en expertos que miran el problema de una manera que puede ser muy útil para sus compañeros. En sus comentarios, ellos pueden revelar, por ejemplo, que se preocupan de cuidar a sus hermanos y hermanas más jóvenes. El Voto Juvenil puede convertirse en un poderoso ejercicio para la libertad de expresión de estos estudiantes.

Antes de que los estudiantes hagan su voto final, los docentes pueden indicar que la elección personal de cada estudiante en cada una de las 6 categorías no pretende - ni tiene que serlo- buscar la aprobación de los padres, profesores o amigos. Hay que enfatizar que los puntos de vista de los estudiantes son propios y que el pensamiento crítico, y la libertad de expresión son de gran importancia.

Hay que advertir a los estudiantes que esto no se trata de una votación para determinar cuál es el programa o entretenimiento más popular, y que tampoco se busca elegir al programa con más violencia. De lo que se trata es que ellos evalúen *la influencia* de estas producciones sobre las personas jóvenes.

Indique que un programa que es extremadamente violento pero visto sólo por unos pocos puede no tener tanta influencia como otro programa menos violento pero que fuera visto por muchos otros jóvenes.

Una vez los estudiantes han votado para elegir "*El peor...*" de cada categoría, el docente esta listo para hacer la pregunta clave:

¿Cuál es el programa o video juego que tiene una fuerte influencia en las personas que están a su alrededor? En la escuela? En la familia? En la comunidad?

### Invocando por producciones positivas

Tras haber concluido con la votación, la clase deberá comenzar a buscar los productos de entretenimiento más positivos en las mismas 6 categorías arriba indicadas. Las producciones positivas son aquellas que enfatizan cualquiera de los siguientes apartados:

- Cooperación en lugar de competición: programas que exponen "lo mejor de cada uno" en lugar de celebrar únicamente al ganador.- p.e. el primero, el más fuerte, el más rápido - y menospreciar a los otros como perdedores.
- Resolución de conflictos de manera no violenta: Programas que muestran cómo todos podemos ser ganadores resolviendo problemas de manera no violenta y alcanzando acuerdos sin pegarnos o insultarnos.
- Equidad entre hombres y mujeres: Programas en los que no hay dominio de unos sobre otros o se fuerza a unos para servir a otros.
- Entendimiento multicultural e internacional: Programas que promuevan el entendimiento y eviten los estereotipos. Muy a menudo el caucásico es el héroe en el último minuto dando una justa solución, mientras que las personas aborígenes, árabes o asiáticos son dibujados como hipócritas, o criminales y terroristas.
- Preservando el entorno: programas que de manera real reflejan la necesidad de un esfuerzo global para salvar el planeta.

Pregunte a los estudiantes que hagan una lista con "*El mejor de.....*" Con ejemplos de cada una de las seis categorías. Continué con el mismo proceso usado para seleccionar las producciones tóxicas y alcance cuatro o cinco nominados, entre los cuales cada estudiante puede hacer una decisión final en cada categoría.

### Transformando los resultados en poder

Para aumentar la experiencia del Voto Juvenil, puede crear equipos de dos o tres estudiantes de bachillerato los cuales pueden trabajar con estudiantes más jóvenes de otras escuelas cercanas de secundaria o primaria para ayudar a realizar su propia experiencia del voto juvenil. Los estudiantes mayores generalmente suelen disfrutar con este proyecto y los profesores de primaria

y secundaria pueden disfrutar supervisando a sus propios estudiantes en acción mientras ellos desarrollan habilidades de liderazgo y organización. En otras escuelas, a los estudiantes de sexto grado, se les puede dar la responsabilidad de ayudar a otros grados (5to, 4to, 3ro) para llevar a cabo el proceso del voto juvenil.

Otra opción es que un grupo de estudiantes o una clase preparen su propio video antes de llevar a cabo una votación juvenil en todo un centro educativo. El video debe incluir a un estudiante como comentarista (narrador), la discusión de argumentos locales y los nominados para cada categoría elegida por los propios estudiantes.

En escuelas donde muchas o todas las clases han participado en un Voto Juvenil, estudiantes voluntarios pueden tabular los resultados clase por clase. Cuando la selección de los estudiantes sea conocida por todo el centro educativo, los líderes de cada clase tendrán la responsabilidad de informar a la comunidad educativa, quizás invitando a los medios de comunicación o manteniendo una conferencia de prensa separada en la cual puedan informar de sus hallazgos en los productos de entretenimiento en la juventud.

Considerando los cientos de horas que las personas jóvenes han invertido consumiendo estos productos de entretenimiento, parece mínimamente justo que los medios de comunicación deban tomar unos minutos para escuchar a personas jóvenes que se han esforzado en evaluar esos productos.

Cuando esta actividad es llevada a cabo adecuadamente, el voto juvenil representa la voz de la juventud y envía un fuerte mensaje a las emisoras y productores de televisión, cine, videos musicales y de comerciales y publicidad, al igual que a los diseñadores de video juegos. Mientras sus voces sean ignoradas largamente por los productores, los menores y adolescentes necesitan saber que algunos adultos pueden ayudarles a desarrollar alguna resistencia a la manipulación y al control mental.

## **EL RETO DE 10 DÍAS SIN TELEVISIÓN**

El reto de 10 días sin televisión, es otra herramienta educativa para fomentar la toma de conciencia en los estudiantes sobre la influencia de los medios en sus vidas. Muchos de los menores que viven en países industrializados y prósperos, sufren un desapego o distanciamiento social muy temprano en sus vidas.

En América del Norte, por ejemplo, se ha estimado que los menores invierten entre 20 y 25 horas a la semana viendo programas de televisión o jugando video juegos, mientras que solamente invierten 37 minutos a la semana para hablar con sus padres.<sup>xii</sup> Con el fin de desarrollarse social y emocionalmente, los menores necesitan interactuar con otros en actividades como deportes, pasatiempos, o tareas rutinarias de casa o el jardín y en la comunidad.

El reto de 10 días sin TV proviene de los hallazgos en las investigaciones realizadas en 2001 por el Dr. Tom Robinson, que dicen que cuando las



personas jóvenes ven menos televisión y juegan menos videojuegos, son menos agresivos en casa y en los centros educativos<sup>xiii</sup>. Mientras, que investigaciones previas habían vinculado la exposición de la violencia en los medios, con un incremento en la agresividad, pocas soluciones potenciales habían sido evaluadas.

Robinson y su equipo de investigación se propusieron cambiar esto a través de un estudio comparativo entre estudiantes de 3ro y 4to de primaria en dos colegios de California en el año escolar de 1996 a 1997. Uno de los grupos no recibió ningún tipo de instrucción y se utilizó como control. En el otro colegio, profesores especialmente entrenados dieron clases durante 18 sesiones en un período de seis meses para reducir el uso de la televisión, el vídeo y los video juegos. Al inicio del estudio, los estudiantes de la escuela donde se realizaba la intervención, tenían que informar la cantidad de tiempo que invertían durante cada semana en ver televisión y video, o jugar video juegos. Luego se les pedía abstenerse por diez días y luego se les permitía ver o jugar por no más de siete horas a la semana y así sucesivamente durante el tiempo de la experiencia.

Antes del reto, los menores participantes del estudio de Robinson, informaron un promedio de 15.5hr semanales invertidas en ver televisión, 5 horas en videos y tres horas jugando video juegos. Al final del curso, este tiempo disminuyó un 33% hasta un promedio de 9 horas de TV, 3.5hr en videos y 1.5hr jugando video juegos.



También, se les pidió a estos menores evaluar la agresividad de sus compañeros al inicio y al final del estudio. Al inicio, los informes de la agresividad de los compañeros fueron muy similares en los dos colegios. Al finalizar el estudio, los informes de la escuela donde se hizo la intervención registraron un descenso del 25% respecto a la escuela control.

Los investigadores también midieron los cambios en agresiones verbales y físicas observando regularmente el patio de recreo, controlando el comportamiento de 50 participantes en cada una de las escuelas. Al final del estudio hubo 25% menos de incidentes en el grupo que fue intervenido comparado con aquellos que sirvieron de control. Los hallazgos de Robinson son consistentes con la investigación que sugiere que la sobre exposición a medios inclusive no violentos pueden hacer a las personas jóvenes, más

agresivas. Los infantes que ven mucha televisión o juegan con video juegos pueden pasar menos tiempo interactuando con otros y consecuentemente tienen menores habilidades sociales. Existe un debate, sin embargo, sobre si el descenso hallado en el estudio perdura en el tiempo o no.

Cuando algunos progenitores, cabeza de familia en Québec supieron de los hallazgos de la investigación de Tom Robinson, se encargaron de convencer a 35 escuelas en la provincia como plataforma del Reto de 10 días sin televisión en el año 2003.

A continuación se presentan algunas de las sugerencias para organizar el reto de los 10 días sin TV en una escuela o en un colegio basadas, en las experiencias realizadas.

Es importante comenzar con el apoyo de la asociación de profesores y padres y madres de familia del centro educativo ya que el éxito de este reto dependerá de la participación de los estudiantes y sus familias.

Algunos directores de centro utilizan la primera reunión del año escolar para presentar el reto. Algunas escuelas envían invitaciones especiales a los hogares con los estudiantes para incrementar la participación y en una escuela de Québec, los profesores establecieron que la única tarea de los estudiantes era traer a sus progenitores a la reunión! El principal objetivo de esta reunión es buscar el pleno apoyo y participación de los padres y madres, informarles que la participación de sus hijos en este proyecto es más voluntaria que obligatoria.

En una reunión posterior preparatoria con docentes se pueden enfocar las diversas maneras de motivar a los estudiantes a tomar parte de este reto, expresando sus sentimientos, encontrando nuevos pasatiempos y descubriendo una mejor vida con sus familias, vecinos y amigos.

Los profesores necesitaran discutir ¿cuál es la mejor manera de contestar a las típicas preguntas de los estudiantes? tales como:

- ¿Qué vamos a hacer nosotros sin TV o video juegos por DIEZ días?
- ¿Dónde puedo conseguir libros para leer?
- ¿Por qué es mejor leer las noticias en los periódicos en lugar de ver las noticias en la Tele?
- ¿Qué le puedo decir a mi madre cuando ella dice que es ridículo que yo no permita que mi hermano vea televisión cuando yo lo estoy cuidando a él?

Afortunadamente, los estudiantes que plantean tales preguntas, conseguirán también algunas sugerencias por parte de sus compañeros y compañeras de clase para resolver estos problemas.

En la primera reunión con estudiantes, los docentes pueden presentarles la opción de que participar en el reto de 10 días sin TV y de apagar la TV o los video juegos es una decisión exclusivamente personal.

Algunos estudiantes dirán que 10 días sin TV es mucho tiempo y que es imposible, los docentes entonces deben preguntar a aquellos estudiantes cuánto están dispuestos ellos a hacer y motivarles para que fijen metas personales para ellos mismos.

Discutan cuáles horas del día y de la semana, incluyendo los fines de semana los estudiantes se sienten más vulnerables de ser atraídos por la TV o los video juegos y pidan a los estudiantes que listen una lluvia de ideas sobre posibles actividades alternativas. ¿Qué puedes hacer con buen tiempo? O con mal tiempo? ¿Cuáles actividades podrían involucrar a los vecinos o a los amigos? Y cuáles pueden hacerse en casa o en otro sitio?

Los docentes pueden dar tiempo a los estudiantes para planificar sus propios horarios de manera flexible para un periodo de 10 días.

Habrán reuniones con los estudiantes antes, durante y después de que ocurra el reto. En cada una de estas reuniones, los docentes pueden liderar las discusiones sobre la influencia de la TV y los video juegos en la vida de los estudiantes. Y pueden motivarlos a describir su comportamiento, lenguaje y actitudes que ellos hayan percibido, particularmente entre sus parientes menores, vecinos y sus compañeros y pueden preguntar qué tipo de medios de comunicación, piensan que afectan más a las personas.

Como no todos los padres ni madres van a participar en este reto con sus hijos, en posteriores reuniones con los estudiantes, puede hacerse una caracterización con una lluvia de ideas para ayudar a los estudiantes que aún están en sus hogares, sentados frente al televisor con sus familias. La idea de que los estudiantes se ayuden entre ellos para llevar a cabo el reto es muy poderosa ya que a los estudiantes les agrada hacer equipos. Sin embargo, tanto estudiantes como profesores deben ser muy respetuosos con los otros y no ejercer presiones sobre aquellos que no han querido participar en este reto.

En cada una de las dos primeras reuniones, a los estudiantes se les deben asignar tareas de investigación para la casa, donde exploren algunos de los temas asociados al reto de los 10 días sin televisión. Por ejemplo, podrían hacer una pequeña encuesta entre sus parientes, vecinos y líderes de la comunidad, sobre por qué existe un incremento en la agresividad verbal y física en la cultura occidental actual. O ellos podrían mostrar a sus padres y madres lo que ellos han aprendido en clase sobre los vínculos entre entretenimientos violentos y la violencia en la vida real. Los docentes pueden también ayudar a los estudiantes a diseñar un póster o afiche que pueda ser expuesto en almacenes y comercios locales o en sitios de encuentro de la comunidad para informar al público, ya que una de las últimas metas de este reto es movilizar a la mayor parte de la comunidad en que vivimos.

En una de las comunidades de Québec, casi todas las asociaciones locales organizaron una serie de actividades para los estudiantes cada día del reto como: Bailes irlandeses, horneado, jockey en el coliseo de deportes, picnic,

campamentos, música y canto y hasta bingos. Aquellos diez días sin TV se convirtieron entonces en una celebración comunitaria y conjunta.

Inclusive el sacerdote de la comunidad se unió al reto haciendo una misa especial de domingo donde los estudiantes que participaban en el reto contaban a los congregados sobre los obstáculos que ellos tenían que vivir y cómo los iban sobrellevando al ver menos TV o jugar menos video juegos y querer superar este reto. Ese día todos los asistentes congregados oraron para que los participantes en el reto lo superaran con éxito.

Llevar un registro de los resultados obtenidos y colocarlo en una ubicación céntrica puede ayudar a toda la escuela a hacer un seguimiento del progreso durante la realización del reto. Todas las mañanas, durante los días del reto los estudiantes deben escribir - anónimamente para reducir la competitividad y la presión de sus compañeros, cuántas horas han ahorrado al no ver TV o jugar video juegos, en el día anterior. Durante este proceso diario, hay que recordar a los estudiantes que cada hora robada por no ver TV o no jugar video juegos contribuye a éxito del reto y todos deben sentirse orgullosos de sus esfuerzos sean grandes o pequeños. Los estudiantes pueden ir sumando sus horas y compartir el total con sus compañeros de clase. Cada total diario de cada clase puede presentarse en otra tabla de manera pública.

Tras los diez días del reto sin TV, los docentes deben reunirse nuevamente y evaluar cuántos estudiantes en sus clases lograron evitar la TV y los video juegos de manera continua durante los 10 días y así sucesivamente hasta llegar a los que no lo lograron (0 días). Se anotarán cuáles fueron las actividades favoritas realizadas por los estudiantes que lograron superar este reto e incluso discutir si el reto ha logrado influir en su comportamiento, sus actitudes o su lenguaje, al ser ellos cuestionados por sus propios compañeros en el colegio, los autobuses o los recesos. Los profesores pueden también preguntar a los progenitores sobre cómo se han sentido y sentido a sus hijos o hijas durante el proceso del reto y si ellos han participado también en esta experiencia. Si se logró algún tipo de cercanía entre los progenitores y sus hijos mientras se participaba en este reto, o si logró esta experiencia afectar a los más pequeños de la casa en su comportamiento, actitudes o lenguaje o hubo algún interés en casa sobre esto Afectó esto las relaciones de los chavales con otros miembros de la familia en la casa? Si más de una clase o colegio participa de este reto de 10 días sin TV, considere la posibilidad de entregar algún tipo de certificado que reconozca el esfuerzo de aquellos que han participado.

La escuela es un lugar ideal para que los menores critiquen el ambiente cultural en el cual viven, se desarrollan y articulan su visión de una sociedad más tolerante, pacífica y justa. Ejercicios como el del Voto juvenil y el reto de diez días sin TV pueden contribuir en este proceso al ayudar a formar personas jóvenes con una capacidad de expresarse por ellos mismos y resistir las influencias de medios corporativos controlados sobre sus actitudes y comportamiento. Tales ejercicios pueden también evocar el apoyo de los progenitores y el de la comunidad en ayudar a los menores a descubrir sus intereses innatos, a construir relaciones y a desarrollar plenamente sus

personalidades. Parafraseando un dicho africano: "*Para criar un chico, se requiere todo un pueblo*".

Un video de 30 minutos sobre el Voto juvenil esta disponible para aquellos que quieran algo más real en esta experiencia para sus estudiantes. En él, un narrador explica por qué los menores deben desarrollar una toma de conciencia sobre los medios de comunicación y su libertad de expresión. Hace una diferenciación entre las bacterias tóxicas y las bacterias positivas por analogía y proporciona 48 cortos de programas de TV que son comúnmente nominados por los estudiantes como ejemplos de tóxicos y positivos. El video está disponible por 25 dólares canadienses, ó 20 dólares norteamericanos solicitándolo a EDUPAX, 342, 17erue, Québec City, QC G1L2E4, (418) 522-2477, [www.edupax.org](http://www.edupax.org) . Una guía adicional para el Reto de los 10 días sin TV esta disponible en francés en la página web de EDUPAX y estará disponible también, muy pronto en inglés.

<sup>i</sup> El informe de la Real Comisión de ONTARIO sobre La Violencia en la Industria de las Comunicaciones (Comisión Lamarsh, 1977) puso de manifiesto una sobre abundancia investigativa sobre los potenciales nocivos efectos sobre la sociedad de la violencia en los medios masivos de comunicación. El prevalecer de la violencia en la comunidad intelectual Norte-Americana es comparada con los aditivos químicos de los alimentos y /o los contaminantes del aire o el agua tales como plomo, mercurio y asbestos.

<sup>ii</sup> Wendy Josephson, "Violencia Televisiva: Una revisión de los efectos en niñ@s de diferentes edades", Departamento Canadiense de Cultura, 1995. Disponible gratuitamente en Nacional Clearinghouse on Family Violence, Health, Canadá, (800) 267-1291.

<sup>iii</sup> Equipo de recursos de los medios de comunicación de la Sociedad norteamericana de Pediatría, "Violencia en los medios", Archivos de medicina ca.

<sup>iv</sup> Red de concienciación de los medios (Media Awareness Network). Sep. 30, 2001. en [www.mediaawaresnetwork.com](http://www.mediaawaresnetwork.com) ( URL en el momento de la publicación: [www.media-awareness.ca/](http://www.media-awareness.ca/) ).

<sup>v</sup> Brandon Centerwall, "Exposición a la Televisión como un factor de riesgo para la violencia" American Journal of Epidemiology, 129:4 (1989), p.645.

<sup>vi</sup> Fred Monitor, "El Efecto de la violencia en los medios sobre la tolerancia en los niñ@s de la agresión en la vida real". Instituto de Southhamton de Educación secundaria. Reino Unido. Presentación en la conferencia internacional sobre violencia en los medios, NY City. Octubre 3-4 1994.

<sup>vii</sup> ICAVE, Coalición internacional contra la violencia en el entretenimiento, citada en " Cessez-le-Feu", FIDES, 1987.

$\pi$  O donde exista ésta. (Nota del Traductor).

<sup>viii</sup> Gary Ruskin, en la Conferencia de OMS sobre Salud, Mercadeo y Juventud, mantenida en abril de 2002 en Treviso Italia. Presentación en línea en la pagina web: [http://www.comercialalert.org/index.php?category\\_id=5&subcategory\\_id66&article\\_id=140](http://www.comercialalert.org/index.php?category_id=5&subcategory_id66&article_id=140)

<sup>ix</sup> "Los juegos de ordenador pueden retrasar el desarrollo cerebral de la niñ@s". Daily Telegraph. Agosto 20, 2001.

<sup>x</sup> Ibid.

<sup>xi</sup> Deguise, Jacques y Guy Paquette. Centro de estudios sobre los medios. Universidad de Laval. "Principales indicadores de la violencia sobre las redes de televisión en Canda". Abril 19, 2002. p.35

<sup>xii</sup> TV-Free América, citado por el Centro canadiense de política alternativa, CCPA Monitor, Octubre 1995.

<sup>xiii</sup> CNN, " Menos medios = menos Agresividad, [www.cnn.com/2001/US/01/14/reducing.agression.ap/index.html](http://www.cnn.com/2001/US/01/14/reducing.agression.ap/index.html)

Agradecimientos del Traductor: A mi hermano Daniel, por su tiempo y aportes a esta traducción en castellano.

*Nacido en Colombia, Juan Diego López Giraldo ha vivido en España desde 1993 y ahora coordina a voluntarios ambientales en la región de Murcia.*