



ANALISIS DE LA INCIDENCIA SOCIOCULTURAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN COLOMBIA

INCIDENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN EL COMPORTAMIENTO DE LA COMUNIDAD EN ESCENARIOS DEPORTIVOS

1. INTRODUCCION.

El Ministerio de Comunicaciones a través de su División de Medios de Comunicación, conciente del desarrollo de las telecomunicaciones a nivel mundial, se plantea el siguiente interrogante:

¿ Hasta que punto el avance tecnológico,dejó de lado el aspecto social y humano que debe ser el objetivo primordial, en el manejo de los medios de información ?

Los colombianos están siendo convocados cada día más, a participar en eventos multitudinarios cuyos puntos de partida son en la mayoría de las veces los medios electrónicos (conciertos, finales de fútbol, corridas de toros etc.,) pero pareciera de acuerdo con análisis y estadísticas conocidas por esta División, que el objetivo únicamente llega hasta el punto de convocación o participación de la gente sin interesar el comportamiento de la misma en el desarrollo del evento. Las más elementales normas de seguridad e igualmente los elementos a tener en cuenta en el momento de presentarse una emergencia, accidente o un desastre natural, hechos a los cuales no está exento ningún acto masivo.

observándose la mayor de la veces que acompañan su euforia con bebidas alcohólicas exaltando sus ánimos y generando comportamientos inadecuados. Estas situaciones se presentan comunmente en escenarios deportivos, lo mismo que en conciertos o espectáculos de características similares.

Las concentraciones masivas de público no distinguen sexo, raza, religión, edad ni clase social; caso común se presenta en eventos, donde se practican deportes de recreación o competición, conciertos de música y otras actividades como congregaciones religiosas y políticas, para lo cual se utilizan recintos cerrados.

Estos son los sitios en que los profesionales del micrófono se sienten dueños de una u otra forma de los oyentes e inciden grandemente en las actitudes de los mismos, razón por la cual el Ministerio de Comunicaciones propone investigar la actitud de los representantes de medios de comunicación y asumir un liderazgo en la orientación y dirección de dichos eventos, sobre todo en lo que tiene que ver con la radiodifusión sonora, buscando que favorezca la formación de comportamientos menos violentos en la sociedad y coadyuden a la educación de las masas.

Mirando un poco la historia, de sucesos que han convulsionado al mundo, casos como el de Orson Wells, en los Estados Unidos con la simulación de una invasión de extraterrestres que por poco termina en un desastre humano. también en Europa con los jóvenes Ingleses apodados como " Juligans " individuos de diferente clase social que acompañados de dosis de drogas y alcohol, asisten a los escenarios públicos, no con el proposito de disfrutar un rato de esparcimiento, sino de dar rienda suelta a pasiones y actitudes denigrantes del ser humano, que han terminado desgraciadamente en desastres lamentables como el ocurrido en Belgica en el año 1985.

En Colombia se han presentado sucesos en escenarios deportivos tales como: el de Bucaramanga, Ibagué , Cali, Bogotá.

Por todo lo anterior, el Ministerio de Comunicaciones coloca a su consideración el presente proyecto, que tiene como finalidad concientizar a los responsables de los medios de comunicación, del grave problema que a lo largo de muchos años se ha venido presentando.

La necesidad de que los comunicadores recuerden su importante tarea sociocultural y la gran influencia que tienen sobre la comunidad, son unos de los principales objetivos del presente estudio.

La meta consiste en elaborar programas planificados, coordinados y controlados para un óptimo aprovechamiento de los recursos técnicos y humanos, trazar directrices viables para alcanzar dichos objetivos. Para ello será un factor esencial la labor que el Ministerio de Comunicaciones lleva a cabo por medio de la División de Medios de Comunicación y las diferentes asociaciones y entidades que de una u otra forma están relacionadas con el tema, tales como: La Cruz Roja, La Defensa Civil, Coldeportes, Accord, Cicrodeportes, A.C.L., etc..

2. OBJETIVO GENERAL

Analizar los aspectos socio-culturales de la comunicación, con énfasis en el estudio de los elementos que tienen que ver con la aparición de la violencia en los escenarios deportivos, como resultado del manejo que los medios de comunicación le dan al cubrimiento de estas actividades.

3. ANTECEDENTES

La influencia que todo espectáculo tiene en sus asistentes, es de mucha importancia. Cada evento marca la tensión, agitación, o atención del espectador según los grados de afición por el mismo,

En Cali : en el estadio " Pascual Guerrero " cuando algunos niños de la calle con el ánimo de presentar desordenes se les dió por hacer sus necesidades desde lo alto de de una tribuna ocasionaron un accidente masivo el cual dio como resultado muchas personas heridas en la parte baja de las tribunas del estadio.

Un caso más reciente se presentó en el Estadio El Campín en un concierto de música rock cuando se encontraba el conjunto de GUN´S N´ ROSES y por deficiencia en la parte organizativa del espectáculo no pudieron ingresar a este muchos seguidores del conjunto, la actitud que tomaron algunos fanáticos fué en contra de vecindario del Estadio, provocando daños en ventanales y vitrinas de almacenes que se encuentran en el entorno del mismo; esto para citar algunos casos, en donde debe aparecer el poder de los Medios de Comunicación como ente regulador del ímpetu de las masas en ese momento aglomeradas.

Si el deporte se realiza como espectáculo de recreación la contactación social es sencilla y la única función será recrearse; este caso es de gran aceptación por parte del público; pero si el deporte se practica por competencia como ocurre en el fútbol profesional, ésta situación de competencia implica situaciones físicas, sociales, económicas, técnicas y psicológicas especiales donde el objetivo de las corrientes seguidoras es salir vencedor.

Cada una de estas situaciones amerita una infraestructura acorde a la cultura y técnica del usuario y a la calidad del espectáculo.

3.1. VIOLENCIA EN EL DEPORTE.

El deporte es una de las actividades más importantes en el contexto social, el cual genera en la infancia y en la juventud patrones de conducta ajustados a la imagen del ídolo o del personaje del momento.

Tanto psicólogos como antropólogos consideran que el deporte fomenta la culturización. Esto se presenta como microcosmos de las esperanzas de futuro y contextos en los que se desenvuelve el aprendizaje de los valores y aspiraciones socialmente admitidas (compañerismo, aceptación de la personalidad y aceptación de reglas).

Claude Levi-Strauss ha señalado que en términos de estructura el deporte de competición tiene mecanismos que imponen condiciones de desigualdad, a bandos que hasta antes de un torneo estaban iguales (la necesidad de que haya un vencedor; nadie acepta un empate).

A todo escenario deportivo o público se va en busca de emociones, pero se ha comprobado que en el deporte se encuentra esta pasión con más fuerza y más aún cuando se es fiel seguidor de un equipo en particular.

Siempre se estudia y critica una actitud de fortaleza dentro de la acción competitiva y las emociones de barras y deportistas, que en algunos casos se presentan con violencia.

Esta situación se encuentra acompañada por lo extradeportivo. Se preguntan, ¿cuál situación extradeportiva? Se sabe que la afición por algunos deportes y eventos masivos conlleva lastres y frustraciones de los ánimos comunitarios. El regionalismo, las apuestas clandestinas que rondan a deportistas, dirigentes, arbitros, etc.; la desviación de un comentario deportivo, a través de los medios de comunicaciones, para dar una información errónea o distorsionada de los hechos; el trato de las fuerzas del orden que en algunos casos extralimitan su autoridad, éstos y otros fenómenos crean profundas diferencias entre jugadores y fanáticos. Vuelve a resaltar la importancia de los Medios de Comunicación Social en el manejo de toda esta problemática, para que orienten con sapiencia y sentido común evitando situaciones extremas.

4. DELIMITACION Y DURACION

En términos de la delimitación geográfica, la investigación estará referida al territorio colombiano; sin embargo, será necesario recurrir a la división político-administrativa y al análisis de regiones para conocer las características que revisten éstos fenómenos.

Ello implica el desarrollo del proyecto en un ámbito nacional con un énfasis posterior en la localización de regiones. Lo anterior conlleva a una duración de tres (3) años a partir de 1994.

5. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

El diseño del formulario de encuesta y el análisis de los resultados estarán a cargo del personal de la División de Medios de Comunicación del Ministerio de Comunicaciones, pero las tareas de recolección de la información y tabulación serán responsabilidad de una firma especializada contratada para este fin.

Concretada y analizada la información requerida se elaborará la propuesta educativa y las estrategias de su implementación, para cumplir los objetivos de éste proyecto.

A continuación se presenta una propuesta del equipo necesario para el desarrollo de este trabajo.

- a. Un consultor experto en Deporte o sociología deportiva.
- b. Un consultor psicólogo o sociólogo.
- c. Un profesional en comunicación social o periodismo para coordinar la ejecución del proyecto.
- d. Un microcomputador, impresora, fax, línea de teléfono directa e interna.

- e. Oficinas adecuadas para tal objetivo.
- f. Un asesor para las campañas publicitarias.

6. PLAN OPERATIVO

Para lograr óptimos resultados en las metas trazadas, los mecanismos que se elijan serán fundamentales. Por esa razón se han escogido las siguientes propuestas:

- a. Encuestas en los propios escenarios: Se pretende conocer la opinión de la comunidad, frente a una eventual emergencia y el papel que ellos consideran, deben desempeñar los medios de comunicación.
- b. Visitas a escenarios públicos: Se busca conocer las situaciones físicas y locativas de los mismos con sus respectivos programas de evacuación.
- c. Seminarios-taller a comunicadores: Desarrollar a nivel nacional con todos los medios de comunicaciones, una mayor conciencia de éste fenómeno.
- d. Campañas publicitarias: Para desarrollar este punto se aprovecharán los medios audiovisuales a los que tiene acceso el ministerio de comunicaciones, impulsando mensajes cívicos, montaje de un dramatizado en televisión.
- e. Campañas Educativas: Se dictarán en establecimientos de educación primaria, secundaria y superior talleres y conferencias encaminadas a promover la no violencia, con el apoyo de material impreso y otros.

- f. Educación a la Fuerza Pública delegada para el control de estos eventos: Entrenamiento para un mejor control de masas en el porte de armas, bebidas alcoholicas, drogas, o elementos que puedan generar violencia, sobre todo desde el punto de vista preventivo.
- g. Referencia Internacional: Se buscará información acerca del tratamiento del problema en otros países, con el fin de tener un marco mas amplio de acción.

7. BANCO DE DATOS

El proyécto se realizará con la colaboración de:

- a. Oficina de Atención y Prevención de Desastres del Ministerios de gobierno.
- b. El Ministerio de educación.
- c. Coldeportes Nacional.
- d. La Asociación Colombiana de Locutores A.C.L.
- e. La Asociación Colombiana de cronístas deportivos ACORD.
- f. Cicrodeportes nacional.

8. PRESUPUESTO (Cifras a costos de 1993).

Ingresos (\$ en Miles)

Presupuesto Nacional Mincomunicaciones. \$ 29.000.0

Egresos;

Encuestas	50.000.0
Visitas a escenarios	5.000.0
Seminarios Imprevistos	10.000.0
Campañas Publicitarias	50.000.0
Campañas Educativas	20.000.0
Investigación Internacional	3.000.0
Otros egresos	2.000.0

Total Egresos

\$ 140.000:0