



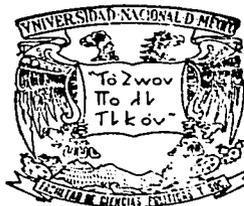
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

LOS MEDIOS DE COMUNICACION... ¿FORTALECEN O DEBILITAN LOS VALORES DEL DEPORTE?
EL BENEFICIO DE PRESERVAR LOS VALORES HUMANOS EN EL DEPORTE.

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION
P R E S E N T A :
EVA QUINTANA CASTILLA



DIRECTOR DE TESIS: LIC. FERNANDO MUNGUIA RODRIGUEZ

MEXICO, D. F.

2002



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADEZCO

A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Por haberme brindado la oportunidad de pertenecer a una honorable institución, permitiéndome realizar una carrera profesional, y de la cual me siento orgullosa de ser egresada, y con el ejemplo profesional que yo pueda brindar durante mi vida, espero agradecerle mejor y llevar en alto su nombre.

A LA FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

Por haberme recibido en sus instalaciones durante el transcurso de mi carrera, haberme prestado todos sus servicios, y haberme dado la oportunidad de ser profesionistas, así como convivir con una diversidad de personas de todo género, clase social, cultura, ideología, etc..

A LOS PROFESORES

Por los conocimientos, experiencias y apoyo que incondicionalmente me brindaron durante mi preparación y por haberme enseñado el papel de llegar a ser profesional. Agradezco a cada uno de ellos que de alguna forma me hicieron participe de algún conocimiento, en especial al Prof. Fernando Mungía quién creyó y apoyo el proyecto de esta Tesis, así como cada uno de los sinodales quienes son parte importante para el término de esta etapa Profa. Cecilia Sánchez, Prof. Jorge Lumbreras, Prof. Hugo Sánchez Gudiño y Prof. Mario Sanabria. Y durante la carrera al Prof. Enrique González Casanova, Froylán López Narváez, Tenorio, Emilio Guerra, Roy... porque durante su enseñanza obtuve más que conocimientos técnicos de la carrera.

A MIS PADRES

Por cada uno de los momentos que han estado a mi lado y por la orientación que le han dado a mi vida, por brindarme incondicionalmente todo su apoyo, amistad y amor, y por enseñarme que una de las mayores y principales herencias en la vida es la del estudio y la preparación (Jorge y Edith).

A MIS HERMANAS DE SANGRE

Por ser como ángeles que me acompañan. A las dos mayores (Edith y Ana) por el ejemplo que me han brindado durante toda la vida; y la chica (Mariana) por ser una estrella que me ilumina y me impulsa a seguir adelante, nena esta Tesis es para ti, para que sigas este ejemplo como yo tuve la dicha de tenerlo.

A MIS HERMANAS POR CONVICCIÓN

Por estar siempre conmigo en las buenas y en las malas y el estar impulsándonos las unas a las otras en todo momento y circunstancia (Olga Manuel, Yvette, Olga Lilia, Selene y Adela).

A MIS AMIGOS, FAMILIARES Y COMPAÑEROS DE TRABAJO

Porque lo que se siembra se cosecha, y por lo mismo doy gracias por tener a mi lado gente que sin obligación alguna me apoya y me ayuda a seguir adelante (Héctor Favela, Raúl Yllescas, Rafael Carpenter, Tío Vere, Tía Odi, Ulises Jmez., Gonzalo Rmez., Alfonso Lara, Ana L. Mendoza y no quiero excluir a nadie, pero agradezco a todos aquellos que de alguna forma me han impulsado.

PERO SOBRE TODO Y TODOS, AL "TODO PODEROSO Y CREADOR"

A Ti al único Dios que por amor y convicción agradezco su presencia en mi vida y en todo mi ser. Gracias por haberme dado la oportunidad de conocerte y sentirte; gracias por la vida, por mis padres, hermanas, familiares y amigos; y gracias porque tuve la oportunidad de ingresar a una institución donde pude realizar los estudios a nivel profesional y el haber podido convivir con asesores que me instruyeron y dedicaron su tiempo a mi desarrollo. Y porque de alguna forma puedo plasmar el anhelo de hacer partícipe a la gente de la inculcación de los valores en una forma práctica como es el deporte a través de los Medios de Comunicación Masiva que son sin duda algunos elementos importantes para la sociedad y ritmo de vida de hoy en día.

ÍNDICE

	PAG.
PRÓLOGO	6.
INTRODUCCIÓN	8.
CAPÍTULO I	
INDUCCIÓN A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOSY ustedes quiénes son	
1.1 Aceptación general	12.
1.1 Su historia.....	13.
1.2 Características.....	17.
1.3 Modelo del Proceso de Comunicación.....	18.
1.4 Función social y teorías.....	20.
CAPÍTULO II	
DEPORTEEjercicio, competencia o juego	
2.1 Aceptación generalizada.....	28.
2.2 Sinopsis histórica.....	30.
2.3 Factores positivos del deporte.....	37.
2.4 Los factores positivos fortalecen al deporte.....	40.
2.5 Los factores negativos debilitan al deporte.....	41.
CAPÍTULO III	
VALORES HUMANOSParte del hombre o creación del hombre para el bien común.	
3.1 Inducción al capítulo.....	42.
3.2 Aceptación generalizada.....	43.
3.3 Existe un mundo que rodea al hombre.....	44.
3.4 Lista de valores.....	51.
3.5 Lista de antivalores.....	52.
3.6 Jerarquización.....	53.
3.7 Los valores y el deporte.....	61.

CAPÍTULO IV

FUNCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL DEPORTE

...Quién sirve a quién

4.1 Propósitos.....	66.
4.2 Síntesis histórica de esta relación.....	71.
4.3 La publicidad, elemento indispensable en esta relación.....	83.
4.4 Propaganda.....	84.

CAPÍTULO V

NUEVAS CONNOTACIONES DEL DEPORTE

...Y los Medios de Comunicación qué tienen que ver con esta relación

5.1 El deporte es considerado un negocio.....	86.
5.2 El deporte profesional.....	88.
5.3 El deporte espectáculo y competitivo.....	89.
5.4 La pasión en el deporte.....	94.
5.5 Es necesario volver a considerar el papel de la pub.....	100.
5.6 La imagen del deportista es importante.....	101.
5.7 En pocas palabras.....	105.

CAPÍTULO VI

REFLEXIÓN

...Los Medios de Comunicación al servicio de fortalecer los valores del deporte como un factor al desarrollo integral del hombre.

6.1 Reflexión.....	107.
--------------------	------

CONCLUSIONES

... Y ahora qué.

Y Ahora qué	
Inicia conclusión.....	108
Propuestas o Aportaciones.....	117.
Últimos comentarios.....	126.

GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	127.
---------------------------	------

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS, HEMEROGRÁFICAS Y OTRAS.....	131.
---	------

A MANERA DE PRÓLOGO

Las pequeñas oportunidades son el principio de las grandes oportunidades.
Demóstenes

El conejo "Chuchús" prefiere deportes....

Es extraño que se inicie un prólogo de trabajo de TESIS con una frase expuesta en el encabezado de esta hoja, pero para este manuscrito es más importante y trascendental de lo que parece.

Recuerdo de pequeña que en algunas ocasiones mi padre tuvo la oportunidad de llevarme a la primaria, casi nunca podía por su trabajo. A la memoria viene la alegría de una niña de nueve años que se despide de su mamá, toma su mochila, su lonche y se sube a un auto Galaxie amarillo con toldo claro. Ahí la esperaba su papá: la mira y observa que lleva como uniforme los pants de la escuela, por lo cual asume que tiene clases de Educación Física, volteo a verla y le dice en forma cantada la siguiente frase: "El conejo Chuchús prefiere deportes". La hija dirige su mirada hacia la del padre y le regresa una sonrisa de aceptación y desde ese momento se vuelve la frase de todas las mañanas cuando hay deportes.

Con esto se pretende resaltar en forma anecdótica un acontecimiento donde se observa tras la pluma de la expositora que durante toda su vida el deporte ha sido factor fundamental.

Cómo no lo va a ser, si es hija de un profesor de Educación Física que fue maestro de la preparatoria (Prepa 1) de su hasta ahora esposa, a quien le encanta el ejercicio, sobre todo el voleibol y la danza. De la primera disciplina entró en el equipo de la selección de su plantel, dirigida por quien ahora es su esposo.

Desde pequeñas El deporte o la práctica de una actividad física fue parte de la formación de la familia Quintana Castilla. En las tardes después de los estudios había que ir a las clases de danza regional, Hawaiano y Taitiano o gimnasia durante la primaria. Posteriormente en la secundaria y parte del bachillerato fue el Voleibol el cual acaparó nuestra atención.

Puedo decir que fui afortunada en tener la oportunidad de practicar una actividad que contribuyera a mi formación y a tener un desarrollo integral. En la escuela casi siempre sobresalía por mis calificaciones y por el desempeño de una actividad deportiva (tablas gimnásticas, carreras de atletismo, festivales de danza, torneos de voleibol, etc.) Pero todo bajo la práctica de los valores, los cuales ayudan al desarrollo del bien individual y al bien común como la disciplina, solidaridad, compromiso, armonía, paz, salud, dedicación... Cuestión que en ese momento no logré interpretar así como a la mayoría nos sucede de pequeños cuando realizamos alguna actividad física.

Por otra parte a los ocho años vi por televisión la Serie Mundial de Yankees contra los Dodgers donde jugaba Fernando Valenzuela, un pitcher mexicano que sobresalió mucho en su período en las Grandes Ligas. A partir de 1981 empecé a ver el béisbol, para 1984 ya conocía este deporte bien y para 1986 y hasta la fecha soy una fanática del béisbol de las Grandes Ligas. De él he aprendido mucho, por sus estrategias se puede considerar como un juego de ajedrez, pero con personas. El trabajo de equipo es fundamental y el compromiso, la disciplina y respeto son básicos, como en todos los deportes, pero como aficionada al béisbol en cada partido tengo la oportunidad de observar estos valores, aunque en un primer momento no los asocié.

Bajo el esquema de educación que tuve, los valores fueron y son parte primordial en mi vida, pero, qué son los valores. Se puede definir como "una parte del hombre que surge de su ser y del deseo a través de su voluntad, y con su dinámica los ha creado para obtener y equilibrar el bien común, el bien verdadero." Son esa parte del ser que busca la armonía y el bien común; no son la clasificación de "ser bueno o malo", simplemente la búsqueda del bien verdadero en la disciplina, compromiso, lealtad, honestidad, amor fraternidad... Y el deporte es una forma amable y sana de conocerlos, practicarlos y compartirlos.

Al momento de elegir un tema de tesis, después de algunos años de haber terminado la carrera y haber intentado otro tema, un amigo, me hizo reflexionar de la siguiente forma: qué es lo que más te gusta o lo que más te agrada en esta vida, y qué quieres transmitir a los demás.

Fue en ese momento cuando pensé en desarrollar el tema que desde hace mucho tiempo observo, pero nunca había analizado en forma metódica: el deporte es importante para el ser humano, así como conocer e inculcar los valores. Qué papel juegan los medios de comunicación en la relación entre el deporte y los valores, ya que en la sociedad moderna los medios de comunicación son indispensable en el desenvolvimiento de la misma.

Por lo cual decidí orientar este trabajo hacia la importancia de promover los deportes en los medios de comunicación con el objeto de inculcar los valores. Y con esto los medios de comunicación cumplirían con sus objetivos de: Informar, Entretener, Orientar y Educar.

INTRODUCCIÓN

Si no tienes un plan, alguien te hará parte de su plan.

Joe Diaz

Continúa en ascenso, porque las montañas se ven muy altas solo desde las partes bajas.

E.H.R.

....Hacia dónde vamos.

La pretensión de este trabajo en primer lugar, es el obtener la prueba escrita para que posteriormente se realice la prueba oral y obtener el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación; en segundo lugar, concientizar y promover la difusión del deporte sin descuidar los valores, los cuales están encargados de armonizar las relaciones del hombre consigo mismo, con los demás y en su entorno en general, con el objeto de llegar a su plenitud personal y al bien común.

El propósito no esta enfocado a criticar si la difusión es buena o mala, o si hay influencia por parte de los medios de comunicación; sino a presentar los elementos pertinentes para que se pueda discernir y advertir la importancia de apoyar la difusión del deporte, respaldado en sus propios principios y verificar que el anhelo del deporte es transmitir y practicar los valores y mismos que a su vez son parte fundamental en el desarrollo y evolución del hombre.

Para presentar este análisis, se determinó desglosar el trabajo en seis etapas o capítulos. Los tres primeros son un marco teórico para entender mejor cada concepto: medios de comunicación; deporte; y valores. Los dos siguientes se basan en describir la relación entre estos puntos y ejemplificar el vínculo con algunos hechos que se han dado a conocer a través de los medios de comunicación. El último es una reflexión acerca de dicha relación.

La primera parte o primer capítulo es una inducción a los medios de comunicación masivos, se trato desde este punto de vista porque es un tema muy extenso, y el propósito es tomar algunos conceptos de la "comunicación" en general, después hablar acerca de los medios de comunicación que iniciaron a partir de la imprenta, hasta llegar a los "medios de comunicación masiva" como actualmente se conocen. Todo esto en forma global y con el propósito de entender mejor el objetivo de este trabajo.

Existen varios libros, autores, teorías, acepciones, conceptos, historias, etc., referentes a los medios de comunicación y a la comunicación misma. En este caso la investigación está basada en algunos libros que formaron parte de mi preparación académica, y de los cuáles obtuve gran apoyo informativo, sobre todo para este trabajo porque se aplicaron, en conjunto, a un hecho real, actual y de interés personal. También se obtuvo información de un libro que al momento de solicitar asesoría fue recomendado y que es ideal para esta investigación "Comunicación en los Valores" que estará en estrecho contacto durante todo este trabajo.

Con el apoyo de esta bibliografía se retomaron algunos puntos de cada autor por ser considerados pertinentes para la orientación conceptual de esta investigación y que este primer bloque precisamente se basa en dicha orientación.

Por último cabe señalar que este primer capítulo es pilar para toda la estructura que viene conformada en seis capítulos en total, y que por su misma importancia en el tema y desarrollo, es fundamental e indispensable tener como base central a los medios de comunicación de masas.

El segundo capítulo es mostrar los propósitos y principios del deporte, enseñar que es una actividad importante para el hombre y que ha sido parte de su desarrollo y evolución a través del tiempo.

En ocasiones se ve al deporte como simple entretenimiento, como parte de la diversión y desahogo del hombre, pero es importante resaltar que va más allá de esto, porque es una disciplina muy completa para él y si nunca se estudian sus propósitos, beneficios e historia, nunca se alcanzará a percibir la magnitud que tiene el deporte en la vida social del hombre. Para poder apoyar este concepto se acude a los estudios del profesor José María Cagigal que durante su vida profesional se dedicó a investigar al deporte, por eso, uno de sus libros se llama "¡Oh deporte! Anatomía de un gigante.

Este capítulo presenta la definición, los propósitos, la historia y los factores positivos o negativos que intervienen en el deporte. Por lo tanto es importante este apartado para percibir su significado real y advertir lo que es, una actividad humana que ayuda a fortalecer el desarrollo integral del hombre y por consiguiente observar la envergadura de apoyar su difusión, fundamentado en bibliografía y hemerografía histórica y fehaciente del deporte.

El tercer capítulo es dar un vistazo a los valores, se habla mucho de ellos y se critica mucho la ausencia de los mismos en la actualidad, el propósito de darle un apartado a este tema es clarificar la presencia de los valores en el hombre y su desenvolvimiento en el mismo. Debo confesar que al momento de realizar este trabajo no advertí el alcance y trascendencia de los valores y que el asesor de esta Tesis Profesor Fernando Munguía fue quien me abrió el panorama tan importante respecto a este tema, el cual ya me era interesante como lo expuse en el prólogo, pero sin advertir la complejidad del mismo para poder explicar a los demás cómo se manifiestan y se desenvuelven en la sociedad.

Por lo cual este capítulo está enfocado a exponer los valores desde su acepción, clasificación, desenvolvimiento, jerarquización y manifestación en la sociedad para que se pueda tener una idea más clara respecto a los mismos y no llegar simplemente a juzgar si una acción es buena o mala, si eres santo o diablo, porque esa no es la pretensión de los valores.

Al tener el concepto bien establecido de las partes a tratar que en este caso son; Los medios de comunicación, el deporte y los valores humanos; lo pertinente es exponer la relación entre las tres partes mencionadas y precisamente el siguiente capítulo hablará sobre esto.

Este cuarto capítulo es muy importante porque explica que cada una de las partes que se han descrito se relacionan entre sí y que una depende de la otra y que este vínculo se observa a través de la historia sobre todo en el caso de los medios de comunicación y el deporte, y que precisamente los valores deben de ser parte de esta relación. Son hechos los que hablan respecto a cómo van de la mano y se han apoyado. Por lo cual hay que advertir que no se puede prescindir en la actualidad de alguna de ellas, si el objetivo es el fortalecer los valores del deporte por los medios de comunicación masiva. Para esto se presentan en primer lugar algunos conceptos que son importantes para el entendimiento de esta relación y el propósito de los medios de comunicación y el deporte; posteriormente se presentan algunos acontecimientos históricos donde se podrá observar dicha relación. Desde este capítulo se observará la tendencia que tiene la difusión del deporte por los medios de comunicación.

Después de exponer la relación que existe, el quinto capítulo describe al deporte actualmente, y como es concebido y transmitido por los medios de comunicación. Si es real que el deporte necesita de los medios de comunicación para su difusión y los medios de comunicación necesitan del deporte para tener rating y patrocinadores que la apoyen a sostenerse como empresa, también es real que la parte comercial lleva al deporte a tener nuevas connotaciones: deporte espectáculo, competitivo, comercial, moda, ídolo, farándula... Este capítulo es más dinámico en el sentido de que esta enfocado a presentar acontecimientos reales y actuales que han sido difundidos por algún medio de comunicación, con el fin de poder verificar la realidad que existe en la transmisión del deporte. No se pretende inducir la respuesta, sino los hechos hablan más que las palabras y cada quien tendrá su punto de vista al respecto.

El sexto capítulo es una reflexión acerca de la pregunta que origina este tema. Los medios de comunicación...fortalecen o debilitan los valores del deporte, así como el subtítulo que es "el beneficio de preservar los valores del deporte". Esta reflexión va a estar apoyada por una entrevista a un profesor de Educación Física de Cuba donde expone el papel actual del deporte en la sociedad y el retomar el deporte como "amateur".

Respecto a la conclusión, no pretende después de seis capítulos anteriores exponer más sobre lo mismo, sino es dar un esquema global acerca del enfoque de este trabajo y en forma breve exponer algunas alternativas o sugerencias sobre cómo pueden los medios de comunicación ayudar a difundir el deporte de tal forma que con ello se apoye también la diseminación de los valores en una forma práctica y que la gente los vea no como un mito, una moraleja, un cuento de hadas; sino que pueda advertir que son parte de su vida, y así como el deporte y los medios de comunicación son el pan de cada día para la sociedad actual, también el vivir y compartir los valores lo debe ser. Para esto van a estar respaldadas las sugerencias en algunos casos de la programación que los medios de comunicación emplean a diario.

Con estos seis capítulos y conclusión, se tendrán los elementos suficientes para que se pueda dar un punto de vista acerca de la difusión actual del deporte por los medios de comunicación masivos y tomar conciencia de que es importante para la sociedad enseñar los valores, y que con ayuda del deporte estos se aprenden en forma dinámica, divertida y sana, pudiendo ser transmitidos masivamente por los medios de comunicación.

CAPÍTULO 1

Leer es bueno, escribir es mejor, observar es superior.
Hal. Stebbins.
Todo aquello que es importante hacer, vale la pena hacerlo bien.
Lord Chesterfield.

INDUCCIÓN A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS

...Y ustedes quiénes son.

ACEPCIÓN GENERALIZADA

No existe una definición universal de este término, con el paso del tiempo, las definiciones han cambiado, pero sobre todo se han vuelto más complejas y han adquirido más opciones. El propósito es señalar una acepción general que permita orientar el objeto de estudio para su mejor interpretación.

Para poder definir el concepto de los Medios de Comunicación es importante entender primero el significado de la palabra **COMUNICACIÓN**, la cual está inmersa en diferentes y acertadas acepciones que van desde la prehistoria hasta la actualidad; de la filosofía a la praxis; de lo comercial a lo cultural; y un sin fin de disciplinas humanas que pueden darle un sentido a esta palabra. Para ser directos y no desviarnos del tema principal, se puede denominar a la comunicación como una **facultad humana que armoniza con el sentido común**.

La armonización del sentido común se encuentra en el proceso bidireccional con el que se lleve a cabo. El profesor Eduardo Garza Cuellar puntualiza este proceso exponiendo "Cuando no estamos dispuestos a alternar los roles de emisor y receptor, garantizamos el fracaso de nuestro intento por comunicarnos; por ello la referencia etimológica de la comunicación es como el proceso mediante el cual dos o más personas "ponen en común" cualquier clase de bienes puede ser pensada como un buen punto de arranque."¹

La comunicación real no es fácil, y muchas veces lo que se obtiene es limitarse a obtener pura información, a la falta de reciprocidad entre emisor y receptor, o bien a la desinformación.

Como segundo concepto se encuentra la palabra **MEDIO**, la cual también tiene diferentes acepciones en cuanto al tema que se trabaje. De manera general, el medio es el procedimiento que sirve para conseguir una cosa; en este caso es el **aparato físico con el cual se transmite una información**.

¹ GARZA Cuellar, Eduardo. Los valores de la Comunicación. Ed. Coyoacán. 2000. Pág.3

Para este trabajo es importante señalar que se refiere a los medios de comunicación masiva, por lo cual también es indispensable conocer el significado de **MASAS**, término que designa población o sociedad como difusa o anónima donde se pierde la individualidad.

Se puede denominar a los **MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS** como las diversas formas industrializadas de producir un mensaje colectivo.

Eulalio Ferrer recopila algunas acepciones de personas profesionales en su libro *Comunicación y Comunicología*: "Scharmm La comunicación forma parte de la función viviente de la sociedad"; Aranguren "La transmisión de información con vistas a una respuesta" Shanon y Weaver "La comunicación es todo proceso a través del cual una mente puede influir en otra mente"; Moles "La comunicación es un acercamiento global que quiere y puede ser la explicación total de nuestro mundo"; y Ferrer "Las comunicaciones son el producto del hombre y de la sociedad a que deben su vida misma"²

SU HISTORIA

Para hablar de la historia de los medios de comunicación se pueden exponer capítulos enteros sobre el tema, o bien libros y trabajos sobre el mismo, precisamente por la importancia trascendental que tienen en el desarrollo y evolución del hombre; e incluso se puede redactar su historia en paralelo con la del hombre a partir de la era moderna hasta la fecha, esto por la vinculación a nivel de organización social que haya existido durante las diferentes etapas, así como el poder que haya ejercido en cada época. Dennis McQuaill señala cuatro elementos principales por los cuales está constituida la historia de los medios de comunicación "una tecnología; la situación política, social, económica y cultural de una sociedad; un conjunto de actividades, funciones o necesidades, y personas especialmente en tanto constitutivas de grupos, clases o intereses"³ Dichos elementos comenta McQuaill han interactuado en diferentes maneras y diferentes escalas, por lo cual se advierte la intensidad de su historia. Para no desorientar el tema primordial de este trabajo, esta parte estará limitada en dar una reseña histórica de los medios de comunicación.

Como se mencionó la comunicación es una facultad humana, facultad que ha ido en evolución según las necesidades del hombre; en un primer momento se desarrollo mediante señas o con ruidos imitadores que fueron en evolución hasta llegar a darle significado y entender cuando se enciende una hoguera, y desarrollar sonidos articulados que fueron perfeccionándose hasta llegar a lo que se le llama comunicación oral. Con esto conocieron el uso del lenguaje, ya sea oral o mímico; después fue la comunicación

² FERRER Rodríguez, Eulalio. *Comunicación y Comunicología*" Ediciones Eufesa México, 1982 Pág.13

³ MCQUAILL, Denis. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Ed. Paidós. México 2da edición 1993 Pág.28

escrita como las cartas, pergaminos, etc., y más tarde esos escritos se pudieron imprimir con el invento de la imprenta.

El hombre siempre ha necesitado expresar sus experiencias, ya sea en movimientos o con ruidos desde su época primitiva, posteriormente tuvo la inquietud de dejar una huella sobre las mismas, y para poder plasmarlas y así conservarlas, las empezó a dibujar en el interior de las cavernas; lo que se le llaman "pinturas rupestres". Pero al hablar de medios de comunicación masivos se debe de hablar de los medios de comunicación modernos que inician a partir del libro impreso, el cual fue impulsador y gran revolucionario en la sociedad para su desarrollo.

Se empezó con los panfletos, folletos y poco a poco se presentó más información con libros de noticias hasta llegar al periódico, el cual tiene también otro gran precursor que fue la carta que circundaban por el servicio postal (siglo XVI y XVII).

Las características del primer periódico se dieron por su aparición regular, la base comercial, la finalidad múltiple y su carácter público y abierto (siglo XVIII). Posteriormente cambio su dinámica a formar el diario donde sus diferentes editores y diversidad de lectores anónimos le quitan el status de propagandístico en pro a la Corona o poder de ese tiempo, comenta McQuaill en su libro sobre la introducción a la teoría de las masas que "su carácter distintivo, en comparación con otras formas de comunicación cultural, reside en su individualismo, su orientación realista, su utilidad, su secularidad y su adaptabilidad a las necesidades de una nueva clase social: las capas comerciales, industriales y financieras de base urbana y los profesionales".⁴

El periódico tuvo un aspecto más trascendental que el del libro por el aspecto político que adoptó y su lucha por la libertad, así como de progreso económico y tecnológico; todo esto ayudó a la conformación de la prensa, que es la institución del diario, y también de la revista, boletín, cartel, interior, exterior, calcomanía, banderola, pancarta, volante, libro, folleto y catálogo directo. Dicha institución tuvo diferentes factores en la dinámica del hombre como lo fue la prensa adversaria, la aparición de un público lector más diverso cada día, la expansión de la prensa política, la nueva profesión dedicada a informar los hechos con objetividad, la integración a la estructura social como una institución fundamental de la vida política y económica, se obligó a tener un sentido muy elevado de la responsabilidad social y ética, el dominio de la prensa comercial aunada al monopolio y la publicidad, hasta llegar al periódico que se conoce hoy en día que es más ligero y entretenido, incluso hay periódicos especializados como el deportivo, el sensacionalista, el de espectáculos; pero en general existe el periódico que se edita diario y que está compuesto por diferentes secciones: política, financiera, culturales, sociales, deportiva, espectáculos, etc. Y como gran característica está la diversidad de contenido para la diversidad de personas a las que llega. Por eso es considerado como uno de los medios de comunicación masiva más importante.

⁴ Ibid Pág.30

Su proceso técnico comienza en los linotipos, sigue en las salas de formación, cruza por los laboratorios y termina en las rotativas. Anterior a este procedimiento se investiga y se redacta; y después se distribuye la información.

En esta gran institución intervienen junto a los periodistas, especialistas en derecho y mercados, en psicología social y política; dibujantes, diseñadores, fotógrafos, etc. Y como parte vital figuran las agencias de noticias y servicios laterales.

El siguiente medio existió con una finalidad muy diferente a la del periódico, porque inicio como una innovación tecnológica que se dedicó al entretenimiento, se presentó como una alternativa para el momento de ocio de las personas al proyectar historias, espectáculos, música, drama, humor y trucos tecnológicos, esto a fines del siglo XIX, y no se puede negar el nombre del medio del cual se está exponiendo, el mundo mágico del cine que es una consecuencia de la fotografía, con su carácter de creación artística y recreación colectiva.

El cine se expandió cada vez más, llegó a ser gran aliado en su tiempo libre de la clase obrera, urbana media y baja; y debido a su gran impacto al igual que el periódico y su popularidad, las fuerzas del poder lo transformaron en ocasiones para fines propagandísticos sobre todo para las cuestiones nacionales o sociales, debido al gran impacto emocional y su supuesto realismo, este último punto tuvo gran repercusión como la escena famosa expuesta por los hermanos Lumière de la llegada del tren a la estación y la gente al verlo desde sus butacas se espantaban creyendo que el ferrocarril se iba a salir de la pantalla.

Como antecesores del cine se encuentran la literatura y el teatro donde se combina el mensaje con el entretenimiento, pero el cine logró un alcance mucho mayor y más rápido.

También existe el cine documental, pero no es tan popular, siguiendo hasta cierto punto los lineamientos del cine comercial por su tendencia propagandística. Estas dos corrientes se desarrollaron en tiempos de crisis social.

El cine ha tenido una gran evolución por su lenguaje universal, aunque predomina el cine "Hollywoodense" (comercial) que no deja de verse como un arte. Respecto al cine en general McQuaill comenta que "se convirtió en más libre de satisfacer la demanda de contenido violento, terrorífico o pomográfico. Pese al progreso de la libertad en este sentido, debido sobre todo a cambios en las normas sociales, el cine no pudo proclamar sus plenos derechos a la libre expresión política y artística, y muchos países conservan aun aparatos de autorización, censura y control".⁵

Sus elementos fundamentales son: El Guión cinematográfico (tema y argumento; desarrollo técnico; transiciones; desarrollo dramático; procedimientos narrativos; banda sonora); Dirección; Interpretación; Fotografía; Exhibición; y Crítica. Ahora el cine cuenta con más características por el desarrollo y evolución del mundo en general.

⁵ Ibid Pág.36

La radio, telefonía electrónica sin hilos, se produjo por la existencia de ondas que poco a poco se fueron perfeccionando hasta alcanzar a ser otro medio de comunicación masivo, el cual surgió a partir de las tecnologías preexistentes como: el telegrafo, el teléfono y el registro sonoro. Su primer fin de innovación tecnológica, posteriormente tuvo una función de servicio social. La radio sirvió para transmitir programas deportivos, de entretenimiento y noticias. Estos programas eran realizados acerca de los acontecimientos del momento en que se producía el programa; aunque no deja de tener un alto grado de control, regulación y autorización por parte de la autoridad pública. Este medio tiene un alto nivel de popularidad, por lo cual está sujeto a tener un modelo centrífugo de distribución, el cual está vinculado con la vida política y los centros de poder de la sociedad.

Otro medio que recapitula en sí los cuatros medios anteriores y cuyo desarrollo influye en condiciones de vida y actitudes sociales, es la televisión, que comenzó como un juguete y una novedad sin ningún objetivo de servicio social, e incluso popular a la vida social. Televisión significa etimológicamente visión a distancia. La fotografía en movimiento y fija, así como el cine fueron grandes percursores de este nuevo medio, el cual por su gran distribución y fácil contenido adquirió cada vez más popularidad. Respecto a sus características de información son semejantes a las de la radio.

El principal empleo de la televisión está en el hogar, como entretenimiento, en ocasiones a llegado a tener un grado de enajenación tan fuerte, que ha modificado costumbres en la sociedad, y de lo mismo se han hecho varios estudios para dar a conocer a la forma en que interviene el uso de la televisión en la vida de la sociedad.

Hoy en día existen otros medios electrónicos de comunicación que Denis McQuaill denomina como medios temáticos y se refiere a ellos como "un conjunto de desarrollos en cuyo núcleo se encuentra una unidad de exhibición visual (pantalla de televisión) unida a una red de computación".⁶ Como medios temáticos existen la transmisión por cable o satélite donde se permite más flexibilidad de la forma, el contenido y el uso. También son parte de los nuevos medios la telefonía celular, el video juego, las videograboradoras. Hace unos años empezó el auge de la computadora que es parte de la ciencia cibernética y que al paso del tiempo dio lugar a la fuente de comunicación que actualmente es la innovación llamada Internet con una gran variedad de servicios como: comunicarse a corta y larga distancia a gran velocidad a una o varias personas al mismo tiempo, mantiene una gran biblioteca de información de todas las disciplinas y secciones que se requiera, permite el comercio interno, asesorías, y un sin fin de servicios. Y como todo medio innovador que se presenta, este es, hasta hoy, la unión de todos los medios de comunicación ya existentes.

Una característica de estos medios en un primer momento es que no se necesitaba de una gran producción, ni distribución, ni la información estaba centralizada, cuestión que a modificado a través del tiempo y las circunstancias.

⁶ Ibid. Pag. 38

Existen otros medios de comunicación que no llegan a ser tan importantes como los anteriores en su fase masiva como el teatro, la fotografía, la pintura, la música (cd's, disco cintas, etc). Pero que algunos de ellos son grandes precursores de otros medios y siguen vigentes.

CARACTERÍSTICAS

La comunicación hoy en día tiene una participación más importante en la vida del hombre porque ahora el hombre se desenvuelve **por medio de símbolos**, es decir lo que importa es el **impacto del mensaje**, que están destinados a tener un efecto sobre uno o varios públicos. Como dice Marshall McLuhan "el medio es el mensaje".

Explica David Berlo que antes la gente ganaba su vida manipulando cosas y no símbolos; ahora la gente no se fija tanto en los objetos, si no le da mayor "fe" a los símbolos. Por ejemplo en el área de la publicidad ya no importa tanto una hamburguesa para comer, sino el símbolo de comerse una hamburguesa de McDonald's.

Pero esta tendencia se desenvuelve en varios ámbitos, por ejemplo Berlo expone que en la industria se observa que antes la gente ascendía porque sabía hacer todo el proceso de producción en forma eficaz y lo conocía perfectamente; pero ahora ascienden por lo que saben hacer con la gente, por medio de la comunicación, es decir dirigir y coordinar la conducta humana.

Aristóteles definió a la comunicación como "la búsqueda de todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance"⁷, es decir, que el **orador logre que los demás tengan su mismo punto de vista**, donde se logró una buena imagen del orador. Este enfoque se dio hasta la segunda mitad del siglo XVIII. A fines de ese siglo los objetivos de la comunicación eran **informativos** y de **entretenimiento**.

La comunicación es la base de la intención, de las relaciones del hombre. **El objetivo de comunicarse es el influir y afectar intencionalmente, pero la mayoría de las veces no se es consciente cuando se actúa así**. La cuestión es pensar a quién y de qué modo.

El "Quién" depende de la intención del otro al momento de comunicarse y de emitir su mensaje, en espera de una respuesta por parte de una determinada(s) persona(s).

El "Cómo" del propósito, Berlo lo distingue en dos formas: el consumatorio donde el propósito llega hasta la consumación del mensaje y el instrumental donde existe una respuesta de conducta posterior a la consumación. Por ejemplo: Cuando se ve una caricatura de los Pokemon, si el niño sólo se conformó con verla es de propósito consumatorio, pero si al término de esta quiere todos los productos o mercancías de estos personajes y ver la película y se cree uno de ellos, es de propósito instrumental.

⁷ BERLO, David. El Proceso de la Comunicación Edit. Ateneo. México. 1969. pág. 7

MODELO DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN

Existen varios procedimientos de modelos de comunicación, pero como en este trabajo se ha descrito el lineamiento de Berlo es conveniente seguir sobre esta misma línea.

Lo primero es definir términos para entender este punto; respecto a la palabra comunicación no es necesario porque ya se vió. Referente a la palabra proceso, Berlo la define como "cualquier fenómeno que presenta una continua modificación a través del tiempo", o también como "cualquier operación o tratamientos continuos" ⁵

Con esto llega a la conclusión de que **todo proceso es dinámico y no se le puede considerar estático**; y que es la parte principal para llegar a un objetivo, por ejemplo para hacer una hamburguesa no son necesarios únicamente los ingredientes, si no también es fundamental el procedimiento, para que no sean todas iguales.

Aristóteles expone tres componentes fundamentales en la comunicación, los cuales son la base para los demás procesos que el hombre ha desarrollado.

Los tres componentes son: **El orador** (la persona que habla), **el discurso** (mensaje que pronuncia) y **el auditorio** (la persona que escucha).

Basado en estos componentes Berlo considera estos puntos como procesos en la comunicación:

1. La fuente de la comunicación- EL QUIÉN
2. El codificador
3. El mensaje- EL QUÉ
4. El canal- CANAL
5. El decodificador
6. El receptor de la comunicación- A QUIÉN

El primero es una o varias personas que tienen un objetivo o razón para estar en comunicación.

El segundo es el encargado de tomar las ideas de la fuente y disponerlas en un código para expresar de esa forma el objetivo de la fuente en forma de mensaje

El tercero es el propósito e intenciones en un código, en un conjunto sistemático de símbolos.

El cuarto es el conducto o medio de mensajes. Depende de la elección de éste para la efectividad del mensaje.

El quinto es importante para el receptor como el codificador para la fuente, porque necesita retraducir, decodificar y darle forma al mensaje para que le sea útil.

El sexto y último, es la o las personas situadas en el otro extremo del canal a las que va dirigido el mensaje. Si la fuente y el receptor no son similares, no hay comunicación.

1.- La fuente en primer lugar no es una persona, sino una estructura organizada y el emisor suele ser un profesional de la información.

2.- El codificador son los códigos se toman para llegar al objetivo.

⁵ Idid. 19

3.- El mensaje no es único y suele ser variable, impredecible y manufacturado. Respecto a la referencia simbólica que ya se mencionó anteriormente, el mensaje es un producto del trabajo y una mercancía con valor de cambio.

4.- El canal en este caso hay varios canales o conductos por el cual se transmite un mensaje, cada uno con sus propias características como se vio en la parte de historia.

5.-El decodificador no es tan diferente ya que son los mismos elementos de traducir y darle forma al mensaje.

6.- El receptor es parte de una amplia audiencia, donde se comparte la misma experiencia con otros y normalmente la respuesta y comportamiento son predecibles o similares.

Algunas características de este proceso de comunicación son:

1. Contacto simultáneo entre emisor y varios receptores.
2. La relación unidireccional entre emisor y receptor.
3. En pocas ocasiones es interaccional.
4. Este se comporta de manera impersonal.
5. En ocasiones llega a ser "amoral" y calculador por falta de compromiso y responsabilidad moral del emisor.
6. El receptor es parte de una amplia audiencia.
7. La experiencia la comparte con otros, aún sin conocerlos y en ocasiones, sin lugares distintos o en diferente tiempo.
8. Su reacción es predecible y premodelada.
9. Permite una inmediata y extensa influencia.
10. La respuesta puede ser inmediata por parte de muchos individuos al mismo tiempo.
11. La respuesta es poco variable, normalmente la tendencia va hacia el mismo lado.

Pero este modelo de comunicación ha evolucionado y se ha ido perfeccionando, por lo tanto ahora se le puede añadir la "retroalimentación" (respuesta del receptor al emisor) de la interacción; donde también se considera las características de contexto social en que el receptor selecciona los mensajes y responde a ellos.

De esta última característica surge el estudio de los efectos de la comunicación de masas que pueden ser pasivos o activos.

Aunque también existen otras características que McQuaill describe como modalidades de las relaciones de comunicación, de interés para diferentes finalidades y en distintos contextos.

La primera es la **modalidad de mando** que tienen su origen en las diferencias de poder y la autoridad entre emisores y receptores, y como resultado se tiene la subordinación y dependencia de estos últimos. Lo que se usa para la ideología y propaganda. El uso de la fuerza.

La segunda es la **modalidad de servicio** que es la mejor relación entre emisor y receptor porque están unidos por un interés mutuo ya sea en el ámbito de entretenimiento, noticias, información del consumidor, ideas, etc.

La tercera es la **modalidad de asociación** es este caso es forzoso que exista vínculos o creencias compartidas que relacionan a un grupo particular o público con una fuente

especifica de medios, aquí la atención y adhesión del receptor son voluntarias e intrínsecamente satisfactorias; sirve ante todo a las necesidades de los receptores, más que a las de los emisores. En sí es la interacción y la respuesta entre vínculos normativos y morales.

Por último, en lo que concierne a características es importante nombrar aquellas que sean esenciales a los rasgos especiales de la **institución de los medios**:

1. La primera se refiere a la producción y distribución de conocimiento en forma de información, ideas y cultura, en respuesta a las necesidades colectivas y sociales, así como a las demandas individuales.
2. La segunda se refiere a suministrar canales tanto físicos como de costumbres y comprensión para relacionar a ciertas personas con otras: emisores con receptores, miembros de una audiencia con los de otra.
3. La tercera se refiere a su ámbito público por ser una institución abierta y donde se puede generar o formarse una opinión pública.
4. La cuarta se refiere a su participación de la institución como miembro de la audiencia donde es voluntaria, sin coacción ni obligación social.
5. La quinta se refiere a su relación con la industria y el mercado a través de su dependencia del trabajo pagado, la tecnología y la necesidad de financiación. Esto da pie al valor que se otorga a la fama, la publicidad y la celebridad.
6. La sexta se refiere a su relación con el poder del Estado.
7. La séptima se refiere a su la atracción de la audiencia (evasión, compromiso, diversión, etc.)

Los medios de comunicación funcionan como una institución organizada que tiene objetivos, principios, metas, y son actividades que se deben desenvolver conforme a estos puntos. Además cuenta con derechos como toda institución, pero también con un compromiso, deber y obligación con la sociedad. Por eso es importante hablar respecto a su función social y teorías.

FUNCIÓN SOCIAL Y TEORIAS

La sociedad moderna depende, de modo crucial, de la comunicación de masas y en pocas palabras se pueden decir que su función es: Informar, entretener y educar, pero de una forma más amplia; existen varias funciones de los medios de información que es difícil delimitar una sola tendencia. Por eso poco a poco se describirán las que se consideran más importantes hasta terminar con algunas teorías.

La mayoría de las investigaciones se enfocan al estudio del contenido, el público o el impacto potencial de los medios de comunicación, pero muy poco se enfocan al QUIÉN (toda la estructura de organizaciones, directores, escritores, intérpretes.). Y hay que considerar que el control total o monopolístico es el destino fatal de todas las comunicaciones de masas.

Por otra parte el QUÉ se enfoca más a divertir que a informar, su propósito es distraer y captar la atención, sin poseer la calidad que estimula la reflexión sobre los grandes problemas sociales o personales, o sobre la vida y los valores. Por eso McQuaill, Berio, Moragas... se enfocan tanto al estudio de la comunicación y su intervención en la sociedad.

Por la misma dinámica de llegar a un público extenso tanto en magnitud como de ideologías, son simples en su forma y contenido, ya que deben ser comprendidas e interpretadas, por toda la audiencia, o como mínimo una gran mayoría de este público.

Para entender mejor la relación entre la sociedad y los medios de comunicación McQuaill realiza un esquema (FIGURA 1) donde clasifica en diferentes dimensiones según se desenvuelve esta relación.

La primera contiene las **dimensiones políticas** o relaciones con el poder. Como se ha visto durante la historia, los medios han estado muy estrechos en relación con el poder, o bien con la oposición en busca de un cambio. Se puede ver al periódico como más independiente en este sentido que la radio o televisión.

La segunda son las **dimensiones normativas**, siendo precisamente el punto central de este estudio, porque habla sobre la relación que hay con los valores sociales y culturales: ya sea por la calidad moral y la seriedad del contenido; la orientación hacia la realidad o la fantasía; y por último, su estética o cultura. En este momento no se abordará más sobre este punto, porque sólo se está señalando como punto de referencia e inducción, pero más adelante se retomarán estos aspectos que son primordiales para llegar a la conclusión y propuesta de este trabajo.

El tercero son los **componentes organizativos** y técnicos donde se percibe los elementos por los cuales se realiza la información del medio, ya sea por el mensaje, producción o distribución; O por la complejidad tecnológica de cada medio; o bien, por la(s) persona(s) profesional(es) que trabajan.

La cuarta, **dimensiones relativas a las condiciones de distribución, recepción y uso**, este punto se refiere a la audiencia que va dirigido, al tiempo y el espacio, a la individualidad o complejidad, y a las condiciones de la información. Porque no todos los medios se manejan de la misma forma, cada uno tiene sus propias propiedades.

Y la última, son las **dimensiones de las relaciones entre emisor y receptor** que dependen de la forma que interactúan el emisor (medio) y receptor (audiencia).

Hay que considerar que cada dimensión se comporta según los intereses, conflictos y valores de cada sociedad, por lo cual lo más recomendable es citar que los medios de comunicación tienen una función social y que esa función debe de estar al servicio del bienestar de la sociedad en general

FIGURA I
"Principales dimensiones de las definiciones e imágenes de los medios de comunicación
(según Dennis McQuail)

I. Relación de los medios con el Estado y la sociedad		
i)	Control del Estado	versus Independencia
ii)	Conformismo	versus Tendencia crítica
iii)	Centralidad en la política	versus Marginalidad política
II. Valores sociales y culturales		
i)	Orientación realista	versus Orientación fantástica
ii)	Seria y moral	versus Amoral, entretenimiento
iii)	Arte, alta cultura	versus Ajeno al arte, cultura de masas
III. Rasgos organizativos y tecnológicos		
i)	Enfasis organizativo:	mensaje centralizado: producción centralizada: distribución centralizada
ii)	Alta tecnología	versus Baja tecnología
iii)	Profesión definida	versus Profesión no definida
IV. Condiciones de distribución, recepción y uso		
i)	Contenido unitario	versus Contenido múltiple
ii)	Contenido ligado a tiempo Y espacio	versus Contenido libre de condiciones temporales y espaciales
iii)	Atención y uso individual	versus Atención y uso colectivo
iv)	Uso ligado a tiempo y espacio	versus Uso libre de condiciones temporales y espaciales
v)	Oferta manipulada	versus Oferta no manipulada
V. Relación social de emisor y receptor		
i)	Receptor como individuo privado	versus Receptor como parte del público
ii)	Intenso compromiso personal	versus Escaso compromiso personal
iii)	Localización de fuente lejana en tiempo, espacio o cultura	versus Localización de fuente próxima en tiempo, espacio o cultura
iv)	Interactiva	versus No interactiva"

⁹ MCQUAIL, Denis. Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Ed. Paidós. México. 2da edición 1993. Pág.41

Con el panorama de esta relación ya se puede dar algunas funciones sociales. Para iniciar este punto es importante volver a mencionar que los medios de comunicación como institución están comprometidos con la producción, reproducción y distribución del conocimiento. Y este compromiso destaca que sus funciones son: "una **ventana** a la experiencia, que amplía nuestra visión, y nos capacita para ver por nosotros mismos lo que ocurre, sin interferencias ni prejuicios; un **Intérprete**, que explica y da sentido a acontecimientos que, de lo contrario, serían fragmentarios o incomprensibles; una **plataforma o vehículo** de información y opinión; un **vínculo interactivo** que relaciona a los emisores con los receptores gracias a diferentes tipos de retroalimentación; una **señal**, que inicia activamente el camino, orienta o instruye; un **filtro**, que selecciona partes de la experiencia para dedicarles una atención especial y descarta otros aspectos, ya sea o no deliberadamente y sistemáticamente; un **espejo**, que refleja una imagen de la sociedad con respecto a sí misma, en general con una cierta distorsión debido a la insistencia en lo que la gente quiere ver de su propia sociedad y, a veces, de lo que quieren castigar o eliminar; una **pantalla o barrera** que oculta la verdad al servicio de fines propagandísticos o de la evasión."¹⁰

Con la misma línea de análisis de McQuaill expone un diagrama (FIGURA 2) donde se ve la interacción entre los medios de comunicación, la sociedad organizada en instituciones y algunas teorías de los medios de comunicación.

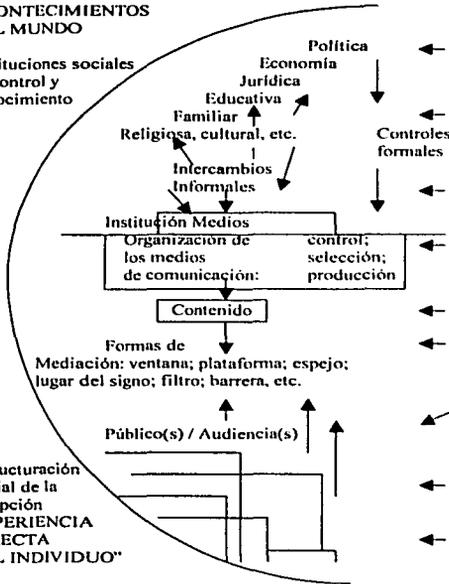
¹⁰ Ibid. Pág 80

FIGURA 2

"OBJETOS Y ACONTECIMIENTOS DEL MUNDO

Instituciones sociales de control y conocimiento

Estructuración Social de la recepción EXPERIENCIA DIRECTA DEL INDIVIDUO"



Tipos de Teoría

Macro teorías: sociedad de masas: dominación ideológica y de clase; estructura y función.

Efecto de los medios de comunicación sobre las instituciones y sobre la sociedad

Teoría normativa de los medios de comunicación

Teoría de la organización aplicada al funcionamiento de los medios de comunicación.

Teoría de la forma y la sustancia de los mensajes de los M. de C.

Teorías de la distribución y la elección y uso de la audiencia

Teorías de la composición, la Conducta y la reafirmación o feedback de la audiencia

Teorías de la interacción simbólica La socialización

Teoría del efecto de los medios de comunicación

Como se observa en la figura 2 los medios de comunicación se relacionan directamente con la realidad y la sociedad, son parte fundamental de la integración de la sociedad, por lo cual es importante señalar estos puntos porque durante el desarrollo de este trabajo, se irá desprendiendo el "deber ser" de los medios de comunicación como coordinadores y de dar un punto de referencia, en común; así como de qué forma pueden apoyar en la preservación de los valores del deporte como parte del desarrollo integral del hombre y la sociedad.

Según Moragas, se pueden dar seis características funcionales para el estudio de las teorías de los medios de comunicación:

- 1.-El proceso de comunicación, la cual ya se vio en características, pero aquí sirve para determinar el punto de arranque: Quién, Qué, A qué, Canal y Efectos. Pero de aquí se desprende la ambigüedad ideológica de los medios.
- 2.- La segunda es el estudio de la audiencia y los efectos de la comunicación.
- 3.-El estudio epistemológico para afrontar la interpretación de los fenómenos comunicativos.
- 4.-Las diferentes investigaciones que se han dado en el transcurso del tiempo como base, sobretodo las de los países desarrollados, que son los que más se ocupan en este proceso.
- 5.-Considerar la presencia de la semiología, el estructuralismo, la sociología crítica, la aproximación marxista y el distinto grado socio-económico.
- 6.-El mundo, la vida, la sociedad pueden ser interpretados como un proceso de intercambio, a través de la teoría de los sistemas.

Las teorías son muy diversas y amplias como ya se ha expuesto, y el objetivo de su existencia radica en formular y responder una serie de cuestionamientos acerca de la función social de los medios como lo describió Moragas para su estudio.

Parte de este trabajo es precisamente impulsar la función social de los medios hacia una sociedad más sana por medio del deporte, por lo cual no se estudiara a fondo las teorías sólo las que se aplican y están relacionadas con el propósito de este trabajo, las citadas a continuación parecen ser las más acorde al desarrollo de este trabajo.

TEORÍA ESTRUCTURAL FUNCIONAL Y PODER

Esta teoría se basa en que cuanto mayor sea la confianza que deposite el receptor en los medios de comunicación masivos, y cuanto mayor sea la crisis o la inestabilidad en que se halla sumida una sociedad, será mayor el poder que los medios tengan sobre la sociedad (o el poder que se les conceda). Esta puede ser por el poder político o económico. Así con el papel que desempeñan los medios de comunicación de orientación y control social.

TEORÍA DE LA SOCIEDAD DE MASAS E INTEGRACIÓN

El estudio de esta se basa en que los miembros de la sociedad no están integrados, y si lo están no es de una forma "saludable". De hecho el mismo término de masas expone esta desintegración como se menciona en parte de acepciones.

TEORÍA FUNCIONAL ESTRUCTURAL E INTEGRACIÓN

Esta tal vez sea la más completa porque expone parte de las dos anteriores. Para definir mejor esta teoría citaré textualmente la interpretación de McQuail "La cohesión y la lealtad en el interior de los medios de comunicación pueden contribuir a la integración en la sociedad y constituir un punto de apoyo para efectos más amplios de control y cohesión

social¹¹ y también expone un segmento que más adelante será punto de arranque para el análisis al concientizar que "Los medios no sólo sirven para dar apoyo a los valores de la sociedad como un todo, sino también a los segmentos internos de ésta, definidos de diversas maneras"¹². En general, los medios de comunicación no han ofrecido un reflejo de la sociedad (nacional o local) tal como es, sino distorsionado, al prestar excesiva atención ya sea a los que ejemplifican las aspiraciones de la mayoría, y a quienes rechazan los valores de la sociedad".¹³ Y termina comentando que a este aspecto la publicidad actúa como un despertador y un disuador.

IDEALISMO

Respecto a este punto McQuail enuncia una parte primordial para este estudio, ya que los medios de comunicación están estructurados en: la tecnología de la comunicación, forma y contenidos de los medios de comunicación, y cambios en la sociedad (estructura social, ordenaciones institucionales, la distribución de la opinión, las creencias, los valores y las prácticas).

CAMBIO INDIVIDUAL DE VALOR

También enunciaré textualmente la referencia que hace McQuail a este punto porqueresulta ser primordial para este trabajo "La idea básica es que los medios de comunicación estimulan y ayudan a difundir un sistema personal de valores favorable a la innovación, la movilidad, el éxito y el consumo"¹⁴

Como se puede apreciar los medios de comunicación son un puente muy importante en la sociedad moderna para su desarrollo, movimiento y evolución; pero durante este trabajo se irá exponiendo si ellos pueden afectar de forma positiva o negativa a los valores del deporte, sin perder de vista la gran "responsabilidad" y "compromiso" que tiene con la sociedad, el comercio y las cadenas del poder como se acaba de exponer con las citas de los diferentes autores y expertos en medios de comunicación.

Pero también existe la función del cambio social, donde se puede presentar la alternativa donde los medios estimulen esos valores para el bien común, como parte de la armonización del sentido común en forma colectiva por medio de una(s) institución(es) organizada(s).

Aunque no se debe descartar la realidad del nuevo esquema de los medios de comunicación que van en función a las organizaciones de publicidad, marketing, relaciones públicas y la investigación del mercado.

Para definir en forma global a los medios de comunicación de masas y terminar este apartado redactaré textualmente la descripción que Moragas hace acerca de ellos, "Por comunicaciones de masas, entendemos aquellos procedimientos mediante los cuales

¹¹ Ibid. Pág. 129

¹² Ibid. Pág. 129

¹³ Ibid. Pág. 130

¹⁴ Ibid. Pág. 134

grupos de especialistas se sirven de inventos técnicos (prensa, radio, films, etc) para difundir un contenido simbólico a un público vasto, heterogéneo y geográficamente disperso"¹⁵

¹⁵ MORAGAS, Sociología de la Comunicación de masas. Ed. Gustavo Gili. Barcelona. 1985. Pág.32

CAPÍTULO 2

"La felicidad radica, primero que nada en la salud".
G. W. Curtis
"Para escribir sobre el deporte hay que amarlo".
Leonid Zorn

DEPORTE

....Ejercicio, Competencia o juego.

ACEPCIÓN GENERALIZADA

Al deporte se le puede considerar como una actividad humana que representa la sinceridad y confraternidad del hombre al desenvolverse con plena confianza, sin falsedad ni hipocresía con las demás personas en una hermandad de amistad donde se encuentran condensados los riesgos, retos, habilidades, emociones, exaltaciones y frustraciones a través de los que se reconoce el esfuerzo leal del hombre. Como acepción se puede encontrar al deporte como "Recreación, pasatiempo, placer, diversión, o ejercicio físico, por lo común al aire libre, practicado individualmente o por equipos con el fin de superar una marca establecida o de vencer a un adversario en competición pública, siempre con sujeción a ciertas reglas"¹⁶

Al deporte se le estima como una actividad humana que ayuda a fortalecer y desarrollar integralmente al hombre, hay que recordar la famosa frase que expusieron los griegos cuando iniciaron las primeras Olimpiadas "Mente sana en cuerpo sano". Y no sólo ayuda en lo físico, sino tiene valores muy importantes que benefician a la evolución del hombre tanto individual como social, como la frase que expuso el Barón de Coubertin en la Primera Olimpiada de Nuestro Tiempo "El objetivo no es ganar sino competir"; donde se expresa que se debe competir con lealtad y esfuerzo, se gane o se pierda; no importa haber vencido, sino haber competido bien. El profesor José Cagigal manifiesta que "el deporte es una de las más inteligentes actitudes humanas; y precisamente por ello, por su humanismo y no por su estrépito, es una importante realidad".¹⁷

El deporte es sin duda alguna una realidad social, pero definirlo de manera general donde intervengan la parte antropocultural o realidad social no se ha podido y cada vez será más difícil porque es un término variante que cambia, y ha ido ampliando su significado. El contenido semántico del campo "deporte" menciona Cagigal se fundamenta hasta finales del siglo XIX en el rasgo de "recreación"; pero para el siglo XX, gira en torno a la actividad competitiva con ejercicio físico y que se realiza con deportividad.

¹⁶ COMPENDIO DEPORTIVO. Almanaque Deportivo mundial, Editorial América. México 1976, pág. 9

¹⁷ CAGIGAL, José. ¡Oh Deporte! Anatomía de un gigante Editorial Miñón. España. 1981 Pág. 4

También expresa que no puede dársele una sola propiedad al deporte como un hecho social porque se le puede denominar como: "una corriente social; como una costumbre; como una moda, o mejor, un modo más o menos vigente u olvidado según las épocas y las culturas"¹⁸ Estas expresiones designan su carácter dinámico, móvil, vital, tendencial; pero estas son insuficientes porque el deporte llega a ser toda una institución, la cual es una de las más llamativas en las sociedades modernas.

Al verlo como institución, el deporte ha creado sus propias estructuras, su reglamentación y su propia dinámica, donde se puede decir que constituye un mundo aparte, algo con vida propia constituido por los componentes de la sociedad.

El deporte tiene algunos ingredientes generales de la "fiesta" porque existe un ancestralismo primitivo, enajenación, mesencefalización, búsqueda de éxtasis que este presente en toda actitud de fiesta, pero se realiza con rito, esquema, orden, organización, cultura; por lo cual se le puede denominar al deporte una fiesta social organizada. Sin considerar el término de fiesta como contrario al trabajo, sino como una búsqueda de sentirse pleno y vitalmente realizado, lo cual requiere y necesita de cierto esfuerzo para lograrlo, pero con la ayuda de los valores como la disciplina, compromiso, esfuerzo, perseverancia, organización, solidaridad, entre otros, se puede llegar a la fiesta organizada.

Por lo tanto se puede denominar al deporte como una forma de ánimo y actitud hacia la vida, que se concreta en una implicación activa de toda la persona al considerar su parte corporal que es la física o material, y la espiritual, desde el punto de vista de la parte inmaterial que piensa y siente del hombre, con un carácter lúdico y donde en forma explícita o implícita aparece la competencia.

El profesor Quintana expresa que se le puede considerar deporte a "toda actividad que contenga: juego organizado, ejercicio físico, competencia formal y reglamentación específica"¹⁹

Con todo lo expuesto anteriormente, la acepción que sería la más apropiada para definir el concepto de deporte es considerarlo como una actividad en la que se involucran básicamente en mayor o menor medida el juego, el ejercicio y la competencia en forma organizada y disciplinada.

¹⁸ Ibid Pág. 25

¹⁹ Quintana, Jorge. EF, información básica . Autorizado por SEP (Secretaría de Educación Pública). México. 1984. pág. 11

SINOPSIS HISTÓRICA

DEPORTE PRIMITIVO

El deporte es una actividad muy importante para el hombre porque es parte de su vida tanto individual como social a nivel general y esto se puede exponer porque ayuda a fortalecer cuatro elementos fundamentales del hombre: "La aptitud física, desarrollo armónico, fijación de hábitos y rendimiento general".²⁰

Durante esta parte se advertirá la importancia que ha tenido el deporte durante su historia en la evolución y desarrollo de la sociedad, donde el hombre desde la época prehistórica empezó a realizar deporte sin darse cuenta todavía de la actividad que estaba ejerciendo.

El deporte según José M. Cagigal es una actividad que se viene practicando desde que el hombre empezó a existir en el mundo cuando corría delante de los animales, luchando por su existencia; posteriormente empezó a correr tras de ellos por hambre y terminó haciéndolo por diversión forzada llamándose "caza", el primer deporte.

El hombre fue capaz de rutilar lúdicamente, furtivamente, una conducta necesaria para vivir y logró plasmar estas experiencias en la pintura rupestre como el primer medio de transmitir su actividad primitiva.

El hombre se adaptó a las actividades físicas según sus necesidades y creencias, por ejemplo en las Culturas Antiguas como la Maya se practicaban el **juego de pelota** que involucra una creencia religiosa. La mayoría de estas actividades eran desarrolladas con fines místicos, como en las Antiguas Olimpiadas, en Atenas, eran dedicadas y organizadas por cuestiones religiosas y en honor a Zeus; y las Olimpiadas modernas empezaron con la necesidad de tener paz en todo el mundo y tener un tiempo de convivencia entre todas las razas, naciones, culturas...

DE OLIMPIA A SIDNEY

Se pueden considerar a los Juegos Olímpicos como **la competencia atlética más importante de todo el mundo** donde se puede observar el comportamiento y desenvolvimiento del factor deporte en la vida del hombre. Es difícil fijar cuándo nacieron e incluso determinar los motivos reales por los que aparecieron, pero se dará una breve reseña de éstos con los datos que a nivel mundial son aceptados.

Estos juegos se originaron hace miles de años, con la creencia de ofrecer los deportes a los espíritus de los muertos; los primeros en motivar esta creencia de mezclar religión con el deporte fueron los griegos con la celebración de fiestas nacionales donde se unían varios competidores de diferentes regiones del país. Existían varias celebraciones como los Juegos Istmicos, los Nemeos, los Pitios, pero los más solemnes eran los Olímpicos que se celebraban en honor a Zeus que era el dios supremo de los griegos precisamente en la Ciudad de Olimpia.

²⁰ Ibid. Pág. 23

La primera Olimpiada que registra la historia fue la del año 776 a.C. y la última del año 394 d.C. Algunos historiadores exponen que hubo antes otras olimpiadas probablemente entre 1253 y 884 a. c., y que poco a poco tuvieron mejor organización y se introdujeron más deportes, de hecho datan que la primera olimpiada constó de una sola carrera pedestre.

Algunos historiadores comentan que "Píndaro lo remota al tiempo de Heracles, cuando cumplieron un castigo, fue el encargado de limpiar en un solo día las caballerizas del ganado de Augeas, rey de Elis. Heracles se hizo prometer la décima parte de los caballos del rey si lograba tal cosa y ganó la apuesta desviando el cauce de los ríos Alfeo y Peneo, haciéndolos pasar por en medio de las cuadras. Augeas rehusó entonces dar a Heracles su recompensa. Respondió éste aniquilando al rey y a su familia, e instituyó, en conmemoración de aquella hazaña, los Juegos Olímpicos."²¹ Existe también la versión de Homero que fue a principios del siglo XVIII a. C., creados por el rey de Lidia. Y también que surgieron a raíz de la guerra de Troya, por iniciativa de Aquiles. Otros exponen que fue obra del rey Elis, de nombre Atleo y de quien proviene el vocablo "atleta".

La versión que para algunos es más fiel se refiere la tregua acordada entre Licurgo, Cleotenis e Ifito en representación de Esparta, Pisa y Elis, celebrándose los primeros juegos en el año 884 antes de Cristo."²²

Pero en sí es un misterio fijar la fecha exacta del evento y del origen de las Olimpiadas. Parece ser que desde antes se empezaron a celebrar juegos atléticos en Olimpia que fueron suspendidos y posteriormente se reanudaron por Ifito ya con el nombre de Juegos Olímpicos. Pero como ya se mencionó, la fecha y de las primeras Olimpiadas en la que diversos historiadores se han puesto de acuerdo es la de 776 a.C. porque se llevó a cabo como un evento organizado y con conocimiento exacto del mismo.

Los griegos eran una potencia en aquel tiempo y creían mucho en la esencia del hombre y su perfección, y cómo parte del símbolo de esta filosofía estaba precisamente la admiración y fortaleza del cuerpo humano. De ellos se originó la frase "Mente sana en cuerpo sano".

Como ya se mencionó los juegos Olímpicos eran solemnes y se iniciaban y finalizaban con una ceremonia y las actividades de competencia eran: el atletismo, el pentatlón, el pancracio y la hoplita, es decir, armas pesadas.

En aquel tiempo a los competidores que ganaban se les aclamaba y se les consideraba como héroes; y tenían derecho a disfrutar de pensiones, aposentos y otros privilegios; hasta se les llegó a erigir su estatua en vida.

²¹ COMPENDIO DEPORTIVO. Almanaque Deportivo mundial, Editorial América. México 1976, pág. 13

²² *Ibid* pág. 13

Algunos historiadores han reflejado bajo estudios la secuencias de las Olimpiadas en aquel tiempo exponiendo lo siguiente:

Primer día: Inauguración, desfile, fiesta.

Segundo día: Se realizan las especialidades para los juveniles, con carrera de velocidad, lucha y pugilato.

Tercer día: Por la mañana eran las pruebas hípicas y por la tarde se presentaba la principal del evento, el pentatlón, donde el atleta ganador se consideraba un rey.

Cuarto día: Era el de plenilunio, se consagraba en su totalidad a los dioses. Ese era el día más solemne no sólo para Olimpia, sino para toda Grecia. En los altares se construían las piras de troncos y ramas de blanco álamo que alimentaban al fuego sagrado, después de haber terminado la procesión. Por la noche se daba un banquete en el Pritaneo, y en los alrededores del templo de Zeus se hacía un festín (pláticas, discursos, cantos, conferencias...).

Quinto día: Iniciaban las competencias de los atletas adultos, por la mañana se presentaba las actividades de atletismo y por la tarde las de lucha, pancracio y pugilato.

Sexto día: Se iniciaba el final del evento olímpico. Cuando salía el sol los ganadores se reunían en el Altis, frente al templo de Zeus y los jueces exhortaban a los atletas a ir hasta el pie del trono donde se les ponía en la sien a los vencedores una rama de olivo. Y por último en la noche los jueces y ganadores se reunían nuevamente en el Pritaneo para disfrutar de otro banquete.

Por la madrugada empezaban los diferentes competidores a regresar a su territorio y se volvían a reunir cuatro años después.

Este evento era **exclusivo para hombres** y no sólo para competir, sino también para disfrutar y ver las diferentes actividades, las mujeres no podían ni siquiera acercarse a ver desde lejos el evento. **Para poder competir había que cumplir una serie de requisitos: ser griego, libre, hijo legítimo, no estar deshonrado y haber entrenado durante diez meses anteriores.** El ganador no obtenía como premio ni oro, joyas o títulos nobiliarios, sino solamente era coronado con una rama de olivo y obtenía el reconocimiento de ser el mejor y tratado como un semidios.

Cuando el Imperio Romano empezó a fortalecerse y llegar al poder, cambió mucho el concepto de las Olimpiadas porque dejaron de ser solemnes y místicas y representar un culto al cuerpo humano; para convertirse en luchas personales entre gladiadores "**Lo que el pueblo griego alcanzó en perfección, en evento sublime de competencia sana y leal, lo transformó el degenerado de Roma en lucha a muerte, en sangre, en circo cruel y horrible**"²³ Esto se debe principalmente a que los Romanos fue un Imperio que llegó al poder por medio de la guerra, rigiéndose por ella.

La degeneración y transformación de las Olimpiadas se presentaron poco a poco, existe la anécdota de que las Olimpiadas fueron prostituidas por Nerón en el año 67 d.C. cuando

²³ Ibid. pág. 13

se inscribió en los juegos y ganó todas las pruebas en las que participó, puesto que los demás competidores sabían lo que les convenía. Lucio Cornelio Sila saqueó Olimpia en el año 86 y el cristianismo abolió los Juegos por paganos en el año 394 d.C.

Teodosio I el Grande prohibió su celebración, tanto Teodosio II como Honorio destruyeron la Olimpia en el año 426.

Tuvieron que pasar casi quince siglos para que las Olimpiadas volvieran a surgir después de ser descubiertos algunos hallazgos en la llanura de la antigua Olimpia en 1829 por Francia y en 1875 por unos arqueólogos alemanes. Con este descubrimiento se abrió el espíritu deportivo, el deseo intenso de reanudar las Olimpiadas. Bajo este espíritu hubieron varios intentos de crear las Olimpiadas modernas, primero los mismo griegos en 1859 con el señor Zappas y después en 1870, 1875 y 1889; todos estos esfuerzos fracasaron porque todavía no se gestaba tan fuerte el deseo de organizar un evento de tal magnitud en la sociedad. Zappas era una persona muy rica y gastó gran parte de su fortuna en la búsqueda de recrear los Juegos Olímpicos pero le faltó organización y apoyo para lograrlo.

Fueron los franceses los que iniciaron las Olimpiadas modernas primero en 1892 donde todavía no se obtuvo el resultado esperado; pero gracias a la ayuda, apoyo, organización, motivación, audacia y disciplina del barón francés Pierre de Coubertin se inauguraron las primeras Olimpiadas de la era moderna en 1896 en la ciudad de Atenas. A los 29 años de edad, el barón de Coubertin se propuso restablecer aquella manifestación deportiva, y en 1896 obtiene su primer evento el cual desde ese momento se viene celebrando cada cuatro años, excepto en tres períodos a causa de las dos guerras mundiales.

Cuando el barón de Coubertin comenzó a soñar con las Olimpiadas tenía presente que los franceses habían encontrado y restaurado el templo de Zeus en Olimpia, y que los alemanes habían descubierto todo el recinto de los antiguos juegos después de seis años de trabajo; así Grecia conservó todo pedazo de mármol recuperado de su esplendor olímpico.

Las Olimpiadas fueron competencias atléticas que la misma juventud exigía, en aquel entonces, Inglaterra y Estados Unidos ya eran dos potencias deportivas, pero poco a poco otras naciones europeas se integraban a este evento mundial deportivo. Esto fue un gran logro, ya que en ese tiempo sólo se contaban con algunas federaciones y sociedades deportivas, y en su mayoría a nivel nacional, eran muy pocos los eventos que se podían realizar a nivel internacional. Por lo cual, **Pierre de Coubertin plasmó su idea** en el diario "El Francés", donde denunció los viejos sistemas educativos y organizó unas competiciones interescolares en el Sena. En 1892 pronunció una conferencia histórica en la Universidad de La Soborna, en París, donde anunció su propósito de restaurar los Juegos a la Unión Deportiva en París "El comercio libre del futuro debe ser el de la explotación de corredores, esgrimistas, campeones... la causa de la paz tendrá

mucho que ver con el atletismo"²⁴ Y con esta idea en 1894 realizó un Congreso para deportes y presentó su plan a otros líderes deportivos de su tiempo. Donde también expuso que "Olimpia y las Olimpiadas simbolizan toda una civilización., superior a las naciones, ciudades, héroes militares y hasta a las antiguas religiones"²⁵ Aunque su propuesta fue muy aplaudida , durante dos años anduvo buscando fondos y apoyos para conseguir, en un congreso ante quince países, el compromiso firme de esas naciones. Un gran problema que se presentó fue que el gobierno de Grecia se encontraba en banca rota.

Después de este congreso los delegados entusiasmados no se esperaron hasta 1900, el año que estaba pronosticado para iniciar este evento, sino que en 1896, en Atenas se realiza la primera Olimpiada de la era moderna.

Por el auge que tuvo este evento se procedió a la elección de un Comité Olímpico que se formó como rector con la autoridad plena y la soberanía de los juegos. Así el sueño de Zappas y Coubertin ya era una realidad. El primer Presidente del Comité fue un griego Vikelas quien había formado parte en los fracasados Juegos de Zappas. Un francés, Michel Breál, delegado de Francia, instituyó el premio más codiciado para el maratón.

Durante la celebración de los Juegos correspondientes a la VIII Olimpiada Moderna, celebrados en París en 1924, el Comité Olímpico Internacional dio a conocer la principal innovación: creación e iniciación de los Juegos Olímpicos de Invierno, que se celebraron en ese mismo año en Francia, en Chamonix, y que se instituyeron como un torneo aparte para ampliar el radio de acción de las olimpiadas: más deporte; y especialmente, para incluir las actividades deportivas de invierno.

De 1896 al 2000 se han presentado varias olimpiadas cada cuatro años, los XXVII Juegos Olímpicos se celebraron del 15 de Septiembre al 01 de Octubre del 2000 en Sydney, Australia, sirvieron para cerrar los grandes eventos deportivos del siglo XX y otorgar el relevo al nuevo milenio; en realidad el orden numérico de Sydney debería ser la XXIV olimpiada, aunque el Comité Olímpico Internacional mantiene las fechas de 1916, 1940 y 1944 como años olímpicos pero no llegaron a celebrarse debido a las dos guerras mundiales.

Como el interés principal de este trabajo es exponer sobre los valores deportivos, no es trascendente ampliar el conocimiento sobre cada olimpiada, por lo tanto se dará una explicación de las últimas olimpiadas para que en forma rápida se observe el cambio de concepto y perspectiva entre las Olimpiadas Antiguas, las de la primera Olimpiada Moderna y la última.

Desde septiembre de 1993, cuando Sidney salió ganadora como sede de las Olimpiadas, la ciudad empezó a prepararse frenéticamente para recibir a decenas de miles de visitantes. Se efectuó mucho trabajo para limpiar la zona, construir instalaciones de talla

²⁴ Ibid. Pág. 19

²⁵ Ibid Pág. 19

mundial y transformar viejos vertederos y una serie de pantanos, en parques y estuarios que abarcan 760 hectáreas de terreno.

La villa olímpica de Sidney, se edificó para albergar a todos los atletas, además de las autoridades. Es la mayor villa del mundo alimentada por energía solar. El Super Dome, centro de deportes y espectáculos cuenta con la cubierta más grande de todo el hemisferio sur y con la mayor central privada de energía solar de Australia.

Bajo un lujo sin precedentes se dieron las últimas Olimpiadas que hasta el momento se hayan realizado. Pero aparte de las múltiples competencias que se presentaron en diferentes actividades deportivas donde hubo momentos emotivos y momentos de tristeza; donde se siguió dando el dominio estadounidense en la competencia por las medallas, se pueden advertir los siguientes puntos:

1.-En la actualidad las pruebas se han diversificado enormemente con respecto a los orígenes olímpicos y existen gran variedad, desde la prueba mítica del atletismo, el famoso maratón- creado en honor a Filpedes, el corredor que cayó muerto al dar la noticia de la victoria de las fuerzas atenienses en la batalla de Maratón- que consiste en correr 42 kilómetros, pasando por las competencias de velocidad y medio fondo, los saltos, lanzamientos y las multipruebas: decatlón, heptatlón y el triatlón; ésta última modalidad tuvo consideración de prueba olímpica por primera vez en Sidney.

2.-Una de las condiciones que los atletas tenían de aforo era que para poder competir deberían ser "amateur", condición que estaba estrictamente amparada y que "quedó vacía de contenido con el devenir de los tiempos y el desarrollo de las comunicaciones y los jugosos contratos de publicidad que se reparten por todo el mundo"²⁶. Como ahora se puede observar a profesionales competir en diferentes disciplinas como en el caso del Básquetbol con el llamado "Dream Team".

3.-Por décadas ya, bastantes deportistas han utilizado drogas para aumentar su rendimiento y aventajar a sus competidores, las Olimpiadas no son una excepción. De hecho, en la actualidad, veinticinco años después de implantarse controles antidopaje que son rigurosos, el uso de sustancias prohibidas entre los deportistas olímpicos continúa siendo un problema.

Algunos atletas recurren a los esteroides, para aventajar a los demás. Otros optan por los estimulantes. Las hormonas humanas del crecimiento son populares entre los velocistas y demás deportistas de fuerza, porque los ayudan a recuperarse pronto de los intensos ejercicios e incrementan su fuerza muscular. La eritropoyetina sintética, elaborada mediante ingeniería genética, se ha convertido en droga preferida de muchos corredores, nadadores y esquiadores de fondo porque estimula la producción de glóbulos rojos y con ello aumenta su resistencia física.

²⁶ MEDINA, J.A.EFE Reportajes www.aol.com

El doctor Robert Voy, ex director de los controles antidopaje llamó a los atletas "un laboratorio andante; los Juegos Olímpicos se han convertido en un campo de pruebas para médicos sin ética, químicos y otros científicos"²⁷

El doctor Donald Catlin, director de un laboratorio de Estados Unidos especializado en este campo, dice "El atleta astuto que quiere doparse ha pasado a sustancias que no podemos detectar"²⁸

4.-Es un asunto real el manejo de dinero que tienen los Juegos Olímpicos, mueven enormes sumas de dinero. Se han originado grandes audiencias, de las cuales se han desarrollado lucrativos paquetes publicitarios, con lo que el patrocinio de los juegos se ha convertido en un magnífico instrumento comercial. Por ejemplo "las Olimpiadas de 1988, en las que nueve multinacionales pagaron al COI un total de más de 100 millones de dólares por concepto de derechos de comercialización. Los juegos de Verano de 1996, celebrados en Atlanta, produjeron 400 millones de dólares por el mismo concepto. Y esto no incluye los derechos televisivos. Una cadena de televisión estadounidense pagó más de 3,500 millones de dólares por los derechos de emisión de los Juegos Olímpicos desde el año 2000 hasta el 2008, y hay informes de que en un período de cuatro años, once patrocinadoras mundiales tendrán que pagar 84,000,000 de dólares cada una".²⁹

Un caso similar se presenta en los Mundiales de Fútbol, que es ahora el deporte más popular mundialmente. Se calcula que son unos mil millones de personas que contemplan las jornadas inaugurales y final de los Campeonatos Mundiales. El deporte en sus variadas formas y organizaciones conoce un número cada vez más creciente de espectadores. Se puede hablar de un verdadero movimiento de masas.

Con todo este contexto "las Olimpiadas tiempo atrás representaron el ideal de la excelencia humana, en la actualidad son principalmente una oportunidad de hacer dinero, y lo que representan es la codicia humana"³⁰

Como se puede observar este movimiento deportivo ha tenido ajustes durante todo el tiempo algunos positivos y otros negativos, por lo tanto es importante citar dichos factores para tener un parámetro de evaluación y poder hablar posteriormente de los valores del deporte y su difusión masiva por los medios de comunicación.

²⁷ DESPERTAD, Las Olimpiadas ¿qué ha sucedido con los ideales? 08 Septiembre de 2000 pág.5

²⁸ Ibid. Pág. 5

²⁹ Ibid. Pág. 6

³⁰ Ibid. Pág. 6

FACTORES POSITIVOS DEL DEPORTE

Se ha visto que el deporte es una actividad humana que ayuda al desarrollo integral del hombre, pero ¿de qué forma ayuda o interviene en este proceso?

El barón de Coubertin expresó una vez "Oh deporte...tú eres la paz"³¹. De seguro se refería al deporte como una actividad donde se desarrollan las virtudes humanísticas y sociales.

Otro lema del mismo barón fue "Lo importante no es ganar, sino competir".³² Que apoya la convivencia pacífica y al impulso del progreso.

El lema que utilizaron los antiguos griegos "Mente sana en cuerpo sano". Que es parte de la formación integral del hombre.

El deporte en las comunidades ex soviéticas utilizaban el lema de "El récord principal es la salud, la salud del pueblo es la riqueza del país"³³. La búsqueda del bien común.

Y un sin fin de lemas o frases que son consideradas como universales y creadas en el fortalecimiento del hombre por medio del deporte. Pero ¿en qué forma lo fortalece? **Fortalece su cuerpo, alimenta su espíritu, estimula y hace sentirse más apto en sus actividades cotidianas, lo mantiene con energía, le ayuda a conservar el buen humor y a no desanimarse en situaciones difíciles.** El deporte tiene que ir a un encuentro con el hombre. El doctor Cagigal explica la parte filosófica del deporte con el estudio de la antropología, donde deduce que la acción física humana, sobretodo la ejercitación manual, es un hecho tan inteligente como el desarrollo verbal "el hombre que ha ido abandonando la actividad física en un proceso de sedentarización; necesita volver a la actividad; si no obligada, al menos voluntaria: El deporte. No sólo para que el cuerpo no se convierta en un parásito, fuente de achaques y neurosis, sino para el equilibrio de la propia inteligencia humana"³⁴

El profesor Jorge Quintana quien a impartido clases de Educación Física a adolescentes de secundaria y jóvenes de preparatoria desarrolló un esquema de las tres disciplinas más importantes donde se desarrolla el deporte en el hombre (FUGURA 1):

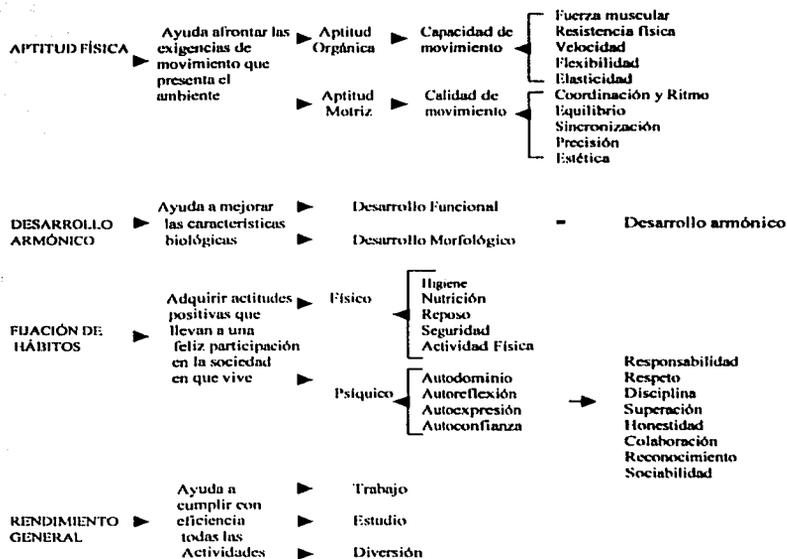
³¹ CAGIGAL, José. ¡Oh Deporte! Anatomía de un gigante Editorial Miñón. España. 1981 Pág. 7

³² COMPENDIO DEPORTIVO. Almanaque Deportivo mundial, Editorial América. México 1976, pág. 10

³³ CULTURA FÍSICA Y DEPORTES. RRS de Bielorrusia. Eitorial Belarus pág.198

³⁴ COMPENDIO DEPORTIVO. Almanaque Deportivo mundial, Editorial América. México 1976, pág. 4

FIGURA I



La parte que este trabajo tratará con más empeño es la educación y formación de los hábitos y valores que el deporte ofrece. El hombre sin duda alguna es un ser social, desde que nace está relacionado con otros seres humanos empezando con la madre y la familia y posteriormente con las formas de estructura social de las diferentes comunidades humanas, a esto se le llama vida social de la persona. De aquí se desprende la inmensa variedad de fórmulas sociales producidas por la cultura.

Mas allá de las diferentes culturas y formas de concebir la vida, la conducta interrelación del hombre es básicamente la misma porque cualquiera que sea la concepción filosófica de él mismo, es un ser racional, entre otras cosas porque piensa, reflexiona, es autoconsciente y es un ser movido por valores. Por lo tanto es importante conducir y orientar a una educación de valores donde el hombre pueda interactuar con los demás como parte de su desarrollo y evolución tanto individual como social.

En el siguiente capítulo se expondrá acerca de los valores, pero en esta parte cabe señalar que unos de los factores positivos que brinda el deporte son precisamente los valores.

Naturalmente el deporte no es la faceta más importante de la vida, ocupa de alguna manera, un puesto secundario, que a nivel individual o de pequeño grupo a una relación macro – social sirve como alternativa de espontáneo y desnudo entendimiento humano al margen de la vida cotidiana en la que la sociedad esta encasillada; la práctica deportiva es una alternativa periódica, un reconstituyente psíquico frente al proceso de creciente robotización que la gran mayoría de los humanos están teniendo actualmente.

El deporte no es más importante ni mejor que la vida seria. Si toda la vida se transforma en deporte, éste perdería su principal virtud de alternativa dialéctica. Pero no sólo es juego el deporte, sino como alternativa dialéctica ayuda a la educación del hombre.

Es bueno recordar aquellas clases que a la mayoría de los niños hace tan felices, la clase de Educación Física, que tan solo con unos tenis y un pants se reúnen en el patio del colegio y se exponen a convivir con los demás compañeros en una hora de esparcimiento, diversión y educación. Muchos se preguntarán ¿Educación?, si sólo es una hora para relajarlos.

Si se reflexiona acerca de lo aprendido durante esa hora de "juego" se daría más crédito al deporte en general, por intervenir algunos valores en esa hora escolar y donde los niños pueden aprender y practicar en ese momento y para toda su vida los valores en forma activa o pasiva, y con el ejercicio, juego y competencia deportiva (sin ser a nivel profesional) lo fortalecería más como persona:

Disciplina	Un horario específico de clases, uniforme limpio, atender y cumplir.
Perseverancia	No darse por vencido, sino seguir adelante.
Humildad	Reconocer que a veces somos superiores, pero siempre hay otro mejor.
Sencillez	Saber ganar.
Respeto	Con la clase, con su profesor, con sus compañeros y lo más importante, con uno mismo.
Honestidad	Competir sin trampas, sobornos, corrupción.
Amabilidad	No ser impulsivos ante emociones, sino saber armonizar el momento.
Salud mental	Al ser un juego sano, trae consigo pensamientos positivos y ágiles.
Salud física	Oxígeno y movimiento para todo el organismo.
Educación	Comprender que hay reglas a seguir.
Inteligencia	Mantener la mente abierta para cualquier situación.
Capacidad	De actuar ante cualquier situación.
Unidad	Trabajar en equipo.
Solidaridad	Ayudar a los demás para el bien común y con uno mismo.
Etc...	

Valores que ayudan a la integración y trascendencia del hombre, a las ganas de vivir, de vivir en armonía, de respetarnos como personas antes que nada, y de llegar a una comunicación real.

LOS FACTORES POSITIVOS FORTALECEN AL DEPORTE

En la parte anterior se observó la importancia del deporte en la vida del hombre, pero ahora es importante distinguir los factores que ayudan a fortalecer al deporte para que sea impulsado en la sociedad.

Por ejemplo: se ha hablado mucho de las Olimpiadas durante este capítulo y es precisamente por ser un factor positivo que fortalece al deporte si se enfoca a los ideales de la misma. "El símbolo olímpico consiste en cinco anillos que representan los continentes del mundo: África, América, Asia, Australia y Europa. Están entrelazados para simbolizar la amistad deportiva de todos los pueblos"³⁵
Otro ideal es el lema olímpico "Citius, Altius, Fortius"(frase en latín que significa: "más rápido, más alto, más fuerte")³⁶

Con esto se puede advertir que los ideales son lograr la **paz, hermandad y buena voluntad internacional**. Y para esto es importante desarrollar actividades y competencias deportivas a todos los niveles: individual, escolar, colonial, delegacional, municipal, estatal, nacional e internacional.

Esta labor se debe de enseñar como un **buen hábito desde pequeños** a los niños para que aprendan a desempeñarlo como parte de su vida cotidiana, y que esta se vaya desarrollando según las aptitudes, circunstancias y necesidades de la persona.

Por lo tanto los factores positivos que fortalecen al deporte son la **educación, orientación, difusión, apoyo, organización del deporte**.

Para eso es importante la contribución que hagan o la aportación de los medios de comunicación para poder promover e impulsar de forma masiva al deporte.

Actualmente existe mucha información sobre el deporte, pero la cuestión es observar cómo se presenta, con qué fin primario, a quién se quiere apoyar, qué objetivo social tiene, qué objetivo individual existe, etc.

Posteriormente se hará una semblanza del enfoque deportivo que existe actualmente, el punto de referencia que sigue para terminar éste capítulo es hablar de los factores negativos que debilitan al deporte.

³⁵ DESPERTAD, Las Olimpiadas ¿qué ha sucedido con los ideales? 08 Septiembre de 2000 pág.5

³⁶ Ibid. Pág.5

FACTORES NEGATIVOS QUE DEBILITAN AL DEPORTE

Como se ha visto son muchas las virtudes de llevar una vida deportiva, aunque no sea a nivel profesional; pero en los últimos años existen o intervienen algunos factores que debilitan al deporte, como en las Antiguas Olimpiadas donde en Grecia se dio el esplendor de los juegos Olímpicos y se degradaron cuando Roma llega al poder y empieza a "prostituir" al deporte en sólo espectáculo, que terminó con una carnicería humana, a lo que se le llamó el "Circo Romano".

Ya por décadas se han visto algunos factores que están debilitando el reconocimiento del deporte como una actividad que fortalece el desarrollo y crecimiento humano. Por ejemplo el consumo de drogas es una de los factores más importantes que hoy en día están paradójicamente vinculados con el deporte; anteriormente ya se citaron algunas referencias sobre este punto; es necesario mencionar que esto puede ser respaldado por la ideología de competir no para convivir, sino para ganar a cualquier precio. Por eso un atleta al querer aumentar su rendimiento y aventajar a sus competidores llegan algunos al consumo de drogas. Otro factor que interviene en este punto es el **engrandecimiento y elogio mal encaminado** que en ocasiones se les da a los atletas, los cuales no maduran la situación y llegan a la **adicción, a la violencia, al armamento, a la delincuencia**. Cuestiones que en el siguiente capítulo se ejemplificarán con algunos acontecimientos.

Otros factores que se presentan por el mismo caso son el **soborno y la corrupción**, no se deja ser al deporte por sí solo, sino por la economía política que hay en la actualidad muchas veces se llegan a observar dichos factores. Hasta en las pequeñas competencias existe en ocasiones este tipo de actividades que degradan al deporte.

La **mercadotecnia** es un factor que es indispensable en la actualidad, pero el abuso de éste es el que hace degradar al deporte, o el uso de mensajes o productos mal dirigidos.

La **falta de valores** es el factor más negativo que degrada al deporte, si los hombres tuvieran bien definidos dichos valores, no habría porque llegar a los puntos anteriormente citados.

Para terminar este capítulo hay que recordar lo siguiente:

Grecia ▶	Cultura a favor del hombre	▶	Antiguas Olimpiadas	▶	Resplandor
Roma ▶	Cultura de guerra y poder	▶	Circo Romano	▶	Degeneración
Barón Coubertin ▶	"El objetivo no es ganar, sino competir"	▶	Inicio Olimpiadas modernas	▶	Resplandor
Sidney ▶	Ganar a cualquier precio	▶	Olimpiada actual	▶	¿?

¿Hacia dónde va el deporte?

CAPÍTULO 3

"No hagas el mal y no existirá"

-Leon Tolstói
La disciplina es la parte más importante del éxito.
T. Capote.

VALORES HUMANOS

....Parte del hombre o creación del hombre para el bien común.

INDUCCIÓN AL CAPÍTULO

Este tercer capítulo es muy importante e innovador para la expositora, porque al momento de querer investigar este tema de trabajo nunca advertí la profundidad y trascendencia de los valores.

En forma concreta y personal los valores son las herramientas que el hombre ha empleado durante su vida para hacer de este mundo caótico, la forma más armónica posible de vivir con los demás y con el mismo. Lo que se le puede llamar la búsqueda del bien común, es decir el bien para todo y todos. En ese momento tenía en la cabeza que los valores eran muy importantes, y que los Medios de Comunicación tenían que apoyar su orientación, educación y difusión; y que el deporte como disciplina humana que ayuda al desarrollo integral del hombre y siendo una actividad que se conjuga con el entretenimiento y la diversión, podría ser una mancuerna con los medios para apoyar y trabajar juntos en esta tarea de hacer consciente que los valores son fundamentales para el bien personal y común.

Sin continuar mas acerca del objetivo de este trabajo, porque parecerá introducción del mismo más que una reflexión del tercer capítulo; ahora que se presenta este punto de los valores, la concepción acerca de ellos se ha profundizado, y no por deducir si es mejor o peor, sino porque al ir leyendo diferentes textos bibliográficos sobre los valores e irlos analizando poco a poco descubro que los valores humanos son más significativos y trascendentales de lo que concebí en un primer momento.

Para empezar este apartado fue costoso aterrizar la idea fundamental de los valores, porque de ella se desprendería su desarrollo, jerarquización y la existencia entre sí.

Lo primordial es definir el concepto de valor y señalar su parte humana. Posteriormente puntualizar que el hombre no está solo y que pertenece a un núcleo llamado sociedad y que debe mantener con este núcleo cierto tipo de relaciones donde los valores juegan una parte fundamental.

Además es necesario presentar un listado de valores para tener en mente de qué estamos hablando y otro de anti-valores porque en la mayoría de las ocasiones se entiende mejor el significado de una palabra al interpretar la acepción de su antónimo. Por

ejemplo, a un niño es más fácil decirle lo que no se debe hacer a lo que se debe hacer para que lo comprenda mejor.

De esta forma cualquier persona, podrá analizar la jerarquización de los valores y darles un significado para su vida. Para terminar se hará una reflexión sobre la intervención de los valores en el deporte.

ACEPCIÓN GENERALIZADA

El valor se identifica en sí con el **verdadero bien**. Se refiere a la propiedad trascendental del ser, al momento de no ser indiferente frente a las facultades estimativas del hombre. Pero, a qué se le denomina el verdadero bien. Para poder definir este concepto hay que desglosar los términos "verdad" y "bien". La verdad propiamente dicha, es "una noción trascendental a la que tiende la operación del raciocinio o razonamiento y se relaciona con lo real y existente"³⁷. El bien se define como "la noción trascendental que tiende a una bondad más allá de toda crítica. Es la noción que hace surgir las cuestiones pertinentes a la deliberación. El bien humano es individual y social."³⁸ Por lo tanto se puede definir al valor como "una noción trascendental que tiende a la bondad que está más allá de toda crítica. De manera que si objetivamos el contenido del **tender a responsable** obtenemos el concepto del valor y del bien verdadero. En orden ascendente se distinguen: valores vitales, sociales, culturales, personales y religiosos"³⁹

Al referirse al bien humano se habla de **los valores como humanos** por tratarse precisamente de los valores del hombre humanizado; el homo humanus; aunque algunas esferas axiológicas parezcan más cercanas a lo animal o a lo divino, por darles el mismo hombre su significado y abocarse a su realización, al fin de cuentas son determinados como humanos. En el hombre mismo está la fuente del valor y la ética. Este universo axiológico constituye un puente entre la condición humana y el ser y lo que permite que no exista indiferencia frente al mundo por medio de las facultades estimativas del hombre.

Toda esta axiología no podría ser posible si no estuviera presente el motor que mueve todo cambio: **la voluntad**. Esta surge del fondo mismo del deseo, porque siempre la razón se ve teñida de su emotividad; y se perfecciona conforme a la personalidad, cultura y educación que adquiera cada persona. Así es que con voluntad el hombre puede actuar según los valores que le convengan en un momento dado, procurando con esto armonizar de él, si se habla en términos del ser humano.

Se puede definir a los valores como una parte del hombre que surge de su ser y del deseo a través de su voluntad, y que a su vez han sido creados para obtener y equilibrar el bien común, el bien verdadero.

³⁷ YUREN, Adriana. Conocimiento y Comunicación (estructuras para una ciencia). Ed. Alhambra Mexicana. 1994. Pag. 399

³⁸ Ibid. Pag. 388

³⁹ Ibid. Pag. 399

Por lo tanto los valores son parte del hombre y creación de él.

EXISTE UN MUNDO QUE RODEA AL HOMBRE

Pero... el hombre no está solo, vive en un mundo. El hombre depende de todo aquello que lo rodea desde lo natural hasta lo material; de los seres vivos como la flora y la fauna; de una familia y de un núcleo colectivo llamado sociedad. Desde que nace el hombre se ve necesitado de los factores anteriormente señalados, y es necesario y prescindible vivir en armonía con ellos. **La concepción del ser no esta en él yo sino entre yo y tú... el hombre vive en su ser cuando sabe responder al tú, considerando al tú como toda persona u objeto que se relacione con él yo.**

Al armonizar estas relaciones es cuando el hombre llega a su plenitud personal y al bien común, al bien verdadero. Pero es precisamente lo más complicado que existe ¿Por qué? Porque cada persona, cada sociedad, tienen su propia cultura con sus propios intereses y sus propias necesidades. Se puede entender como cultura al conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o grupo social en un período determinado; a través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, cuestiona sus realizaciones, busca nuevos significados y crea obras que le trascienden. Entonces, con esta diversidad cultural, ¿Cómo llegar a esta armonía? Aquí es precisamente donde intervienen los valores, como parte y creación del hombre.

Si el deseo del hombre es llegar a la armonización de su vida personal y colectiva, y al mismo tiempo crear en los demás esta conscientización se tiene que valer de uno de los factores más trascendentales que existen, el amor, como escribió el profesor Eduardo Garza "Es el tú del ser amado lo que me constituye como un yo, en él me reconozco finalmente, descubro y actualizo lo mejor de mi potencial, los más altos valores a los que puedo aspirar".⁴⁰ El amor es trascendental no sólo por el ámbito del tiempo, sino también por ser visible y experimental y como dice el Profesor Garza, el trascender no significa negar, ignorar o reprimir la realidad trascendida – lo que se define como el tiempo, sino que implica justamente vivirla y asumirla plenamente para que desde ese punto se pueda ver y llegar a una realidad cualitativamente distinta y superior.

Para entender más este concepto es importante señalar el concepto de la palabra trascendental que tanto se ha señalado en este trabajo "Es el campo ilimitado, fuera del cual no hay nada. El campo trascendental no se define por lo que el hombre conoce o puede conocer sino por todo aquello acerca de lo cual puede preguntar. La palabra trascendental se emplea en sentido análogo al escolástico, opuesto al sentido categorial o predicamental y en el sentido kantiano en la medida que saca a la luz las condiciones de posibilidad de conocimiento de un objeto, en la medida que este conocimiento es a priori".⁴¹

⁴⁰ GARZA Cuellar, Eduardo. Comunicación en los valores. Ediciones Coyoacán. México. 2000. Pág. 35

⁴¹ YUREN, Adriana. Conocimiento y Comunicación (estructuras para una ciencia). Ed. Alhambra Mexicana. 1994. Pag. 399

Es decir, al hablar de la palabra trascendental es creer en una realidad superior a la adquirida mediante la experiencia de los sentidos o una clase superior de conocimiento que es logrado por la razón. En su concepto filosófico Platón fue el primero en desarrollar esta palabra porque afirmaba la existencia de la bondad absoluta, que caracterizó como algo más allá de toda descripción y como aprehensible en último término sólo gracias a la intuición.

Posteriormente otros filósofos con tendencias religiosas estuvieron influenciados por el pensamiento de Platón, donde aplicaron este concepto de trascendencia a la divinidad, porque Dios no puede ser comprendido por la experiencia humana, porque existe fuera de la naturaleza. Este principio es fundamental en las escuelas ortodoxas del cristianismo, el judaísmo, y el islam. Este término fue utilizado en un sentido más limitado y técnico por los defensores de la escolástica a finales de la edad media para señalar conceptos de una generalidad sin restricciones que afecta a todo tipo de materias, donde reconocían seis conceptos: la esencia, unidad, bondad, verdad, materia y algo.

El filósofo alemán Emmanuel Kant fundó con su pensamiento la escuela Kantiana donde hacía una división entre los términos trascendente y trascendental. El primero esta situado para entidades como Dios y alma, las cuales se creen existentes fuera de la existencia humana y son por lo tanto incognoscibles; y el segundo para indicar a priori formas de pensamiento, es decir, por los principios innatos con los que la mente configura sus percepciones y hace inteligible la experiencia. En pocas palabras, Kant basó su estudio en el pensamiento puro y sus formas a priori.

Así que esta realidad que es auxiliada por el amor sólo puede ser posible y tangible al momento de dar a cada valor, su valor real (valga la redundancia), el profesor Eduardo Garza en su libro "Comunicación en los valores" transcribe las palabras de Don Manuel García Morente "el valor no es conocido como tal valor hasta que llega un hombre en la historia, que de pronto tienen la posibilidad de intuirlo; y entonces lo descubre en el sentido pleno de la palabra descubrir, y ahí está. Pero entonces no aparece como algo que no era y ahora es sino como algo que antes no era intuido y ahora es intuido."⁴² Esto es porque cada valor es importante, solo falta estar consciente de él, y con esa misma importancia hay que integrarlos, pero en una integración armónica y con esta armonización llegar al punto de partida que es la armonización de las relaciones del "yo con mi yo" y el "yo con el tú" para llegar al bien común, al bien verdadero.

Este pensamiento no sólo es teórico o utópico porque "Los valores se hacen continuamente presentes en nuestro caminar por la vida, le dan una densidad, un sentido y una profundidad especial; constituyen una realidad con la que vivimos y nos encontramos cotidianamente"⁴³

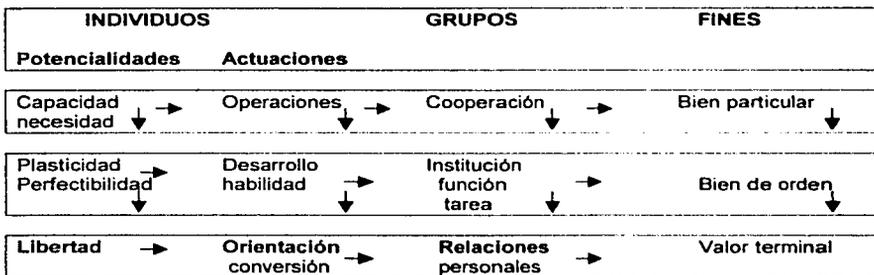
⁴² GARZA Cuellar, Eduardo. Comunicación en los valores. Ediciones Coyoacán. México, 2000. Pág. 54

⁴³ Ibid Pág. 97

Si se observa la siguiente figura se advertirá la forma en que se desenvuelve el bien verdadero en la vida cotidiana del hombre (FIGURA 1).

FIGURA 1

LA ESTRUCTURACIÓN DEL BIEN HUMANO



Los términos de esta estructura se relacionan tanto en forma vertical como horizontal, por ejemplo:

1. Los individuos tienen capacidad para operar, auxiliándose por la cooperación y así se procuran bienes particulares.
2. La perfección se desarrolla con habilidades de acuerdo a las funciones de las instituciones para llegar al bien de orden.
3. Para obtener la libertad se necesita de la orientación y la conversión, y para esto se requiere de las relaciones personales para obtener los valores.
4. Los individuos tienen la capacidad y la necesidad de la perfección para llegar a obtener la libertad.

Socialmente el hombre ha tenido que ir realizando disciplinas conforme al derecho como es lo jurídico y lo legal para poder darle un orden a la misma sociedad. Esta ha sido una medida necesaria para entenderse, ayudarse y permanecer unidos. Pero por encima de lo jurídico y lo legal el hombre por naturaleza necesita de la convivencia y la vida en sociedad; frente a una estructura dual (público-privada).

Esta es la esencia y la importancia de los valores, pero estos han tenido una gran evolución en diferentes épocas y se han desarrollado en diferentes pensamientos. Sería muy amplio extenderse en la explicación de los valores a través de la historia por lo cual solo se señalará un cuadro donde se exponen algunas de las principales corrientes y pensamientos. Antes de presentar dicho cuadro es importante identificar los parámetros de la conciencia del hombre para llegar a concebir o interpretar las diferentes corrientes que han manejado el concepto de valor en su filosofía o en su ética, a través de sus

cuatro niveles de conciencia: el empírico, el intelectual, el racional y el de responsabilidad (FIGURA 2).

FIGURA 2

EL DINAMISMO DE LA CONCIENCIA RESPECTO AL VALOR

Niveles de Conciencia	Actividades	Formas en que se presenta el valor
Empírica	Aprehensiones de valor	Sentimientos espontáneos
Intelectual	Formulaciones de posibilidad de autotranscendencia	Comprensión de algo como valor
Racional	Autotranscendencia cognoscitiva (afirmación del valor)	Juicio de hecho (algo es o no es)
Responsable	Autotranscendencia (opción por el valor)	Aprehensiones del valor Juicios de Valor (algo es bueno o no)

En forma concreta el valor se presenta por sentimientos espontáneos, sentimientos que se llegan a percibir en el momento que se llega conscientemente a advertir su importancia y posteriormente darle un juicio de apreciación bueno o malo.

Ejemplo:

Un bebé cuando nace por sentimiento espontáneo va a tenerle amor a la figura materna, posteriormente él va a percibir que existe una unión de amor con esa figura materna, conforme pasa el tiempo va a ser consciente que es importante esa unión con la figura materna y terminará calificando si es buena o mala dicha unión maternal.

Así como el bebé adquiere en sus diferentes niveles de conciencia el valor de amor con su madre, cada individuo en cada momento va reaccionando a los diferentes valores que se le presentan y los va haciendo suyos según su conclusión de responsabilidad ante él y la sociedad.

Este es un ejemplo a nivel individual, pero a nivel social han existido grandes corrientes tratando de explicar la interacción de dichos niveles en los valores para el bien social (FIGURA 3).

Corriente Axiológica	Fuente del Valor	Concepto del Valor	Concepto del hombre subyacente	Implicaciones en el ámbito de la comunicación	conclusiones críticas
El naturalismo psicológico de VON EHRENFELS	El hombre atribuye valor a las cosas que desea por el hecho mismo de deseaslas	Valioso es aquello que puede ser deseado por el hombre (sin entender esto que lo que el hombre desea sea digno - en sí - de ser deseado	El hombre es un ser fundamentalmente corpóreo - sus tendencias y deseos se vinculan a un placer esperado de tipo más bien material - Es imposible fundamen- tar la existencia de una naturaleza común a los hombres	Nada puede garantizar la existencia valores comunes entre los hombres Es por tanto imposible servirnos de los valores como criterios sólidos de comunicación	Esta teoría se contradice, ya que la afirmación de que lo valioso es idéntico a lo deseable lleva implícito un juicio de valor previo a toda afirmación - Además es difícil aceptar que el calificar algo como "deseable" no se admita que es digno de ser deseado
HEDONISMO	El hombre atribuye valor a las cosas según el grado de placer esperado en su obtención	Valioso es aquello que produce placer al hombre siendo la naturaleza del placer de tipo fundamen- talmente corpóreo	El hombre es un ser cuya felicidad consiste en el reposo resultante de la satisfacción de los apetitos corporales y el disfrute del placer que esto trae consigo	La comunidad de los valores es imposible al ser la fuente de éstos el placer corpóreo que es intransferible por principio	Tiene que recurrir a un principio ajeno al placer al intentar reducir al valor a éste último - Además así el de persona es el de un hombre en reposo, pobre, carente de aspiraciones altas
El positivismo sociológico de DURKHEIM	La sociedad, entendida como una persona moral cualitativamente distinta de los individuos que la conforman, es la única fuente y parámetro del valor.	El valor es aquello que la sociedad, autoridad externa y superior al hombre, impone a la persona individual.	El hombre es una parte de la socie- dad, un individuo - La sociedad se constituye en la única autoridad mor- tal para el hombre por tener una per- sonalidad cualitativamente distinta y superior a la de éste	La comunicación que se puede establecer tomando como criterio los valores así entendidos sería pobre en calidad y contenido, además las formas de convivencia derivadas de ella pueden ser ajenas- e incluso - contrarias al desarrollo humano integral.	Atribuye a la sociedad un rango de personalidad autónoma que no le corresponde, la sociedad así entendida puede volverse contra el valor real de la persona singular y obstaculizar su desarrollo. Además, se contradice al revelar un sentimiento de obligación previa a toda incidencia social.

Corriente Autores	Fuente del valor	Concepto del valor	Concepto del hombre subyacente	Implicaciones en el estudio de la comunicación	comentarios críticos
El convencionalismo social de HOBBS	El contrato social que el hombre crea para protegerse de su propia agresividad crea los valores que rigen su relación	El valor es una creación artificial humana que surge cuando el hombre por su instinto de conservación entrega al Estado encarnado en el Príncipe su libertad al cambio de protección que éste le brinda contra los otros hombres	El hombre es un ser puramente material - igual que los demás seres que constituyen la realidad cuya inclinación natural lo lleva a la autodestrucción (homo homini lupus). Esto lleva al ser humano a crear normas que le permitan salir del estado de guerra y lograr la convivencia social proporcionándose así una segunda naturaleza social	La comunicación que toma los valores de Hobbes como criterio común para su realización es posible pero no promueve el desarrollo integral de la persona individual ni puede llegar a formas profundas de comunicación fundamentándose en valores inferiores de la jerarquía axiológica	La axiología artificial propuesta por Hobbes no promueve al hombre como tal sino que frustra el desarrollo de sus tendencias naturales
El objetivismo social de DON ANTONIO CASO	La sociedad es el gran sector de la realidad donde valores se construyen y organizan	Los valores son "valencias sociales ideales colectivos necesarias" surgen del consenso valorativo de la sociedad	El hombre es un ser social cuya "organización homogénea" se traduce en la existencia de las mismas necesidades, en la posibilidad de un sentido común que le permita juzgar coherente y acertadamente sobre las cosas	Es posible tomar a los valores así entendidos como un referente común para la comunicación social pero se corre el riesgo de considerar socialmente los valores ajenos al auténtico desarrollo humano y no encontrar fuera de la sociedad criterios objetivos de valoración	El no considerar que la "organización homogénea" humana tiene raíces metafísicas impide a Caso encontrar la fuente de los valores más allá de la sociedad (en el ser) y por ende avanzar en la polémica axiológica que se da en ésta. Esto puede llevar a caso en la práctica en un subjetivismo social.
El existencialismo de JEAN PAUL SARTRE	La libertad, la conciencia individual crea los valores al darse a sí misma su propio proyecto	El valor es una creación humana personal. Surge en el esfuerzo vano de la libertad por autoconstituirse en su inútil voluntad de trascender	El hombre constituye el paraíso, se opone radicalmente al mundo del en - sí y vive de autoconstituirse a no ser en sí por medio de la realización de un proyecto personal pero éste propósito está condenado a no lograrse en plenitud, por ello el hombre es una pasión inútil	La comunidad de los valores sería un producto azaroso ya que éstos se se originan de manera contingente en cada conciencia individual. Es por tanto imposible que los valores así entendidos constituyan criterios comunes para la realización de la comunicación humana	Se sigue de sus juicios antropológicos y metafísicos su radical negatividad deriva de principios fallos como la inexistencia del ser absoluto, la presencia de la existencia a la esencia en el hombre y su imposibilidad de trascendencia
El materialismo histórico de MARX	Los valores son emanaciones de la estructura social que se originan en las relaciones de producción	El valor refleja y justifica la ideología de la clase dominante, la sostiene. Sólo en la sociedad comunista será posible el valor universal que se asegura hoy en día	El hombre es fundamentalmente praxis, un ser material orientado a transformar el mundo mundo por su trabajo	La comunicación entre las clases sociales ajena a la lucha revolucionaria es imposible como lo es la comunicación con sociedades con sistema de producción ajenos al propio	Al limitar Marx al hombre a ser praxis y materia desconoce la naturaleza de los valores espirituales, estéticos, morales y religiosos.

Como se puede advertir, los valores son y seguirán siendo una parte fundamental en la vida del hombre, y el estar consciente de esto nos lleva a la búsqueda de alternativas para integrarlos a la vida; pero en este punto es donde muchas veces el hombre se tropieza, ¿Por qué? Al observar el cuadro anterior los diferentes pensadores con interés en su aspecto social sólo toman algunos aspectos de los valores, precisamente por estar impulsados al interés social de su tiempo y las circunstancias de vida; por ejemplo, uno lo ve desde el punto de vista del deseo, otro desde el punto de vista del placer, otro de la sociedad misma, otro lo interpreta como un contrato social, otro lo ve como ideales colectivos, otro desde el punto de vista de conciencia individual y otro por las relaciones de producción. Pero, gracias a esos aspectos o puntos que han intuido y expuesto a la sociedad, ahora es más fácil dar una explicación acerca de los valores y tratar de alguna forma de integrarlos para poder armonizarlos, aunque también se cae en la postura social actual.

No con esto se debe tener la idea de que es imposible llegar a un pensamiento común en el concepto y aplicación de los valores. Para esto existe un punto muy importante, el comprender y jerarquizar los valores de acuerdo a las necesidades del hombre. Aunque antes de esto es necesario identificar primero cuáles son esos valores sin interesar su aspecto individual o social, su aspecto físico o espiritual, etc...

El siguiente listado representa algunos de los valores; es preciso señalar que no son todos los que existen, además que su acepción puede ser interpretada según la circunstancia como en el caso de "coraje", "democracia", "libertad", entre otros.

Posteriormente se presentan los anti-valores. Este listado también es importante porque en ocasiones se puede entender mejor el concepto de un valor al considerar su antónimo.

LISTA DE VALORES

A	B	C	D	E	F
Alegría Amabilidad Amistad Amor Atención Armonía Autoestima	Bondad Belleza	Caridad Compasión Compromiso Comunicación Confianza Convivencia Coraje Coordinación	Democracia Determinación Dignidad Disciplina Dulzura	Educación Entrega Entusiasmo Equidad Esperanza	Fe Felicidad Flexibilidad Fortaleza Fraternidad
G	H	I	J	K	L
Generosidad Gratitud	Hermandad Honestidad Honra Humildad	Igualdad Incansabilidad	Jovialidad Justicia		Lealtad Libertad Limpieza Livianeza
M	N	Ñ	O	P	Q
Madurez Misericordia Motivación	Nobleza		Obediencia	Paciencia Paz Perseverancia Pluralidad Precisión Pureza	
R	S	T	U	V	W
Racionalidad Resistencia Respeto Responsabilidad	Seguridad Sencillez Serenidad Sensibilidad Simpatía Solidaridad	Tolerancia		Valentía Verdad Voluntad	
X	Y	Z			

LISTA DE anti - VALORES

A	B	C	D	E	F
Ansiedad Arrogancia Avaricia		Codicia Complejo Complicidad Corrupción Crueldad	Debilidad Despiadado Despotismo Desesperación	Egoísmo Ególatra Envidia	Fracaso Furia
G	H	I	J	K	L
Grosería Guerra Gula		Imprudencia Inconsciencia Infidelidad Informalidad Inseguridad Irresponsabilidad	Jactancia		Lujuria
M	N	Ñ	O	P	Q
Manipular Mentira Menospreciar Miedo	Negatividad		Odio Orgullo	Pereza Poder	
R	S	T	U	V	W
Rechazo Rencor Renuencia Resentimiento Robar	Soberbia Suciedad	Tiranía Traición Tristeza		Vicios Violencia	
X	Y	Z			

JERARQUIZACIÓN

Esta parte es muy delicada, ya que se desprenden muchas discusiones o puntos de vista sobre de qué forma se puede jerarquizar o clasificar a los valores. La pregunta primaria sería ¿Existe alguna forma de poder darle una jerarquización a los valores?

Hay algunas personas que afirman que no hay forma o referencias para poder hacerlo, ya que los valores son incomparables entre sí y dependen de cada persona o situación social para poder darle una clasificación. Si se recuerda el cuadro sobre algunos de los pensamientos axiológicos, el estudio o aplicación de los valores dependen del punto de vista que se les dé.

Otros se cuestionan que el carácter jerárquico es una propiedad exclusiva del mundo de los valores y que no se pueden aplicar a la realidad como tal.

Estos choques axiológicos que se presentan en la vida dan pauta a pensar que en ocasiones se deba elegir un valor y sacrificar otro. Pero la cuestión es, de qué forma se puede denominar más importante o prioritario un valor del otro para no caer en el juego de los antivalores o llegar al camino contrario del bien verdadero que tanto se ha mencionado, por una mala elección.

El punto de partida para lograrlo es precisar el concepto al que se refiere cada valor; sin llegar a juzgar quién está bien en sus acciones o quién está equivocado, simplemente se debe de considerar que el "mal" es un desorden, una carencia del bien. Debe predominar la conducta de un hombre lúcido y no el comportamiento de un animal.

Por lo cual para no caer en ese desorden y darle prioridad a unas acciones encabezadas por el uso de los valores es importante dar una jerarquización axiológica.

La siguiente pregunta sería ¿Cómo se puede clasificar lo mejor posible los valores para un común acuerdo? Existen varias formas de jerarquizar a los valores según las necesidades y circunstancias del hombre. Donde se coincide es que todos valen, como se ha mencionado, y que todos son importantes, todos enriquecen la personalidad de cada ser humano y es necesario trabajar con todos si se quiere obtener ese bien verdadero.

Por lo tanto, el punto de partida es ver la jerarquización desde su punto de vista axiológico, es decir, concebir la teoría del valor o de lo que se considera valioso, la cual no sólo trata de los valores positivos, sino también de los antivalores como se pudo apreciar, analizando los principios que permiten advertir que algo es o no valioso, y considerando los fundamentos de tal juicio; y no por un orden de necesidades. Si se interpreta desde el segundo punto de vista se puede advertir que lo primero que necesita el hombre es estar vivo, que sería la base del esquema, pero es la menos trascendental.

Para entender mejor este pensamiento hay que retomar las etapas de crecimiento del ser humano por medio de la clasificación de Maslow:

Etapas	Necesidad	Valor
Recién nacido	Comer, Vestir	Fisiológico y económico
Infancia	Relacionarse c/ las demás personas. (Escuela)	Social y Afectivos
Juventud	Autorrealización. Encontrarse con uno mismo	Estéticos e Intelectuales
Madurez	Encontrar sentido a la vida	Moral
Vejez	Encontrar la relación con él más allá de la vida	Religioso

Una vez definido el punto de vista que se debe tomar para poder clasificar de alguna forma los valores, de acuerdo al concepto y prioridad que se le a cada valor, surge otra interrogante ¿Bajo qué medio una persona determina el camino a seguir? No existe ninguna regla por la cual el hombre tenga que actuar de una forma u otra, ¿Por qué? Simplemente por el hecho de tener la virtud de la libertad, cada quién tiene el libre albedrío de elegir una cosa u otra. Anteriormente se definió que no es cuestión de juzgar quién está bien o quién actúa mal; si no es considerar que se debe llegar a una vida armónica y con orden. Volviendo a la pregunta de determinar el medio, se puede deducir que la voluntad es la que perfecciona y realiza al hombre como se menciona. Es ella la que interviene para que el hombre realice su vida y sus acciones en forma propia y con toda la libertad. Pero sin olvidar que la voluntad apunte hacia el bien, aún con la realidad de la existencia del mal porque la presencia de este último es cotidiano y contundente.

Así que cada hombre por voluntad tiene la libertad de elegir sus acciones y sus actos a través del contacto con el propio hombre, en un contacto no solo intelectual, sino de compromiso y de amor. Como dice el Profesor Eduardo Cuellar el hombre vive en una paradoja porque "La paradoja humana es: dar es recibir, comprometerse es liberarse o morir es vivir"⁴⁴.

Se puede presentar en este momento un esquema de clasificación axiológica que se determine como modelo para este trabajo, pero creo que es conveniente mencionar algunas formas de jerarquización que han desarrollado otros autores para poder conocer mejor el desenvolvimiento de los mismos. Los tres esquemas que a continuación se presentan son de las fuentes bibliográficas que se han tomado para la exposición de este

⁴⁴ GARZA Cuellar, Eduardo. Comunicación en los valores. Ediciones Coyoacán. 2000. Pág. 113

capítulo para seguir con la misma línea. Se podrá advertir que hasta cierto punto coinciden en la forma de exponer la clasificación, nada más que cada uno resalta algún punto que para ellos es importante considerar (FIGURA 4,5 y 6).

FIGURA 4
JERARQUÍA DE LOS VALORES
(según Adriana Yurén)

Valores vitales	Salud, fuerza, vigor, etcétera. (se prefieren en forma individual)
Valores sociales	Orden, institucionalidad, justicia, libertad, como ámbito (libertad horizontal)
Valores culturales	Tradiciones, historia, creatividad artística, normatividad (visiones cosmológicas o antropológicas)
Valores personales	Honestidad, integridad, altivismo, autenticidad, libertad Personal (libertad vertical), solidaridad
Valores religiosos	Valor de la vida del mundo humano y religioso (visión soteriológica)

FIGURA 5 ESFERAS DE VALORES
(según María Pliego Ballesteros)

Esferas de Valores	Fin objetivo	Fin subjetivo	Actividades	Qué interviene con Preponderancias	Necesidades que satisface	Tipo de hombre	Ciencias que la estudian
Religiosos	Dios	Santidad	Culto interno y Externo, virtudes Sobrenaturales	Toda persona dirigida por la fe	Auto-realización	Santo	Teología
Morales	Bondad	Felicidad	Virtudes Humanas	Libertad dirigida por la recta razón	- - -	Integro	Ética
Estéticos	Belleza	Gozo de la Armonía	Contemplación, Creación Interpretación	toda la personalidad ante algo material		Artista	Estética
Intelectuales	Verdad	Sabiduría	Abstracción y Construcción	Razón	- -	Sabio	Lógica
Afectivos	Amor	Agrado, Afecto, Placer	Manifestaciones de cariño, ternura Sentimientos y Emociones	Afectividad	Del yo	Sensible	Psicología
Sociales	Poder	Fama Prestigio	Relación con Hombre masa. Liderazgo. Política. Cortesía	Capacidad de interacción y Adaptabilidad	Sociales	Civilizado. Famoso. Líder Político	Sociología
Físicos	Salud	Binestar físico	Higiene	Cuerpo	Seguridad	Atleta. Sano	Medicina
Económicos	Bienes Naturales Riqueza	Confort	Administración	Cosas a las que se les da un valor Convencional	Fisiológicas	Hombre de negocios	Economía

FIGURA 6

JERARQUÍA AXIOLÓGICA
(según Joseph de Finance X Eduardo Garza Cuellar)

		Del lado del objeto		Del lado del sujeto			
		Valor	Antivalor	Valor	Antivalor		
Valor Religioso	→	Lo santo	Lo pagano	Ser santo	Ser pagano		
Valor Moral	→	Bien moral	Mal moral	Ser bueno (recto) carácter virtuoso	Ser malo perverso carácter vicioso		
Valores Humanos inframorales	Más propiamente espirituales no éticos	Relativos a la voluntad	Carácter firme en la Acción	Carácter relajado	Fuerza carácter Constancia	Debilidad carácter inconstancia	
		Intelectuales	Verdad	Falsedad	Conocimiento de lo verdadero.	Error	
			Profundidad	Superficialidad	Penetración de espíritu	Ligereza de espíritu	
		Sociales	Cohesión Del conjunto social Prosperidad Social	Anarquía Decadencia	Don de relaciones liderazgo	antisocial incapacidad de liderear	
		Estéticos	Belleza	Fealdad	Buen gusto	mal gusto	
		Económicos y eudónimos	Prosperidad éxito	miseria fracaso	Ser rico logro personal	Ser pobre fracaso	
		Biológico	Lo sano	Lo mórbido debilidad	Salud	Enfermedad	
		Valores infrahumanos	Relativos a la sensibilidad	Fuerza	Lo agradable	Lo desagradable	Placer Dolor

Si se observan estos tres esquemas se puede adecuar una forma de jerarquizar los valores de forma más precisa.

Primero hay que considerar que la vida del hombre se divide en cinco partes fundamentalmente: la material, la natural, la social, la humana y la espiritual.

Las partes material y natural son la base del edificio o los pies del cuerpo por el hecho de ser vitales para el hombre como el comer, dormir, vestirse, etc. En estas etapas se encuentran los valores FÍSICOS Y ECONÓMICOS. Dentro del esquema de las necesidades del hombre que se expusieron anteriormente se encuentran en la 1ra. Etapa de recién nacido.

La siguiente parte es la social donde el hombre se encuentra en una relación externa al sujeto como tal. Aquí se presentan precisamente los valores SOCIALES como son los Afectivos y Sociales siendo como el corazón el hombre; estos se localizan en la etapa de infancia. Y los CULTURALES que son los Estéticos e Intelectuales, son la parte sensitiva y cognoscitiva del hombre. Estas se encuentran en la etapa de la Juventud. La integración de la parte sensible e intelectual es primordial porque las emociones las tienen los animales, pero el uso de la razón no.

Las dos siguientes partes son el ancla del barco o la cabeza del cuerpo. La primera de éstas es la humana que es la parte personal de cada hombre donde busca la perfección atendiendo su propio ser, y para esto necesita valerse de los actos MORALES que son actos humanos porque le permiten ser más pleno, más persona, no precisamente hacer cosas buenas, sino hacerse buenos a uno mismo con las acciones. Esta parte está clasificada en la etapa de la madurez del hombre.

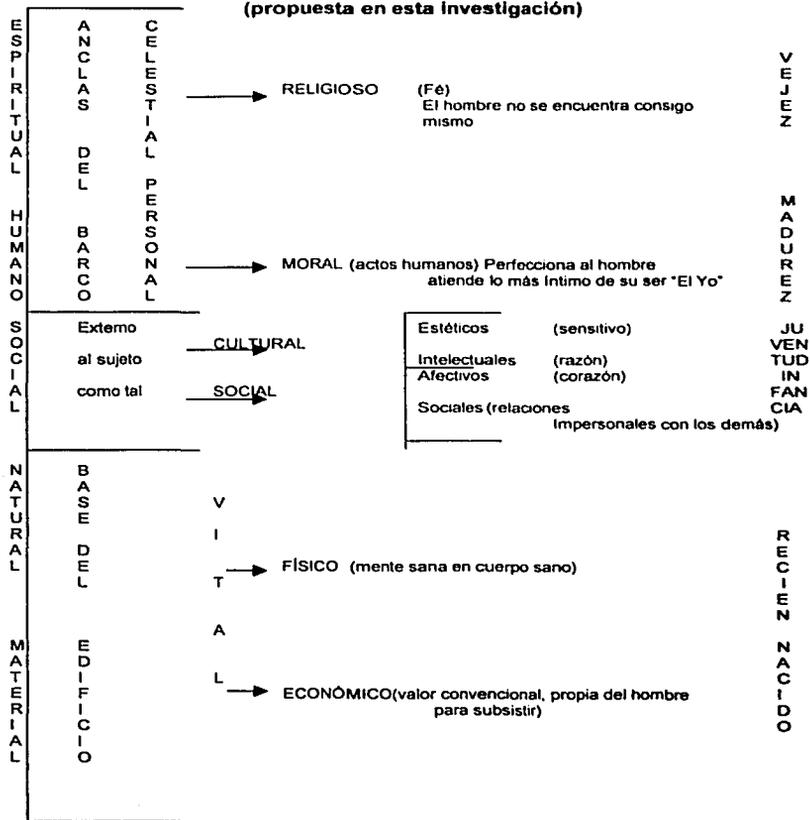
La última parte es la espiritual, generalmente la más trascendental, normalmente se liga con lo RELIGIOSO porque el hombre no busca encontrarse sólo consigo mismo, ni con los demás, ni atender sus necesidades primarias, sino también desea atender que hay más allá de su ser para una integración armónica con los demás y con el mundo. El encuentro del hombre con Dios se produce para que confirme que existe un sentido en el mundo y Dios está presente para que se encomiende una misión al hombre que implica servicio y solidaridad. El hombre sabe si la cumple o no. Esta parte está en la etapa de vejez.

Estas partes expuestas van de la mano, una depende de la otra, no se puede pensar en los valores morales solamente si no se tienen fijos los valores físicos. Por ejemplo, puede haber algunas personas que por el hambre de un hijo o una enfermedad del mismo, al no tener empleo, deje a un lado los valores morales y tenga que recurrir al asalto para poder obtener dinero para satisfacer los valores primarios, los físicos. Otra persona puede ser el mejor alumno de la clase y ser muy disciplinado, pero si nunca llega a tener contacto con sus demás compañeros nunca llegará a una vida integral, y por ende a la felicidad plena.

Es muy difícil tratar de armonizar todos los valores, como ya se mencionó, en ocasiones se tendrá que sacrificar uno por otro, y por eso mismo es importante poder clasificarlos para así identificarlos y saber que antes de actuar hay que pensar qué acción nos lleva al

bien verdadero, al bien conmigo mismo, con mi prójimo y con Dios (en caso de los creyentes) ó naturaleza, destino...Para visualizar mejor esta parte hay que observar el siguiente esquema donde se presenta cada parte expuesta con los valores que la acompañan y las etapas de necesidades del hombre.

FIGURA 6 ESCALA DE VALORES
(propuesta en esta investigación)



Entre mejor se tenga en cuenta el concepto de cada valor y se sepa adecuarlo al momento preciso se podrá llevar una vida íntegra que será benéfica para cada persona y al mismo tiempo para lograr una sociedad más virtuosa.

Por lo anterior es importante considerar la comunicación, el diálogo. El hombre por facultad natural tiene la facilidad de comunicarse con los demás y con uno mismo. **Por medio de la comunicación se puede evidenciar la tendencia axiológica de las personas y se pueden transmitir los valores.** En los siguientes capítulos se analizará la relación entre los valores, el deporte y la comunicación para poder advertir la importancia y la responsabilidad de los medios de comunicación en la educación axiológica, ya que su contribución en este punto es fundamental.

Por lo tanto, es importante considerar que el educar e involucrar los valores, sin llegar al término moralista, pero sin menospreciar a las buenas costumbres que normalmente van acompañadas de la moral, es una noble y antigua tarea. La educación moral, es decir la sensibilización del corazón y la mente hacia el bien, incluyen muchos aspectos. Abarca leyes y preceptos sobre lo que se debe y lo que no se debe hacer (consejos explícitos sobre el buen comportamiento). Y precisamente del ejemplo de los mayores y de las personas que uno admira, a través de su actitud, deben mostrar a los niños y jóvenes la moralidad muy en serio. En este caso el deporte puede ser un buen ejemplo de los valores y su aplicación a la vida cotidiana, ya sea por un deportista, por un juego, por un deporte en especial, por algún evento, etc.; y que la forma masiva de exponerlos no debe ser un impedimento, sino al contrario, debe ser una fuente brotante hacia los demás.

Se puede citar que con el precepto, el hábito y el ejemplo se puede conducir hacia la educación de los valores en la sociedad; y es precisamente donde radica la importancia de los Medios de Comunicación.

Si se quiere ver en la sociedad, que adquieran los rasgos de carácter que más admiramos como la honestidad, el coraje y compasión, entre muchos, se deben enseñar, inducir y orientar cómo son y por qué merecen admiración y lealtad.

Sin llegar a considerar a los valores como algo que se deba poseer, sino como el núcleo de la naturaleza humana. No como algo que se deba tener, sino como algo que debemos poner en práctica, y que es lo más importante a la hora de actuar.

LOS VALORES Y EL DEPORTE

Qué sería si en una competencia de atletismo un competidor de caminata le pagara a los jueces para que no lo descalificaran y esto le permitiera cometer faltas en su técnica y ganar el primer lugar.

Qué sería si en un juego de béisbol dos integrantes del equipo no se hablaran en un elevado y chocan por la falta de comunicación y coordinación.

Qué sería si en un partido de Fútbol Americano el Quarter back no conoce la jugada a seguir e hiciera la acción sólo a su juicio.

Qué sería si por la pasión, dos integrantes de fútbol de diferentes equipos se empezaran a pelear a tal grado que la gente de la tribuna se enardeciera viendo a sus deportistas preferidos reñir.

Qué sería si un deportista de artes marciales a la menor provocación se pusiera a pelear con la gente que lo rodea.

Y qué sería, qué sería, qué sería... Un sin fin de situaciones donde se puede observa la intervención de los valores en el deporte. Se ha expuesto que estos se presentan en la vida cotidiana a cada momento del ser humano y que depende de él por medio de su voluntad el poder impulsar sus acciones considerando las prioridades axiológicas.

Con el mismo razonamiento se advierte que los valores son parte fundamental en el deporte, y que el deporte es un medio por el cual se puede enseñar dichos valores. Es decir, existe un servicio mutuo entre los dos.

En el segundo capítulo se expuso la enseñanza que se imparte en la Educación Física y que forma parte de la preparación integral de un niño. Que más es poderles brindar a los niños, adolescentes, jóvenes y adultos una educación por medio del entretenimiento.

Ahora hay que preguntar:

Qué sería si un adulto tomara como ejemplo la honradez de aquél competidor de caminata de su nación al ver que sigue las reglas limpiamente.

Qué sería si un adolescente reconoce la importancia de comunicación e integración de su equipo de béisbol favorito.

Qué sería si un joven tomara el compromiso de su jugador favorito de Fútbol Americano.

Qué sería si toda una afición supiera comportarse al nivel de sus equipos favoritos al ver su entusiasmo y entrega.

Qué sería si un niño desde pequeño se le enseñara la disciplina en sus actividades diarias como el deporte.

Y otra vez, qué sería, qué sería, qué sería... No hay que señalar tan estrictamente en qué situación se encuentra el deporte. En el quinto capítulo se citarán algunos ejemplos donde se alcance a observar como se está desarrollando el deporte a través de los medios de comunicación. Lo que se pretende llegar a advertir es la forma en que se desenvuelven mutuamente los valores y el deporte, y que los dos son parte de uno y del otro, caminan juntos, se desarrollan juntos y como tales deben de asumirse y tratar de integrarlos lo mejor posible.

Para iniciar el ejercicio de conocimiento e integración de los valores y el deporte es importante tener a la mano la lista de valores y anti-valores para ir analizando uno por uno en qué forma se desenvuelve un valor con el deporte y en qué forma la traslado a mi vida personal.

A continuación se expondrá algunos cuentos infantiles donde se puede apreciar en qué forma se puede vivir con los valores para dar un mejor ejemplo y apreciación del ejercicio pasado y observar que en estos cuentos interviene de alguna forma alguna actividad física, la cual se puede percibir como deportiva.

“Vuelve a intentarlo

Has de aprender la lección
Poniendo mucha atención,
y si no es a la primera:
persevera, persevera.
al fin cobrarás valor
y aprenderás lo que quieras;
ya verás, si perseveras
todo irá mucho mejor.

Persevera

A menudo es el mejor método para conseguir tus metas y lograr el triunfo

El pescador que por el frío o la lluvia tiene prisa
tendrá poco pescado que vender.

El niño que cuando estudia piensa en otra cosa
nunca la lección podrá aprender.

Mira, lo que estudias lo estudias para siempre,
por eso es necesario ser prudente.

El nadador que nada cien metros cada día
terminará por hacer del mar la travesía.

La liebre y la tortuga

La vida nos recompensa si aprendemos a mantenemos firmes y a trabajar hasta el último momento

Una vez la liebre se burló de la tortuga

- ¡Hay que ver qué lenta eres! ¡Avanzas tan despacito!

- ¿De veras? – exclamó la tortuga-. Atrévete a hacer
una carrera conmigo ya verás cómo te gano.

-Eres una fanfarrona – dijo la liebre-. Pero ¡vamos
allá! Correré contigo. ¿A quién le pediremos que señale la
línea de meta y vigile que la competición sea justa?

-Pidámoselo al zorro – contestó la tortuga.

El zorro era muy sabio y justo. Les mostró dónde deberían
empezar y hasta dónde tendrían que correr.

La tortuga no perdió el tiempo. Partió en seguida
y avanzó sin prisa pero sin pausa.

En unos minutos, la liebre se adelantó velozmente dando unos
cuantos brinco hasta dejar a la tortuga muy rezagada.

Sabía que alcanzaría la meta rápidamente,

Así que se tumbó bajo la sombra de un árbol para echar una siesta.

Más tarde despertó y se acordó de la carrera.

Se levantó de un salto y echó a correr tan rápido como pudo.

¡Pero al llegar a la meta la tortuga ya estaba ahí!

-El paso lento y perseverante gana la carrera -sentenció el zorro.

Hércules y el carretero

Esta vieja fábula nos enseña que el único trabajo fructífero es el que hacemos nosotros mismos

Un carretero conducía su carro muy cargado por un camino lleno de barro. De pronto las ruedas se hundieron de tal manera que ni el esfuerzo de los caballos conseguían desatascarlos. El hombre se quedó sin hacer nada, y de vez en cuando invocaba a Hércules para que le ayudase. Al fin fue el mismísimo dios quien se presentó ante él y dijo:

-Hombre, cuando arrimes el hombro a la rueda y espolees a tus caballos, entonces podrás llamar a Hércules para que te ayude. Si no eres capaz de mover un dedo para ayudarte a ti mismo, no esperes que ni Hércules ni nadie acuda a socorrerte.

El cielo ayuda a los que se ayudan a sí mismos.

El discípulo honesto

Como nos recuerda este viejo cuento judío, la fe es un primer paso hacia otros valores, como la honestidad.

Una vez un rabino decidió poner a prueba la honestidad de sus discípulos y les llamó para preguntaries:

-¿Qué harías si, en el camino, os encontrarais con una bolsa llena de dinero?

-La devolvería a su dueño – dijo un discípulo.

<Ha respondido tan de prisa que me pregunto si lo dice de verdad>, pensó el rabino.

-Si nadie me viera, me quedaría con el dinero – dijo otro.

<Su lengua es sincera, pero tiene un corazón malvado>, se dijo el rabino.

-Bueno, rabino – exclamó el tercer discípulo-, a decir verdad, debo reconocer que me sentiría tentado de cogerlo. Así que rogaría a Dios que me diera la fuerza suficiente para resistir la tentación y obrar correctamente.

<¡Ajá! – pensó el rabino-. He aquí el hombre en quien confiaría.>

El león y el ratón

La bondad del más pequeño puede ayudar al más grande

Un día un gran león dormitaba bajo el sol cuando un ratoncito pasó corriendo sobre su pata y le despertó. El león estaba a punto de comérselo cuando el ratón gritó:

-Por favor, señor, dejadme marchar. Quizá algún día podré seros útil.

Al león le hizo reír la idea de que un ratón tan pequeño pudiera servirle de ayuda alguna vez. Pero era un animal noble y lo dejó partir.

Poco tiempo después, el león cayó preso en una red. El animal se debatió con furia, pero las cuerdas eran demasiado fuertes. Entonces rugió con toda su potencia. El ratoncito le oyó y corrió hacia donde se encontraba.

-No te muevas, león, y yo te libraré. Voy a roer las cuerdas.

El ratón cortó las cuerdas con sus afilados diente-cillos y león pudo zafarse de la red.

-Una vez te reíste de mí – dijo el ratón-. Pensaste que yo era demasiado pequeño para serte de alguna ayuda. Pero ya lo ves, debes la vida a un insignificante ratoncito.

¡Que viene el lobo!

Qué fácil resulta perder la buena reputación cuando se es mentiroso

Érase una vez un joven pastor que cuidaba de su rebaño de ovejas cerca del pueblo. Un día pensó que gastaría una broma a sus vecinos para divertirse a su costa. Así que se dirigió al pueblo corriendo mientras gritaba:

-¡Que viene el lobo! ¡Ayúdame! ¡El lobo viene a comerse mis ovejas!

Los habitantes del pueblo dejaron su trabajo y corrieron hacia el prado para ayudarle. Pero cuando llegaron allí, el muchacho se burló de ellos y de su esforzada carrera, porque no había ningún lobo.

En otra ocasión, el chico repitió la misma broma. Los campesinos acudieron corriendo para ayudarle y de nuevo fueron objeto de burla.

Pero un día, el lobo se presentó de verdad en el prado y atacó a las ovejas. Muy asustado, el chico corrió y gritó:

-¡El lobo! ¡El lobo! ¡Socorro!

Los campesinos le oyeron, pero pensaron que se trataba de otra broma. Nadie le prestó la menos atención ni acudió en su ayuda. El pastor perdió todo su rebaño.

Este es lo que les ocurre a las personas que mienten: aunque digan la verdad, nadie les cree."⁴⁵

⁴⁵ BENNETT, William J. Relatos sacados del libro *El libro de las virtudes para los niños*. Relatos de hoy y siempre Selección de William J. Bennett. Ediciones B Grupo Zeta. España 1996 111págs.

CAPÍTULO 4

"En la pugna entre el arroyo y la roca, siempre triunfa el arroyo...no porque sea muy fuerte, sino porque persevera".

-H. Jackson Brown

FUNCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL DEPORTEQuién sirve a quién.

PROPÓSITOS

Hay que recordar primero algunas definiciones:

COMUNICACIÓN = una facultad humana que armoniza con el sentido común.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS = Las diversas formas industrializadas de producir un mensaje colectivo.

DEPORTE = Una actividad en la que se involucran básicamente en mayor o menor medida el juego, el ejercicio y la competencia en forma organizada y disciplinada.

Los medios de comunicación son en la actualidad uno de los elementos más importantes que existen, son las fuentes que mantienen informada, actualizada y conjuntada a las personas; su presencia invade cada vez más al pensamiento y comportamiento de la gente. Por lo tanto hay que considerar su intervención en la formación de la sociedad. La comunicación consiste en participar del conocimiento y la experiencia; por lo cual el estudiar el proceso de la comunicación sin la sociedad resulta una especulación hueca. Ninguno de sus elementos puede estar aislado – excepto cuando se platica con uno mismo y que también es social. Y la sociedad vive una trama histórica con teorías, con sucesos políticos, económicos y culturales así como hechos deportivos y expresiones artísticas. Por lo tanto se puede decir, que la comunicación y la sociedad van de la mano.

Es decir, el contexto social influye fuertemente en las relaciones humanas por ejemplo, la ignorancia, el hambre, la enfermedad, la dependencia, significan incomunicación porque no existe esa relación entre los hombres.

Después de la comunicación interpersonal directa, son los medios los que canalizan la información en mensaje, lo amplían, lo multiplican: como el correo, telégrafo, teléfono; prensa, radio, cine, televisión, disco, cinta, fotografía, teatro. El ruido y el silencio, en los extremos, presionan el mensaje. Entonces se consideran los medios de comunicación importantes en la sociedad actual porque una comunicación plural permite atención de necesidades, diálogo, conciencia activa, elevación cultural, y ayudan al desarrollo de la democracia.

Hoy en día existe un bombardeo de información, por ejemplo, un suceso del Medio Oriente en minutos ya es un acontecimiento histórico mundial. La evolución y desarrollo de los medios de comunicación son los que han creado este comportamiento.

La mayoría de la gente expone sus ideas, comentarios o actitudes a partir de que escuchó, vio, observó y leyó en algún medio de comunicación "x" situación. Por ejemplo un empresario conoce el comportamiento de los valores bursátiles porque los leyó en el periódico; una ama de casa hace un pastel viendo la receta en un programa de la televisión; un adolescente expone su problema emocional con un psicólogo en la radio; una señorita aprende sobre sexualidad porque en una revista juvenil vio un artículo sobre el tema, un niño conoce sobre la vida de los dinosaurios porque vio un documental; etc. Los medios de comunicación son una fuente variante e inmensa de información para todas las edades, profesiones, situaciones e inquietudes.

Una persona que no se asista en un momento dado de un medio de información se puede considerar prácticamente fuera del acontecer social y del conocimiento actual.

Entonces se observa que los medios son importantes e indispensables para la sociedad actual y que la información que transmiten es necesaria para la actividad de hoy en día. Lo que se debe analizar es qué clase de información prestan en algunos casos los medios y qué cantidad de información se proyecta a cada persona, ya que lo primordial es comunicar a la gente. Hay que recordar que no por mucha información que se tenga quiere decir que exista mayor comunicación o que la información sea la adecuada. El Licenciado Arturo Mota publicó en la revista "Inquietud Nueva" un artículo sobre el poder de los medios de comunicación y expresó lo siguiente "El exceso de información desinforma en la medida en que los contenidos expresados por los medios de comunicación son manipulados y expresados en función de ciertos intereses, de manera que lo que nos es presentado no es la verdad acontecida"⁴⁶ No siempre y en todos los casos se puede dar lo que manifiesta el licenciado Mota, pero es importante señalarlo; además el exceso de información incomunica en algunos casos a la gente entre sí, por ejemplo: Si una familia está todo el día en la televisión, aunque aparentemente estén unidos en la sala, sino no realizan comentarios y dan su punto de vista sobre la información que están adquiriendo en ese momento porque no la alcanzan a procesar al presentarse inmediatamente el siguiente programa ¿Qué resulta? Que entre ellos no

⁴⁶ MOTA, Arturo. Inquietud nueva. "¡Cuidado con el poder de los medios de comunicación" Año XVII No. 98 Marzo-Abril 2001 Pág. 32

exista en primer lugar comunicación, en segundo, por lo mismo no se conocen bien su forma de ser, y en tercero, no aprovechan como beneficio la información adquirida en ese momento.

Por eso es importante reflexionar sobre las siguientes interrogantes:

¿Qué clase de información se transmite en algunos casos?

¿Qué cantidad de información se transmite?

¿Qué información me hace tener más conocimiento?

¿Qué información me abre más hacia la sociedad, a no ser yo y los medios de comunicación, sino yo y todo mi entorno?

¿Cuál es la cantidad de información que una persona puede almacenar y procesar en su memoria?

¿Qué información me ayuda para poder comentarla a detalle con los demás?

¿Qué información me ayuda para mi crecimiento profesional?

¿Qué información me ayuda para mi crecimiento como persona?

Un sin fin de preguntas que se puede hacer uno acerca de la información que se transmite. No es el punto esencial el exponer la información de los medios de comunicación, sino solo dar una idea o abrir un espacio de reflexión acerca de cómo se están manejando actualmente estas fuentes.

Existe un punto muy importante a considerar para poder analizar mejor las preguntas anteriores. Se expuso en el primer capítulo que los medios de comunicación son para servir a la sociedad, para mantenerla informada, para entretenerla, para orientarla, para educarla; pero también es un negocio, son empresas que se dedican a brindar un servicio, pero necesitan "dinero" para mantenerse como empresa, y dentro de esta rama como una empresa competitiva.

De esta verdad se advierte que necesita como todo negocio tener oferta y demanda; ingresos y egresos. ¿Que oferta y qué ingresos puede tener para mantenerse? Si se considera solo la venta de su producto como en el caso del periódico, se puede deducir que no sería lo suficiente para subsistir.

Entonces, ¿De qué forma pueden subsistir los medios de comunicación? La respuesta es muy fácil. Por ejemplo la radio para poder sostener sus programas empezó a buscar patrocinadores, los cuales al tener un tiempo determinado para presentar su producto y darlo a conocer, pagan a la empresa de comunicación una cantidad determinada. Esto beneficia a las dos partes, por qué, por la simple razón de que los medios al dar espacios comerciales a los patrocinadores obtienen el ingreso para sostener sus gastos (oficinas, equipo, luz, personal, material, etc.), y por otro lado los dueños de los productos que se anuncian ganan que su(s) producto(s) sea(n) conocido(s) y tenga(n) mayor impacto en la gente al tener que consumir algún(os) producto(s) similar(es). Además al ser expuestos en un medio de comunicación masivo, esta lanzando su imagen a un gran número de personas en un instante.

Este es el gran trato, este es uno de los propósitos actuales de los medios poder informar, orientar, educar y entretener bajo el sostén de la publicidad, la cual hoy en día es un punto fundamental en los negocios. Las grandes empresas gastan miles de pesos o dólares en mantener una buena publicidad que sea competitiva e innovadora.

Por otro lado, ésta necesidad ha llevado a los medios de comunicación a lo que define muy bien el Licenciado Mota "Ellos son los encargados de cambiar la visión del mundo al cambiar la visión de lo que debe de entenderse por sociedad. Los medios hacen que los artistas sean héroes pasajeros, y se provoca en la gente un aprecio tal por ellos, que se les pueda considerar amigos: se conocen sus romances, locuras, injusticias y aventuras. Más aún, los medios proponen y determinan el modo de valorar las acciones humanas, se han convertido en la conciencia de muchas personas que toman las voces escuchadas a través de una caja de plástico como sus propias voces. Los medios con su información que a veces puede ser "adulterada", proponen un nuevo orden moral. Por medio de artistas y de modas, son ellos los que determinan vestidos, utensilios, bailes y, en general, todos aquellos comportamientos que son bien vistos. Obviamente, el interés de esta persuasión es el provocar en el individuo la necesidad de adquirir eso que se ha propuesto. Como consecuencia se puede notar la insistencia en el ahorro del trabajador para que después pueda gastarlo en las propuestas de esta sociedad de consumo."⁴⁷

Entonces se puede considerar que los propósitos de los medios de comunicación son:

- Informar.
- Orientar.
- Educar.
- Entretener.
- Abrir espacios para la publicidad.

Y sus necesidades:

- Obtener ingresos para sostener su empresa.
- Presentar buen servicio e información a la gente para no perder rating.
- Ser dinámicos y creativos.
- Obtener antes que otros la noticia.
- Presentar mayor información y objetividad.

Por otro lado esta el deporte, el deporte que es sinónimo de salud, bienestar, juego, competencia; a estos términos se les pueden denominar los propósitos del deporte. Como toda actividad humana se ha ido pasando de generación en generación, esta disciplina representada en diferentes actividades que van según las costumbres, cultura, épocas, etc.

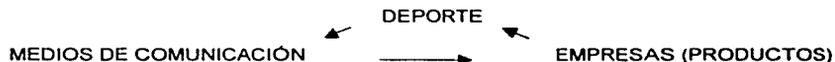
⁴⁷ MOTA, Arturo. Inquietud nueva. "¡Cuidado con el poder de los medios de comunicación" Año XVII No. 98 Marzo-Abril 2001 Pág. 33

El deporte ha necesitado ser difundido a los demás y no sólo por el hecho que lo conozcan y lo entiendan, sino por ser una actividad noble y sana para los humanos. Se observó en el segundo capítulo la importancia que ha tenido el deporte en la evolución de la sociedad y su crecimiento.

Sin duda alguna, hoy en día, el deporte necesita de los medios de comunicación para que pueda ser más difundido, y se pueda presentar una mejor organización, disciplina y desarrollo; y traiga consigo bienestar para todos. Como ejemplo, se tiene las Olimpiadas, ya se vio que las primeras Olimpiadas modernas tuvieron problemas por falta de difusión de las mismas, por lo cual es necesario para que estos eventos masivos tengan éxito, tener una difusión a nivel masivo, y que mejor que sea por los medios de comunicación masivos.

Al mismo tiempo esto ayuda a las empresas, ya que al presentar estos eventos, ellos tienen la oportunidad para vender espacios comerciales citados unos párrafos atrás, y actualmente, algunas cadenas para vender la información. Por otro lado, los dueños de los productos que se anuncian también se ven beneficiados porque a pesar de una publicidad que es demasiado costosa, la ganancia de ser anunciado su producto y estar presente en la mente de los consumidores, por lo general le va a reeditar ganancias.

Se puede concluir que existe un servicio recíproco entre estos tres factores:



El orden de la relación se puede dar desde cualquier punto, es decir:

Deporte	-	Medios de Comunicación	-	Empresas Producto
Medios de Comunicación	-	Deporte	-	Empresas Producto
Empresas Producto	-	Deporte	-	Medios de Comunicación
Empresas Producto	-	Medios de Comunicación	-	Deporte
Medios de Comunicación	-	Empresas Producto	-	Deporte
Deporte	-	Empresas Producto	-	Medios de Comunicación

Se puede advertir que la relación y la necesidad entre estos tres elementos es hoy en día un factor importante e indispensable para seguir manteniendo sus actividades al ritmo que la sociedad lo demanda. Por lo cual, al pensar en los propósitos del deporte y los medios de comunicación se llega a la conclusión de que los dos necesitan de ambos y es necesario mantener una buena relación entre ellos.

Por otro lado están los valores, los cuales están inmersos en el deporte y que los medios de comunicación cumplen una función social que debe estar al servicio de la sociedad en general y en apoyo a los valores al ser vistos como favorables a la innovación, la

movilidad, el éxito y el consumo, de la sociedad como un todo, así como a los segmentos internos de ésta, definidos de diversas maneras.

La relación de estos tres puntos debe estar regida por la dimensión normativa de los medios de comunicación, misma que se presentó en el primer capítulo; sin descuidar las otras dimensiones: políticas, organizativas, relativas a las condiciones de distribución, recepción y uso, y las que existe entre emisor y receptor.

Para poder observar mejor esta relación, no hay mejor indicador que echar un vistazo a la historia, a los acontecimientos reales y de ahí poder concluir, cada uno, cómo se ha manifestado la relación entre los Medios de Comunicación y el deporte, y cómo se han desarrollado los valores en dicha relación.

SÍNTESIS HISTÓRICA DE ESTA RELACIÓN

Como todo suceso social, esta relación también tiene una historia, en la cual se puede observar el desarrollo y evolución que cada vez se hace más estrecha entre estos dos puntos: precisamente por el hecho de estar cada vez más ligados a la sociedad.

Los antiguos Juegos Olímpicos en Atenas no estaban aislados de los torneos intelectuales o artísticos entre poetas, filósofos y escultores, ni de los sacrificios religiosos. Los juegos no separan las actividades más nobles del ciudadano, sino eran parte de su existencia. El reunir cada cuatro años a los ciudadanos llegados desde los confines de Grecia, enfrentándolos bajo las mismas reglas, constituyó uno de los factores más poderosos de la unidad helénica. Aquí se observa que a pesar de no existir el progreso en los medios de comunicación de ese tiempo, se tenía bien difundida la información de los Juegos, sus reglas y sus propósitos, y que las Olimpiadas no sólo eran competencias físicas, sino que se unían otras actividades donde el hombre podía tener su desarrollo integral como se acaba de enunciar en la primera parte de este párrafo. El ideal de los Griegos era muy bueno, como ya se ha visto, lo malo era que en ese tiempo sólo se limitaban a su país porque los medios de comunicación de ese momento no eran óptimos para transmitirla a los demás territorios. Posteriormente cuando Roma domina Grecia trata de adoptar sus Juegos los cuales sí empezaron a difundir por el poderío militar que tenían, pero con el conocimiento e ideales que ellos tenían, por lo cual transgversaron el ideal griego, y al no dar pauta a una comunicación abierta y sana, resultó el circo romano.

En la Edad Media se encuentran también algunas huellas del deporte, aunque no de una forma tan organizada y con tanta magnitud en las tradiciones de la caballería y de la nobleza. Los torneos no se limitaban a los caballeros porque también existían los torneos populares. Como muchos saben en esa época la difusión de otras ideas y pensamientos diferentes a la religión y a la del señor feudal era nula, por lo cual, la información que se daba desde el señor feudal era lo que la gente obtenía, y lo que trajo para el deporte fueron prácticas que no iban más allá de torneos donde lo importante era demostrar la nobleza de una persona o llegar al mérito de considerarse noble por alguna hazaña.

En el siglo XV después de terminar la Edad Media tuvieron que transcurrir siglos para que regresara la bella armonía helénica. En ese tiempo fue difícil devolver al deporte el favor que había gozado en la antigüedad, hubo muy pocos exponentes que trataban de difundir al deporte, por medio de la escritura que en ese tiempo era la forma de comunicación social que existía, por ejemplo Rabelais que presentó un plan completo de Gimnasia en su escrito llamado "Gargantúa", no tuvo éxito; ni el humanismo de Montaigne que reclamaba que para el alma y para el cuerpo era importante dar una educación común. Pero les faltaron herramientas suficientes para difundir a la sociedad de aquel tiempo esta propuesta. Donde se empezó a darle un poco de difusión con éxito al deporte fue con el emperador Maximiliano de Austria porque su médico de origen italiano Mercurialis publicó un libro de gran erudición, "De Arte Gimnástica". Pero en ese tiempo también se apreciaba en el deporte la lucha entre clases; el pueblo quedó aislado del deporte conformándose solo con las actividades de danza, rondas y ciertos juegos, de los cuales algunos se pueden clasificar como atléticos como el Juego de pelota o frontón de mano que posteriormente se realizó con raqueta, y también se practicó el soule (antepasado de fútbol), pero éste era violento y los accidentes menudeaban. Por lo tanto empezaba a despertar el deporte pero en forma elitista.

Aún así, el siglo XV fue muy pobre para el deporte gracias a la baja difusión que tuvo y porque existían otras actividades más importantes que el enfocarse al ejercicio físico. Pero en el siglo XVI empezó a despertar esta actividad asumiéndola como parte importante de la sociedad. Y gracias a los filósofos quienes son los que despertaron la atención como John Locke que publicó en 1693 "Los Pensamientos sobre la educación", traducidos al francés en 1695 donde protesta sobre impartir una educación exclusivamente libresca de su tiempo y dejar a un lado las actividades físicas que son parte importante en el desarrollo del hombre. Pero la influencia de Jean Jacques Rousseau fue todavía más fuerte. En "Emilio" pide al educador que haga volver al hombre al estado natural que lo hizo originalmente bueno; esto significa basarse en las disposiciones primitivas del hombre para desarrollar sus facultades y sus órganos, o sea, sus medios de actuar, de palpar la vida, de vivir, de vivir con valores para el bien común. La educación y orientación natural es en la que el cuerpo y el espíritu se ejercitan a la vez. Así que regresar el ideal griego "Mente sana en cuerpo sano", es decir, debe tener la razón de un sabio y el vigor de un atleta.

El libro en aquel tiempo era el medio de comunicación más importante ya que existían las cartas, folletos y empezaba a verse publicaciones periódicas, aunque no el periódico en sí. Con esta forma de transmitir la información de una forma masiva a la existente, las ideas de Locke y de Rousseau repercutieron en toda Europa, y en cada país hubieron hombres que se inspiraron en ellas para dar impulso al deporte.

El deporte no navegó solo, sino los grandes filósofos se preocuparon por darle cada vez más importancia en la sociedad, dando a conocer que es parte del hombre y no se debe dejar a un lado; aunque la mayoría lo veía como parte de una educación general o integral, cada pensador le daba su punto de vista, por ejemplo, Johann G. Fichte en sus Discursos a la nación alemana demuestra que la raza alemana debe ser la "raza tipo", cuyo progresos llevarán consigo los de la humanidad entera. Y se deberán a una

educación general, cuyo capítulo físico toma sus reglas de Pestalozzi, quien analizó en Suiza los movimientos complejos, los descompone en movimientos analíticos simples que propone como base de una gimnasia racional. Pero con el pensamiento de Fichte se observa cómo Alemania le da otro giro al deporte al adoptar un carácter militar, nacional e incluso racista.

Ya se ha comentado sobre el trabajo del Barón de Coubertain para recuperar las Olimpiadas modernas y que éstas se vieron afectadas en un primer momento por la escasa difusión de las mismas, además de la falta de una buena organización y de recursos materiales.

Por lo tanto, se expondrán algunos acontecimientos de los tiempos olímpicos y sus limitantes, y se podrá observar que debido a la creciente importancia que ha tenido el deporte y a su capacidad de traspasar fronteras y transmitir una imagen positiva, ha sido a menudo utilizado con fines propagandísticos e incluso como arma política.

Por ejemplo en San Luis, Missouri en 1904, "Las organizaciones llegaron a niveles vergonzosos. Competencias infantiles de todo tipo y hasta unos "días antropológicos" con competencias para negros, indios, filipinos, turcos, etc. Algo verdaderamente indigno de los ideales de unos Juegos Olímpicos que promulgaban la hermandad y la igualdad entre países."⁴⁸ Y se les publicó como espectáculo de circo, más próximos a la mujer barbada que al deporte.

En estas olimpiadas se observó el problema de racismo y se empezaron a ver los Juegos como un negocio. "Para llevarse a cabo en San Luis, después de muchas intrigas, se demostró que la perspectiva era también la de volvernos un pingüe negocio y que la visión empresarial de la joven nación marcaría para siempre en las Olimpiadas".⁴⁹ Entre los muchos problemas que se plantearon en los Juegos celebrados en San Luis, el que ahora se recuerda con mayor vergüenza es el de racismo. Ni en Atenas ni en París había surgido problema alguno de este tipo, pero en 1904 la concurrencia de competidores indios, turcos, orientales, negros y amerindios puso el asunto en debate. No es muy difícil de entender porque se aceptó la solución de hacer competencias especiales para ellos, lo que era una manera de aceptar la segregación.

Algo que también fue un detrimento del evento fue que al no asistir muchos países europeos – Francia brilló por su ausencia- las repercusiones en la prensa y en el deporte de la época fueron muy pocas, se diría que ni siquiera se enteraron.

Por el contrario en las Olimpiadas de Estocolmo en 1912 le dieron un giro positivo a la imagen de las Olimpiadas después de la mala recepción de Francia en 1900, el racismo de San Luis Missouri en 1904, y la apatía de Londres en 1908 las expresiones a esas

⁴⁸ OVACIONES, Enciclopedia de las Olimpiadas V. San Luis Missouri: La primera olimpiada en América. 22 abril 2000 Pág. 3

⁴⁹ OVACIONES, Enciclopedia de las Olimpiadas IX. Un balance de siete Olimpiadas. 20 mayo 2000 Pág. 14

olimpiadas no son diferentes a este comentario "Mientras en Londres la vida de la enorme metrópoli permaneció ajena por completo a la influencia del olimpismo, todo Estocolmo estaba impregnado del mismo. La ciudad entera participaba en el esfuerzo en honor de los extranjeros, presentando como una visión de lo que debió ser, en los tiempos antiguos, la atmósfera de Olimpia, pero una visión agrandada y era embellecida por la presencia de todas las facilidades y adelantos modernos, que aquí no sólo chocaban entre sí, sino que se conjugaban, de suerte que el Helenismo y el progreso parecían asociarse ahora para recibir conjuntamente aquel homenaje"⁵⁰ Y dentro de ese progreso y la intervención de varios países, los medios de comunicación empezaban a ser de gran utilidad.

Después de 1912 se presentó la Primera Guerra Mundial, la cual trajo consigo varias pérdidas humanas, monetarias y por lo tanto los intereses humanos; lo que sobresalió fue el interés político. Fue muy difícil poder reanudar los juegos, en 1916 no fue posible, pero Coubertain se esforzó para continuar y lo logró en 1920 en Amberes, pero la experiencia no fue muy afortunada ya que los comerciantes deseando recobrar rápidamente y con creces el dinero invertido, cobraron las entradas a unos precios excesivamente caros, y así el factor público- que acababa de pasar la crisis de una guerra, falló lamentablemente a la demanda de los comerciantes; además que en ese tiempo no existía tan fuerte el factor publicidad que actualmente ayuda a subsidiar algunos gastos. Por otro lado, se dio el factor político donde la prensa opinó acerca de la decisión del C.O.I., de sustituir a los belgas y no invitar ni Alemania ni a sus aliados. "Desde el punto de vista deportivo escribió Velo Sport- esa actitud es lamentable, pero no podía ponerse en duda que la catástrofe que ensagrentó a Europa dejó tras de ella un estado psíquico especial, el cual oscureció un tanto el pensamiento puramente deportivo de muchos deportistas perfectamente honorables"⁵¹ Sin embargo en 1981 se realiza una película "Carros de Fuego" poco sobre el espíritu que prevalecía en ese tiempo, donde después de la Primera Guerra Mundial tratan de difundir a los jóvenes un culto por aquellos que murieron en batalla e impulsarlos a ser los mejores, así inicia la película con el discurso del director de la escuela de Cabrish donde los exhorta a ser hombres honorables, gloriosos, honrados y que descubran su oportunidad de grandeza; posteriormente pasan cómo los estudiantes deben de registrarse en alguna actividad deportiva o cultural como parte de su aprendizaje. Esta película fue premiada por la Academia Cinematográfica de Hollywood "Oscar" en 1981 como mejor película, mejor guión, mejor vestuario y mejor música; pero más allá de esos premios y nominaciones, se puede advertir cómo llegan algunos competidores a ver el esfuerzo y el sacrificio impulsado por diferentes circunstancias para ganar y ser el primero, pero también se ve como el deporte se visualiza no como una actividad de entretenimiento, esparcimiento, convivencia; si no cómo un punto de frustración por no ganar lo anhelado porque todo giró alrededor de ver el triunfo o la derrota de su vida en una carrera. Hay que recordar que uno de los principales propósitos

⁵⁰ OVACIONES, Enciclopedia de las Olimpiadas VII. San Luis Missouri: La consolidación de los Juegos Olímpicos 06 de mayo 2000 Pág. 2

⁵¹ OVACIONES, Enciclopedia de las Olimpiadas VIII. La Olimpiada Amberes 1920. 13 de mayo 2000 Pág. 2

del deporte es obtener mente sana en cuerpo sano; pero a veces se le da una exaltación de pasión para convertirlo en una batalla y no solo para el deportista, sino también para miles de espectadores.⁵²

Regresando a las olimpiadas, en 1924, en París empezaba a convertirse en un gigante en los deportes de los más populares, si no es que el más popular, EL FUTBOL que ya había tomado su rumbo al crecer de forma geométrica y con gran interés para los espectadores. "Las cifras son evidentes: su éxito popular fue innegable, con 625,281 espectadores, con un setenta y cinco por ciento con boleto pagado. Las ganancias globales fueron de cinco millones de francos, de los que un treinta por ciento correspondieron al fútbol y el resto a las demás disciplinas"⁵³ En 1928 en Amsterdam inició la primera Copa del Mundo (El Mundial Fútbol).

En 1924 surgen las primeras Olimpiadas de invierno en Chamonix del 25 de enero al 04 de febrero. Ahí se puede observar que el deporte va adquiriendo cada vez más popularidad y que la gente espera tener más competencias y los medios de comunicación advierten también este comportamiento, así como las grandes empresas que buscan ser patrocinadoras para que su producto sea promovido en forma masiva y obtener más ganancias. Es decir, empieza a darse el trato que existe actualmente entre estos tres factores.

Entre las dos guerras mundiales, el deporte prosperó enormemente en Europa y Estados Unidos. Después de la II Guerra Mundial el crecimiento y la popularidad del deporte se hizo cada vez más atractivos. Los eventos, y el número de espectadores cada vez crecía más. Por lo mismo también fueron factores de intereses políticos por ejemplo en 1936 durante los Juegos Olímpicos celebrados en Berlín, que fueron utilizados por Adolfo Hitler como fuente de promoción internacional del nacionalismo. Es muy famosa la escena televisiva en blanco y negro de la inauguración de los juegos donde se ve la figura de Hitler como todo un líder donde declara inaugurados los juegos olímpicos. También queda como antecedente un documental "OLYMPIA, la película de los olímpicos" que se filmó durante las diferentes actividades de las Olimpiadas de ese año por Leni Riefenstahl con la ayuda de Walter Rodman, mismo que se considera como una Oda a la supremacía Aria, aunque en la película lo manejan como un culto a estos eventos, y está dedicado al Barón de Coubertain. En dicho rodaje se muestran en primer lugar las ruinas de lo que fue la antigua Olimpia, destacando el culto que tenían los griegos al cuerpo humano, al cuerpo atlético, considerado como perfecto, al pasar diferentes estatuas de humanos en una exposición atlética como el de un lanzamiento. Después pasan la trayectoria de la

⁵² Carros de Fuego (Chariots of fire) Twentieth Century Fox y Allied Stars una producción Enigma "Carros de fuego" estelarizada por Ben Cross, Ian Charleson, Nigel Havers, Cheryl Campbell, Alice Krige; Guión: Colin Welland Música: Vangelis Producción ejecutiva Dodi Fayed Producida por David Puttnam Dirigida por Hugh Hudson. 1981 123 min.

⁵³ OVACIONES, Enciclopedia de las Olimpiadas IX. El fútbol y el triunfo del Olímpico Uruguay. 20 de mayo 2000 Pág. 16

antorcha olímpica que va de Grecia cruzando la parte de Europa oriental hasta llegar a Alemania donde se presenta el símbolo Nazi, y de ahí pasan la figura de Hitler inaugurando las olimpiadas, y se alcanza a observar el liderazgo que ejercía tan solo con el saludo que le brindaban los competidores. Se observa también cómo el deporte atraviesa fronteras al quedar filmadas algunas escenas donde diferentes locutores de varios países transmiten la inauguración de los juegos y las diferentes competencias con el entusiasmo que de ellas se desprende. Este documental está filmado sólo con los elementos que existían en aquel tiempo: en blanco y negro, no existe el zoom, no hay tantas cámaras, el sonido no es tan definido, pero aún así, para el deporte y para la historia queda como un documental de gran valor.⁵⁴ En ese año una de las personas que defendió el derecho de la Alemania nazi para organizar los Juegos Olímpicos apoyándose en su idea de que deporte y política debían permanecer siempre separados es Avery Brundage, atleta estadounidense y dirigente deportivo, faceta en la cual estuvo muy vinculado al Comité Olímpico Internacional (COI) de 1925 a 1972. En 1936 ingresó al COI, siendo su vicepresidente de 1946 a 1952 y presidente de 1952 a 1972. Autócrata decidido, defendió el amateurismo de las olimpiadas y en 1972 abandonó el COI tras los Juegos Olímpicos de ese año.

En Helsinki, 1952, el escenario reunía unas condiciones ideales: tenía altos contenidos simbólicos, como la reconciliación entre países al entrar a la competencia Japón, Alemania y Rusia, y realizarse en casa de un país derrotado, pero también tenía un gran contenido práctico, gracias al entusiasmo de los ya famosos espectadores de Finlandia.

Pero no hay que olvidar los boicoteos que se presentaron en 1980 (Moscú) y 1984 (Los Angeles) por la guerra fría que existía en ese tiempo entre los países Socialistas y Capitalistas encabezados por Unión Soviética (Moscú) y Estados Unidos (Los Angeles); donde demostraron ambos países que el deporte podía ser utilizado como una herramienta en manos de los máximos dirigentes mundiales. Esta herramienta no sólo demostró influencia, sino también proselitismo para algunos regímenes deseosos de adquirir una imagen respetable.

En 1996 (Atlanta) bajo la influencia de presentar un espíritu de concordia internacional por el olimpismo se vio afectado por el estallido de una bomba en Centennial Park (el parque olímpico elegido como eje popular de los acontecimientos culturales paralelos), donde se presentó el fallecimiento de dos personas y resultaron heridos más de un centenar; y no solo eso sino la incertidumbre del mundo al ver que un evento con fines de amistad y fraternidad se veía truncado por un hecho violento, atentando contra la vida, seguridad y bienestar de los demás. Pero al igual que en Munich (1972), donde se suscitó un evento similar al correr la sangre de unos israelitas por un atentado político del grupo terrorista septiembre Negro.

⁵⁴ OLYMPIA, la película de los olímpicos. Por Leni Riefenstahl con la ayuda de Walter Rodman. 1936. Filмотeca canal 22. La película la acaban de exhibir en el canal 22 el jueves 24 de enero a las 11:00 p.m.

En ambas ocasiones los Juegos tuvieron que sobreponerse a la tragedia con hazañas deportivas o bien, con momentos emotivos como en Atlanta al encender la antorcha olímpica como un emotivo acto de reconciliación Muhammad Ali (1942-), boxeador estadounidense que en 1978 se convirtió en el primer púgil que consiguió tres veces el título de campeón mundial de peso pesado. Se llamaba originalmente Cassius Marcellus Clay, y nació en Louisville, Kentucky. Después de ganar el título de los pesos ligeros en los Juegos Olímpicos de 1960, se hizo profesional y en 1964 reivindicó su condición de ser el mejor. Después de solo 20 combates profesionales le ganó a Sonny Liston y se convirtió en campeón mundial de su categoría. En el mismo año, después de convertirse al islam, adoptó el nombre de Muhammad Ali. En 1967 se negó a incorporarse al ejército de su país alegando ser musulmán y por lo tanto objeto de conciencia por su creencia. Fue acusado de desertor y las autoridades del boxeo declararon su título vacante. Ali volvió al ring en 1970 y ganó dos peleas, pero perdió un combate por el título con Joe Frazier en marzo de 1971. Ese mismo año el Tribunal Supremo de los Estados Unidos revocó su condena.

A lo largo de toda su carrera ganó una reputación de luchador agresivo de fuerte personalidad. Su técnica apoyó la afirmación de que podía "volar como una mariposa y picar como una abeja". Fuera del ring, Ali estuvo en primera plana en los medios de comunicación, retando y provocando a sus contrincantes a través de entrevistas y confrontaciones concertadas de antemano. Llegó a ser una figura del deporte reconocida a nivel mundial y se retiró como uno de los mejores campeones de boxeo quien en México '68 arrojó al río la medalla de oro que conquistó como protesta por la segregación racial en su país.

En las Olimpiadas de 1996 se cumplía un siglo desde que el Comité Olímpico Internacional (COI) resucitara este evento y lo lógico era que se realizara en el lugar donde resurgieron, Atenas (Grecia); pero el lugar donde fueron designadas por su poderío económico fue Atlanta (Estados Unidos); por lo tanto los juegos centenarios se presentaron con un ambiente moderno y de adelantos tecnológicos, en vez del clasicismo que hubiese ofrecido Atenas. El COI determina y supervisa la sede de cada nueva edición de los Juegos Olímpicos, establece la política olímpica a nivel mundial y negocia los derechos de emisión televisiva de los Juegos. "Como sucedía cada cuatro años, varias ciudades se candidateaban oficial y extraoficialmente para organizar los juegos, movían sus piezas en el ajedrez político calculaban costosos beneficios, y ponían al COI en el dilema de escoger sin crear fracturas en el equilibrio del olimpismo mundial"⁵⁵ Este resultado causó controversia porque habla quienes estaban a favor de que la sede fuera en Atlanta bajo el esquema de mostrar la evolución y desarrollo de la sociedad mundial, en cuanto adelantos tecnológicos y organización; y por otro lado existía la nostalgia de presentar un evento clásico y místico en Atenas. Pero también hay que recordar que más allá de mostrar o presentar un evento con "x" características hay que advertir la relación que existe entre el deporte y los medios de comunicación y el propósito que hoy en día presentan ambos, y las Olimpiadas como cada evento mundial han ido incrementando su

⁵⁵ OVACIONES. Enciclopedia de las Olimpiadas XIV. Suplemento semanal 24 Junio de 2000
Pág.2

rating en los medios de comunicación y a su vez estos han llegado a ganar más por la transmisión de los mismos hasta llegar a las cifras que acumuló por esta relación las Olimpiadas de Sydney en el 2000, aunque falta ver las cifras del mundial de Fútbol Corea 2002. En el segundo capítulo ya se habló un poco sobre este asunto donde dichos eventos son parte de un negocio donde se mueven grandes cantidades de dinero, además se expuso precisamente el caso de los Juegos Olímpicos de Sidney donde el evento deportivo se convirtió en un instrumento comercial al tener grandes audiencias y por lo mismo un rating muy atractivo para las empresas comerciales. Y también se habló sobre una cadena de televisión estadounidense que pagó más de 3,500 millones de dólares por los derechos de emisión de los Juegos Olímpicos desde el año 2000 hasta el 2008, y existe información de que en un período de cuatro años, once patrocinadoras mundiales tendrán que pagar 84,000,000 de dólares cada una. Ahora para el mundial 2002 en Corea-Japón lo más probable es que exista un comportamiento similar rebasando estas cifras.

Pero este comportamiento se viene dando desde hace tiempo, por ejemplo en 1978 el Campeonato Mundial de Fútbol en Argentina algunas retransmisiones televisadas fueron presenciadas, según se confirmó en ese tiempo por medios cualificados, por más de mil millones de telespectadores; dicha cifra pudo haber sido rebasada en la inauguración y clausura de los Juegos Olímpicos en Moscú de 1980 si no hubiese existido el boicot secundado por más de 50 países.

Pero no sólo las Olimpiadas y el Fútbol son los grandes eventos deportivos, por ejemplo, el béisbol es uno de los deportes más antiguos y populares de la era moderna. El juego, tal como se le conoce hoy, se desarrolló con carácter aficionado a principios de 1800. En la actualidad, el béisbol profesional atrae cada año en Estados Unidos a millones de espectadores a los estadios, y entretiene a muchos más millones a través de la radio y la televisión. Las Grandes Ligas de béisbol disfrutaron de una gran popularidad a principios de 1900. La asistencia a los partidos aumentó y las Series Mundiales llegaron a ser uno de los eventos anuales deportivos más importantes. El béisbol se enfrentó con su peor momento después de la Serie Mundial de 1919, en la que los Rojos de Cincinnati batieron a las Medias Blancas de Chicago; al año siguiente, siete jugadores del Chicago fueron inhabilitados para este deporte por haber perdido intencionadamente las series a cambio de sobornos de apostadores profesionales. Este escándalo dañó seriamente la imagen pública del béisbol.

La reputación del béisbol se recuperó bajo el liderazgo de su nuevo comisario, un juez federal llamado Kenesaw Mountain Landis. Otros factores también contribuyeron a renovar la popularidad del béisbol durante la década de 1920: nuevas reglas y el desarrollo de una bola nueva con un centro de corcho más vivo permitieron que aumentara el número de *home runs* bateados. Babe Ruth, que pichó por los Yankees New York, en 1920 llegó a ser uno de los bateadores más grandes de *home runs* de todos los tiempos. Su estilo fue imitado por muchos bateadores y el béisbol produjo unos marcadores más abultados y, para muchos aficionados, se convirtió en un juego muy emocionante.

El crecimiento del béisbol continuó durante la década de 1930 cuando se hizo frecuente la retransmisión radiofónica de partidos. El primer partido nocturno de las Grandes Ligas tuvo lugar también durante esta década, permitiendo a los aficionados asistir después del trabajo. En 1939 se inauguró en Cooperstown (Nueva York) el Salón de la Fama y Museo Nacional de Béisbol, para exponer la historia y los recuerdos del béisbol y honrar a los mejores jugadores. Se puede advertir como parte fundamental para recuperar la atención y liderazgo de un deporte a los medios de comunicación; así como también pueden coadyuvar a degradar alguna actividad.

Pero el deporte es universal y se pueden rescatar casos por todas partes del globo terráqueo donde de alguna forma intervienen los medios de comunicación, por ejemplo, Zola Budd, atleta surafricana (más tarde británica) de medio fondo y fondo vivió parte de un racismo por su país. En aquellos años Suráfrica fue excluida del deporte internacional debido a su política del *apartheid* y Budd adoptó la nacionalidad británica para poder participar en 1984 en los Juegos Olímpicos de Los Angeles. Después de varias lesiones y otros contratiempos (como una excesiva atención de los medios de comunicación) en 1988 volvió a Suráfrica, bajo cuya bandera compitió en los Juegos Olímpicos de Barcelona en 1992. Hoy es más conocida por su nombre de casada, Zola Pieterse.

Quienes juegan un papel importante en la difusión de las noticias son las Agencias de Prensa o Noticias, ya que son las que ayudan a que un hecho se difunda en un instante a diferentes medios de comunicación. Son empresas de carácter privado o público constituidas con el propósito de recabar y difundir noticias entre los clientes suscritos a sus servicios. Suelen ser otros medios de comunicación los que de un modo preferente se abonan a estas entidades. También se denominan, en un sentido más amplio, agencias de información, dada la dinámica evolución que se ha registrado en el periodismo desde la década de 1930. Al finalizar la II Guerra Mundial, los periódicos y las revistas de información, son quienes acaparaban de hecho el ámbito de la noticia; posteriormente se incorporaron otros medios como la radio (que pierde de una forma paulatina el marcado carácter ideológico que había tenido hasta entonces) y la televisión. Por otro lado, al ser grandes agencias internacionales (Associated Press, Reuter, United Press, Tass, France Press) las que controlaban el periodismo a escala mundial, desencadenaron la reacción de numerosos países, donde se crearon agencias con un doble propósito: generar y difundir las propias noticias nacionales, y por otra parte independizarse de las esferas de influencia, ya que la información quedaba en la práctica prisionera de los intereses de las grandes potencias, por efecto de la Guerra fría. Las agencias que surgieron en España y en Latinoamérica respondieron a esa concepción informativa.

La Associated Press (AP), es la primera agencia de noticias estadounidense que distribuye informaciones nacionales e internacionales. Fue fundada en 1848 por seis diarios de Nueva York. Los diarios participantes se intercambiaban noticias y reportajes y pagaban cuotas por informaciones de áreas no cubiertas por un miembro. Cuando cesaron sus actividades en 1892, una nueva AP se fundó en el Medio Oeste. Ésta, a su vez, fue reorganizada en 1900 y trasladada a Nueva York, en donde permanece.

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

Associated Press es una agencia cooperativa no lucrativa propiedad de los periódicos miembros. Cuenta con 2,500 corresponsales en todo el mundo y tiene abonados unos 100 países, aproximadamente. Mantiene además acuerdos de intercambio permanente con otras doce agencias mundiales. A diferencia de la mayoría de las demás agencias internacionales, cuyos corresponsales pueden ser enviados a cubrir cualquier tipo de información, AP cuenta con reporteros especializados en materias tales como el espacio, cuestiones de consumo, educación, relaciones raciales, religión, ciencia y deportes.

El objetivo principal es obtener y distribuir información internacional en todo el mundo, por cualquier procedimiento telefónico, telegráfico, radiotelegráfico, radiofónico, oral, epistolario y gráfico, y cuantos medios proporcione la técnica, abarcando todos los aspectos de la política, cultura, comercio, finanzas, arte, literatura, deporte y, en fin, cuanto signifique información. Las agencias suministran sus servicios a otras agencias de noticias, periódicos, corresponsales, emisoras de radio y televisión, entidades públicas y privadas.

La CBS, Inc., es una compañía de radiodifusión estadounidense con sede en Nueva York, cuyas operaciones se dirigen a través del CBS/Broadcast Group. Está constituida por varias divisiones: televisión, radio, noticiarios, deportes y entretenimientos, entre otras. La red de televisión de la CBS suministra programas a más de 200 cadenas independientes y 5 propias en Estados Unidos, así como a otras afiliadas en el extranjero. La composición media de la programación es de un 20% de noticias, 25% de deportes, programas de servicios públicos, científicos, programas infantiles y para una audiencia especializada, y el 55% de diversión. Como parte de sus transmisiones se puede observar que el deporte es un rubro importante. ¿Cuántos canales no se exhiben hoy en día en la televisión privada especializados en el deporte?, solo por mencionar los más importantes está ESPN y FOX; y estos a su vez tienen subdivisiones de Fútbol, Beisbol, Deportes extremos, etc.

Un ejemplo de esto es el Super Bowl, el partido final de la temporada profesional de fútbol americano que determina al campeón anual de la Liga. Por lo general, su transmisión por televisión lo sitúa entre los 50 programas más vistos de todos los tiempos y en 1994 el partido alcanzó una audiencia estimada de 750 millones de espectadores en todo el mundo. Es probable que sea el acontecimiento deportivo de un sólo día más importante de Estados Unidos.

La sociedad anda en la búsqueda de un héroe, de un ídolo, de alguien con el cual identificarse y admirar. "El hombre busca modelos, desde ciertos perfeccionamientos humanos hasta el infinito divino"⁵⁶ Normalmente esta búsqueda se encuentra en el medio artístico, pero también se refleja en la identificación de las personas más fuertes, más rápidas, exitosas que tienen una meta definida, es decir, en los deportistas. En párrafos anteriores se expuso sobre como los medios auxilian o coadyuvan en hacer que los artistas sean héroes pasajeros, y se provoca en la gente un aprecio tal por ellos, que se les pueda considerar amigos: se conocen su romances, locuras, injusticias y aventuras. En los últimos años se ha visto un incremento no solo en la transmisión de victorias,

⁵⁶ GUAJARDO, Horacio. Teoría de la comunicación social. Ed. Gemika Pág. 96

records y metas de los deportistas, sino también de difundir su vida personal. En el siguiente capítulo se expondrá más ampliamente este tema, por el momento cabe señalar que el vínculo entre los medios y el deporte va más allá de transmitir el deporte en sí como sinónimo de salud, bienestar, juego y competencia. Parece ser que ahora es el momento de imponer a los espectadores un ídolo, un modelo, un héroe, y esto no es tan malo si se advierte a los deportistas como transmisores de valores humanos, pero ¿qué pasa con los modelos? Que puede ser un arma de dos filos porque "Ser modelos significa ser ejemplo, que se estudia o imita, y el ejemplo puede ser afirmativo, veleidoso o negativo, siempre referido al caso concreto".⁵⁷

Pero que pasa cuando se llega a tener como ídolo la imagen de un jugador como José Canseco, jugador de béisbol estadounidense de origen cubano, que consiguió por primera vez en la historia de este deporte realizar más de 40 *home runs* (carreras completas) y robar más de 40 bases en una misma temporada (1988), pero se considera un hombre de fuerte carácter, que ha realizado declaraciones que han ofendido tanto a sus críticos como a sus admiradores, e incluso ha tenido problemas con la misma prensa que llegó a elevar su imagen a la de gladiador.

No todos los jugadores adoptan el mismo comportamiento, hay quienes se definen como una persona dedicada al deporte y no se crecen con los comentarios de la prensa, por ejemplo, en 1969 un grupo de periodistas especializados le nombró como uno de los mejores outfielders en los 100 años de historia del deporte a Ty Cobb, jugador profesional estadounidense de béisbol apodado Georgia Peach, el cual obtuvo una posición sencilla. El que si adopta al 100% la posición de los valores del deporte es Carl Ripken Junior, jugador estadounidense de beisbol quien batió el record de asistencia de partidos jugados, le llaman "el actual caballo de hierro", es una persona sencilla, carismática, entregada al juego, responsable y que siempre está abierto al público y a la prensa. Y no sólo batió el record de más partidos jugados, sino también asistió a 15 juegos de estrellas consecutivos, y está en los pocos jugadores que obtuvieron más de 2000 hits en su carrera y muchos números representativos que se suman a su carrera; el año pasado se acaba de retirar y la ovación de la multitud fue algo inexplicable. Si hay alguien que ha sabido llevar fama, ejemplo y sencillez es Carl Ripken Junior, una persona que puede demostrar que los valores se pueden desempeñar con el deporte y que por los medios de comunicación se pueden transmitir.

También es importante resaltar la intervención que tienen los medios de comunicación en la vida privada de los deportistas, hecho que en los últimos tiempos se ha acrecentado. Por ejemplo, Joe DiMaggio, jugador estadounidense de béisbol conocido por los apodos de Joltin' Joe (Sacudida Joe) y Clipper Yankee (La Segadora de los Yankees), está considerado uno de los mejores bateadores de todos los tiempos. Ídolo popular y símbolo de la cultura estadounidense de su época, el escritor Ernest Hemingway hizo decir a uno de los personajes de su obra *El viejo y el mar* (1952): "Me gustaría ir de pesca con el gran DiMaggio". Su celebridad se incrementó cuando, el 14 de enero de 1954, contrajo

⁵⁷ Ibid. Pág. 96

matrimonio en San Francisco con la actriz Marilyn Monroe, unión que duraría algo menos de un año, pero este hecho le valió tanto la fama popular como su predominio en el béisbol. Más tarde, en la letra de su canción "Mrs. Robinson", Paul Simon también recordaba con nostalgia a esta figura, una de las más insignes del deporte estadounidense de todos los tiempos.

Luis Hernández, jugador mexicano de fútbol es actualmente uno de los ídolos en la afición mexicana conocido con el apelativo de *El Matador*, es, junto con Hugo Sánchez y Luis García, uno de los mejores delanteros en toda la historia de este deporte en México. Delantero centro de impecable efectividad ante el marco contrario, Luis Hernández fue el ídolo de la afición del Necaxa hasta ser contratado por el Boca Juniors argentino en 1997 y ahora es de la Selección Mexicana. Algunos productos lácteos y medicamentos usan su imagen para atraer mercado.

Por la exigencia de los aficionados, los espectadores, los gobiernos, la fama, la publicidad más a los deportistas, algunos de éstos han llegado a consumir sustancias indebidas para lograr sus metas. En forma sustancial los medios de comunicación han ayudado a exaltar y apasionar a la gente por ver al deporte como símbolo de triunfo o fracaso, y no de competencia y entretenimiento. Mark McGwire, jugador estadounidense de béisbol que, en 1998, protagonizó uno de los récords más celebrados en la historia de este deporte al conseguir en una misma temporada 70 *home runs*, tras una dura competencia con el dominicano Sammy Sosa. El anterior récord estaba en poder de Roger Maris (con 61) y databa de 1961. Sin embargo, después de lograr el récord, reconoció haber consumido anabolizantes, sustancia prohibida por el Comité Olímpico Internacional (COI), pero que no se controla en las Grandes Ligas de béisbol. Actualmente ya se supero dicho record.

Pero también los medios de comunicación han sido valiosos para impulsar al deporte, de hecho la mayor parte de sus intervenciones han sido hasta el momento positivas, por ejemplo no hay que olvidar que al iniciar las Olimpiadas modernas hubieron muchos problemas para que resurgieran, y un factor fundamental era la difusión de las mismas, en el segundo capítulo se expuso que fueron competencias atléticas que la misma juventud exigía en aquel entonces, Inglaterra y Estados Unidos ya eran dos potencias deportivas, pero poco a poco otras naciones europeas se integraban a este evento mundial deportivo y eso fue un gran logro de la prensa, ya que en ese tiempo sólo se contaban con algunas federaciones y sociedades deportivas, y en su mayoría a nivel nacional, eran muy pocos los eventos que se podían llevar a cabo a nivel internacional, por lo cual, Pierre de Coubertin tuvo que acudir a un medio de comunicación, el diario "El Francés" para plasmar su idea de reiniciar el deporte como un nuevo esquema de educación y formación para la sociedad denunciando los viejos sistemas educativos y organizando unas competencias interescolares en el Sena.

LA PUBLICIDAD, ELEMENTO INDISPENSABLE EN ESTA RELACIÓN

Una parte fundamental de la publicidad es el anuncio de bienes y servicios que se remota su historia al trueque y a la compra venta, al inicio de este capítulo se expuso que es parte de la actividad comercial, especialmente desde la oferta del vendedor.

El término de publicista en Europa se le da a las personas que publican o escriben, en general se le denomina a la actividad de propaganda mercantil; el término publicidad por lo mismo es utilizado para referirse a cualquier anuncio destinado al público y cuyo objeto es promover la venta de bienes y servicios. Formalmente la publicidad data de 1478 cuando William Caxton, en Inglaterra empleó volantes de mano para anunciar uno de sus libros "Good cheap". En forma rigurosa se presenta desde que alguien pregona o exhibe mercancía, aunque la publicidad está dirigida a grandes grupos humanos y suele recurrirse a ella cuando la venta directa (de vendedor a comprador) es ineficaz.

El aviso y la campaña de comerciales incluyen todo un ciclo que va de la comunicación inicial del producto o servicio hasta su presentación final. En la publicidad se puede emplear todos los medios de comunicación social: prensa, radio, cine, televisión, disco, cinta, fotografía, teatro, publicidad exterior como los carteles y directa como aparadores, desfiles, demostraciones, punto de venta, envolturas, cartas, etc. Muy cerca de estos medios figuran las proporciones de venta, con "ofertas", "especiales", "dos por uno", "premios"... Todo depende de que el anuncio y el comentario sean adecuados para que el mensaje obtenga buen resultado.

La publicidad más alta se presenta en Estados Unidos, "tan sólo a finales de la década de 1980, se gastaron alrededor de 120,000 millones de dólares"⁵⁸; pero estos sistemas se han extendido a todos los continentes. El mundo que se rige por la economía dirigida se sustenta en estas técnicas de mercado.

Aunando a ser la primera en escala por su volumen en Estados Unidos, la publicidad, en esa nación es la más compleja en lo que concierne a organización y técnicas. Muchos de sus métodos han servido de modelo para otros países

Horacio Guajardo en su libro Teoría de la Comunicación Social, que se ha expuesto ya en este trabajo informa que "Victor M. Bernal Sahagún observa una doble función de la publicidad: por una parte crea necesidades, ofreciendo los medios de satisfacerlas a través de los productos que anuncia y, por la otra, dominando en los medios de comunicación de masas, adormece la conciencia crítica de la sociedad, enajenando la idea lógica y políticamente aminorando el antagonismo de clases"⁵⁹ Para esto utilizan una gran cantidad de técnicas con el objetivo de fomentar el consumo y cada año se gastan enormes sumas de dinero.

⁵⁸ Internet AOL. 10 marzo 2002

⁵⁹ GARZA Cuellar, Eduardo. Los valores de la Comunicación. Ed. Coyoacán. México. 2000 Pág. 105

Se pueden distinguir tres importantes categorías de publicidad: la de bienes de consumo, dirigida hacia el consumidor final; la empresarial, dirigida a los empresarios mediante periódicos y revistas de economía y otros medios especializados en comunicación; y la institucional, cuyo único objetivo consiste en crear prestigio y fomentar el respeto en determinadas actividades públicas.

La publicidad puede tener un alcance local, nacional o internacional. Los precios de una campaña publicitaria dependerán de su ámbito e implantación. También variarán en función de lo que se anuncia: ocio, cuestiones legales, políticas, financieras, temas religiosos o anuncios destinados a recoger donaciones para financiar actividades caritativas o humanitarias.

Las palabras de Pablo VI donde advierte que "sería mal-informar al público el ligar artificialmente la venta de productos a aspiraciones triviales, inconsistentes o desordenadas, calificando como asunto serio emplear los medios masivos de publicidad para inducir a los espectadores o auditores a adoptar moldes superfluos y crearles falsas necesidades, ignorando las verdaderas, concretas y nobles exigencias del hombre y la sociedad"⁶⁰

Se puede advertir que el anuncio de bienes y servicios es una realidad de la economía en cualquier sistema. Si algo se conoce es más probable que tenga un resultado de venta como ahora se esta presentando en los comerciales "Si no se conoce su producto, o reduce su anuncio el espectador nunca tendrá la información necesaria para que pueda optar por consumir ese producto. Pero no sólo es cuestión de la publicidad para que tenga éxito una mercancía, sino junto con la producción, la calidad, el costo y la distribución de acuerdo a las necesidades serán complemento de esta gran inversión. La publicidad no sustituye a los recursos y al trabajo. Ni la economía rebasa a los hombres.

PROPAGANDA

En ocasiones se llegan a confundir los conceptos u objetivos de lo que es la publicidad y la propaganda.

En términos generales la publicidad se encarga de vender o anunciar un producto o servicio, y la propaganda se encarga de vender una idea o estilo de vida. Es decir, "la propaganda es ideológica y política, la publicidad es económica y comercial"⁶¹. La confusión se presenta precisamente porque la publicidad ya no se utiliza o maneja como tal; su propósito principal es con fines comerciales, pero llega apoyarse de fines ideológicos. Ahora se necesita de todo un movimiento propagandístico para poder vender un producto. Por ejemplo: Si a un niño se le invita comer hamburguesas,

⁶⁰ GARZA Cuellar, Eduardo. Los valores de la Comunicación. Ed. Coyoacán. México.2002 Pág. 105

⁶¹ Ibid Pág. 88

automáticamente pensará en la imagen de McDonald's. Este restaurante de alimentos rápidos para poder anunciar y vender sus productos y servicios acudió a la publicidad donde realizaron un excelente trabajo al involucrar en el mensaje a los niños, que son y serán siempre un gran potencial de consumidores. Ya no es el simple hecho de ir a comer una hamburguesa, sino el hecho de asistir al restaurante creado para niños (juegos, cajita feliz, payaso, fiestas, etc.) por un lado, y por el otro, los padres complacen a sus hijos, dejan que se entretengan solos, y les da cierto prestigio el llevar a su hijo a comer a un "buen lugar". Por lo tanto se hace real la frase "McDonald's vive en tu sonrisa", es parte de la vida de uno y si no estás dentro de ese núcleo no eres parte de cierta sociedad.

Así como este ejemplo, existen varios más como el legendario Vaquero de Marlboro, que vende la idea de una vida tranquila, serena, pero a la vez llena de decisión y equilibrio.

Se pueden exponer muchos más ejemplos, pero es necesario aclarar el propósito de la propaganda como se hizo anteriormente con la publicidad.

La propaganda es sin duda alguna una información donde se puede vincular con la educación, el espectáculo, con los usos, consumos y aficiones y determinar fenómenos económicos y comerciales. Su definición etimológica es sembrar brotes de plantas para la reproducción. En término general se le denomina propaganda a la forma de propagar una idea, una noticia o un dato con un sistema difusor e impulsor.

En la Revolución Francesa es donde inicia formalmente este nuevo sistema de dar a conocer una idea para obtener una meta determinada.

Con este capítulo se tiene una idea más clara de cómo se relacionan los medios de comunicación y el deporte, y el papel de los valores en dicha relación, para fundamentar más la idea, en el siguiente capítulo se presentarán algunos datos sobre esta relación en acontecimientos recientes.

CAPÍTULO 5

Aquél que obtiene una victoria sobre otro hombre es fuerte, pero quien obtiene una victoria sobre sí mismo es poderoso."

-Lao-tse

Nadie puede escapar de la responsabilidad del mañana, estudiéndola hoy.

Abraham Lincoln

NUEVAS CONNOTACIONES DEL DEPORTE

....Y los Medios de Comunicación qué tienen que ver con esto.

Nuevas connotaciones del deporte

- a) Deporte Competitivo,
- b) Deporte Espectáculo,
- c) Deporte Comercial,
- d) Deporte Moda,
- e) Jugador Líder, Ídolo.

EL DEPORTE ES CONSIDERADO UN NEGOCIO

Para poder llegar a expresar cuáles son las nuevas connotaciones del deporte es importante señalar los eventos que generan actualmente las definiciones del deporte como: Competitivo, Espectáculo, Comercial; y denominar factor importante en la moda, los ídolos, los héroes.

Para esto hay que analizar también el comportamiento social que existe en el ser humano porque siempre la forma de vida que tenga el hombre es la forma en que se desenvuelve, y sin duda alguna se vive en una época regida por el comercio, hasta en las regiones que son socialistas necesitan del comercio de alguna forma para poder subsistir. Y el deporte como expresión humana no es la excepción a este ritmo de vida, como dice el Profesor Cagigal "Precisamente en una era señalada por la cuantificación, el deporte derrocha cantidades: de espectadores, de participantes, de instituciones, de unidades informativas, de negocio, de industria"⁶² Por ejemplo, la revista "FORBES MAGAZINE" especializada en economía, publicó el siguiente estudio acerca de las ganancias del béisbol, "Según el cual algunos equipos de béisbol tuvieron ganancias por un total de 75 millones de dólares cada uno. Este dato superaría en más de 300 millones la cantidad que el Comisionado de Béisbol, Bud Selig, testificó ante el Congreso de los Estados Unidos el mes de diciembre del 2001. El informe que se publicó el 15 de abril del 2002, dice que 20 de los 30 equipos pertenecientes a las Grandes Ligas, obtuvieron beneficios al final de la temporada, lo que

⁶² CAGIGAL, José. ¡Oh Deporte! Anatomía de un gigante Editorial Mifón. España 1981 Pág. 11

representa más del doble de lo que Selig declaró en Washington. Unos cuantos equipos están luchando con problemas económicos, pero el béisbol como industria está en un estado excelente, manifestó el editor jefe de la revista, Mike Ozanian.⁶³ Con esto se observa que el deporte es visto como una industria , por lo que medios que no son especialistas en deportes están interesados en informar acerca de esta actividad. Y si se quieren más referencias del deporte como negocio hay que observar las cifras que desprenderá el próximo Mundial de Fútbol, que hoy por hoy, es el deporte más popular.

El deporte no se ve sólo como una recreación sino también como una gran negocio, por ejemplo la siguiente nota periodística señala al deporte como simple negocio según la declaración de Jorge Torrado y que el periódico La Jornada publicó "El fútbol seguirá siendo negocio: Jorge Torrado, quien informó que por derechos de formación la FIFA determinó el pago de 220 mil dólares a Pumas en el caso de Gerardo, apuntó que lo óptimo sería que el nuevo reglamento de transferencias se aplicara en todo el mundo bajo los mismos principios, sin excepciones y por sentido de justicia e igualdad. "Que los clubes van a perder, probablemente, pero si se manejan bien las cosas y se asesoran correctamente no será tanto. Máxime que han anunciado la comercialización del torneo, dinero que se suma a sus ingresos normales...Seguirá siendo negocio, porque así es el fútbol en España, donde se pagan altas cifras, 65.4 millones de dólares por la cláusula de rescisión de un Zinedine Zidane, antes el 56 por la Figo ¡Claro que es negocio!..."⁶⁴

Se han suscitado muchos problemas económicos por parte de los dueños de los equipos de algunos deportes por el pago que solicitan los jugadores, y en ocasiones ha terminado en huelgas por no poder entender una negociación entre ambas partes. Por ejemplo en 1994 se dio en Estados Unidos la Huelga de Béisbol anunciándose en plena campaña. Un jugador actual de béisbol gana aproximadamente 90 millones de dólares. Son cifras excesivas que muchos equipos no alcanzan a pagar. Esto se ve reflejado también en el dominio de un equipo que puede pagar esos ingresos y que por lo general tiene el dominio de la temporada como el caso de los Yankees de Nueva York. Pero el conflicto financiero revela la precaria situación económica de algunos equipos como el caso de los Expos de Montreal. Muchos directivos fichan jugadores brillantes con costos muy por encima de sus capacidades tesoreras: endeudan al club, y entra en un círculo vicioso del que es difícil salir, como le sucedió a los Marlins de Florida que tuvieron en 1998 que desmantelar a su equipo. En algunos casos, aunque los equipos estén en racha ganadora, esto no es suficiente para determinar el destino financiero del equipo "El comisionado de béisbol Bud Selig, no se siente desdichado porque los Mellizos de Minnesota y los Expos de Montreal estén en racha ganadora, y cree que el éxito de ambos clubes en peligro de extinción, proporciona una "dimensión muy emocionante" al tema de la reducción de los equipos de béisbol en las ligas. Selig dijo que ganar en el campo no resuelve los problemas del club".⁶⁵

⁶³ Información bajada de Internet AOL 03abril 2002

⁶⁴ La Jornada. "El fútbol seguirá siendo negocio: Jorge Torrado. Sábado 09 de Marzo de 2002 Pág.26-a. Por Marlene Santos

⁶⁵ Internet. AOL Domingo 28 de abril.

EL DEPORTE PROFESIONAL

El deporte profesional cada vez es más intenso en la medida que cada día es más caro y por lo mismo necesita más apasionamiento para crear mayor posición y . Lo profesional se ha llevado hasta el punto de considerarse al deportista un trabajador y al equipo o club al que pertenece una empresa "¿Habrà que aceptar que el profesionalismo deportivo salga ya de la placenta materna del deporte tradicionalmente concebido y se establezca como mero espectáculo?"⁶⁶ Por ejemplo "el salario promedio en las Grandes Ligas rompió por primera vez la barrera de los dos millones de dólares la campaña pasada, y los Yankees de Nueva York liderean las mayores con un promedio de casi cuatro millones. En la temporada 2001, el salario promedio en las mayores fue de 2.138.896 dólares, de acuerdo con cifras finales dadas a conocer por el sindicato de peloteros. Los Yankees, que ganaron su cuarto banderín consecutivo de la Liga Americana, pero fracasaron en la Serie Mundial por primera vez desde 1997, pagaron un promedio de 3.930.334 dólares a los 31 jugadores en nómina, así como a la lista de lesionados del 31 de agosto y la ganancia de ese año fue de 18,7 millones, siendo el segundo lugar de ganancias obtenidas, y en este año contrataron al primera base y cuarto bat Jasón Giambi por 7 años con un sueldo de 120 millones de dólares."⁶⁷

El deporte espectáculo es sin duda alguna el que predomina en la sociedad, el que se puede cuantificar, el del consumo, por lo cual el deporte que vive al margen del espectáculo; el deporte como práctica (deporte para todos, deporte popular), sigue acogido en la mayoría de los casos en términos cuantitativos y por lo cual se sostiene más el deporte profesional que lo que puede ofrecer el amateur.

Aunado a lo anterior, la información deportiva se ha convertido como parte del pan de cada día, la cual está presente en cada momento que el hombre lo desee, un sonsonete al que se han acomodado nuestros oídos y del que difícilmente podrían prescindir y esta información es parte de la expresión cultural que existe en esta era del consumismo y la cuantificación. Lo que si necesita el deporte espectáculo es la intervención de los medios de comunicación para poder obtener el resultado planeado.

Hay muchas maneras de ver y vivir el deporte como se expuso en el segundo capítulo: como juego, como higiene, como liberación, como autoconfrontación, como prueba, como espectáculo, como autorrealización, como profesión, como aspiración social; y en todas esas vivencias se encuentran los valores. No se puede hablar de deporte sin la intervención de los valores en forma directa o indirecta. Pero si la sociedad tiende a ver al deporte como mero espectáculo, hay que analizarlo y ver ¿Qué pasa con el deporte espectáculo?

⁶⁶ CAGIGAL, José. ¡Oh Deporte! Anatomía de un gigante Editorial Miñón. 1981 Pág. 15

⁶⁷ Internet. Domingo 28 de abril.

"Puede ser o no profesional, que puede obtener un nivel alto o menos alto, que puede ser objeto de manipulaciones políticas o puede subsistir al margen de ellas, que puede buscar directamente el exhibicionismo u obtenerlo como una mera consecuencia, etc. Pero todas estas formas más o menos brillantes están lanzadas hacia el espectáculo, con todos los condicionantes económicos, comerciales, propagandísticos, que esto conlleva".⁶⁸

Con esto se advierte que el deporte se está convirtiendo cada vez más en el esquema del consumismo general es un producto de consumición de la sociedad de masas. Para esto no debe de faltar el campeón efímero, el equipo de moda, romper el récord, la implantación de un nuevo estilo, el jugador rebelde, un conflicto administrativo, el alboroto vandálico. Y todo esto es anunciado por los medios de comunicación, ellos se encargan de engrandecer, disminuir o expresar tal cual un hecho.

EL DEPORTE ESPECTÁCULO Y COMPETITIVO

El deporte espectáculo es un hecho social y no se puede ni censurar, ni frenar. Es un gigante que cada vez crece más y cumple sus funciones sociales, siendo algunas muy útiles para la misma sociedad. Pero no hay que olvidar al deporte por lo que es, un juego, un entretenimiento, ejercicio físico bueno para la salud.

Del deporte espectáculo se puede hablar del deporte competitivo. La imagen del deporte de lo que es o debe de ser, está acaparada por el gran deporte competitivo, por ejemplo cuando se habla de deporte lo primero que viene a la mente de una persona es la imagen de un campeón o un récord. Esta imagen que predomina en la gente es reiteradamente inculcada por los medios de comunicación como ya se ha mencionado. Pero hay ocasiones que esta imagen se exagera en el sentido de ser más sensacionalista que informativa.

No es lo mismo informar la derrota de un partido y redactar las circunstancias del mismo a exponerlo de la siguiente manera, lo cual es común leer en los periódicos.

"Sentado en la caseta, Derek Jeter, shortstop de los Yanquis de Nueva York, se hunde en la tristeza tras la coronación de los Diamondbacks en la Serie Mundial, mientras arriba, los aficionados de Arizona festejan el triunfo"⁶⁹ En esta figura se observan las dos partes, el ganador y el perdedor. El primero se representa con júbilo, los brazos en alto, gritos y porras; el segundo con la cara agachada de decepción en un lugar desordenado y desolador. El ganador está con la gente, el perdedor se queda solo.

⁶⁸ CAGIGAL, José. ¡Oh Deporte! Anatomía de un gigante Editorial Miñón. 1981 Pág. 40

⁶⁹ El Universal Lunes 5 de noviembre 2001 Pág. C7

"El deporte es rivalidad (con respecto a un adversario, a un obstáculo natural, a la propia limitación) lo mismo cuando se disputa un "set" con un adversario que cuando se llena un graderío para aclamar a un equipo frente al del pueblo vecino. Pero cuando esta rivalidad llega a tornarse conflictiva, incluso mortífera, se está alterando uno de los grandes cauces por donde se canalizó "humanamente", por donde se "humanizó" esta poderosa energía de competencia – a la vez creadora y destructiva."⁷⁰

La competencia no sólo es para ganarle al contrincante, sino también para batir récords o números. En el capítulo anterior se habló sobre cómo se busca a cualquier costa ser el mejor, aunque a veces no son con los elementos deportivos y atléticos, sino con la ayuda de otros factores externos, por ejemplo, Omar Vizquel que juega el campo corto acaba de publicar un libro "Que él mismo a escrito junto con el periodista Bob Dyer, y que se titula "¡Omar! My Life On And Off The Field" ("¡Omar! Mi vida dentro y fuera del campo"), es una autobiografía del gran pelotero venezolano que no tiene nada de controversia con la excepción del capítulo 10, donde habla de los personajes que hay dentro del equipo. Bajo el título "Albert and other Clubhouse Characters", Vizquel lo comienza con la expresión de que "no odiaba a Albert Belle, pero ciertamente era una persona muy difícil de estimar y de estar en el mismo vestuario". Vizquel fue tajante en su descripción de cómo Belle usaba bates ilegales a lo largo de carrera y el carácter nada agradable y poco amistoso que tenía su ex compañero. El campo corto venezolano también detalla en el polémico capítulo, el famoso incidente en el Comiskey Park cuando el entonces piloto de los Medias Blancas de Chicago, Gene Lamont, acusó a Belle de usar un bate ilegal"⁷¹

Hasta que punto se puede medir el deporte competencia donde no se puede distinguir quién es el que juega limpio y quién no. Por ejemplo, en la reciente Olimpiada de invierno en Salt Lake City 2002 se difunde el jueves 21 de febrero por los medios de comunicación la declaración del Presidente del Comité Olímpico Ruso Leonid Tyagachiov que le expresó al presidente del COI Jacques Rogge manifestándose que su país se considera "maltratado" en los juegos por una serie de fallos que consideran parcializados en su contra. Esto sucedió a raíz de la descalificación de la esquiadora de fondo Larissa Lazutina, una de las grandes figuras del equipo olímpico ruso.

Lo anterior, debido a la detección elevada del nivel de hemoglobina en un control previo a la prueba. Según los rusos, horas antes de la competencia, Lazutina se sometió a una prueba y el nivel de hemoglobina en su sangre estaba en los 15, por debajo del tope legal de 16. Pero cuando se le hizo el control de antidopaje el nivel subió "por encima de los 16", según dijo Tyagachiov. La delegación rusa manifestó que el nivel de hemoglobina en la sangre de Lazutina apenas rebasó el límite, por lo que no se le debió haber culpado de dopaje. Un análisis de la orina de Lazutina determinará si su caso se le considera como un dopaje. Así Lazutina, quién había ganado dos medallas en los juegos, había competido por última vez el 15 de febrero en la persecución de cinco kilómetros. En el

⁷⁰ CAGIGAL, José. ¡Oh Deporte! Anatomía de un gigante Editorial Miñón. 1981 Pág. 61

⁷¹ Internet Viernes 26 de abril

relevó, buscaba ganar una décima medalla en su trayectoria en los juegos Olímpicos, pero la descalificación la marginó de la competencia.

Con esta polémica los rusos amenazaron con retirarse de los juegos y expuso que el equipo de Hockey masculino quien le tocaba jugar contra Estados Unidos no participaría e incluso comentó que por esta reacción no asistirán a los Juegos de Verano en Atenas en el 2004.

El jefe de la delegación rusa Gennady Ramensky indicó "Esto es un abuso. En forma premeditada van en contra de los deportistas rusos", aludiendo a los funcionarios a cargo de los controles antidopaje.

Más allá de ésta disputa, lo que cabe señalar es hasta que punto se vuelve maligno el deporte competitivo, que ya no se sabe si la descalificación fue por eliminar del camino a toda una trayectoria, o bien si el examen se dopaje fue positivo y se trató de ganar con elementos poco honestos.

"El tema de la corrupción es más espectacular. Todo el tinglado de sobornos, amañeos, montajes de triunfo artificiales, llenan muchas páginas negras en el boxeo, fútbol, ciclismo, automovilismo, e incluso invade áreas tradicionalmente más incontaminadas como atletismo, baloncesto, balonmano, gimnasia, etc. Este cáncer alcanza a los diversos estamentos, con el partidismo e incluso la corrupción de jueces, la aceptación vendida de derrotas por parte de entrenadores, de jugadores, etc."⁷²

Pero también cabe la posibilidad de tener estos casos a la voz pública con declaraciones o amenazas para mantener el deporte espectáculo, que a fin de cuentas es el que mantiene al deporte comercial.

Tres días después de este hecho, en México se difunde la siguiente nota por diferentes medios de comunicación: El Domingo 24 de febrero en el Coloso Estadio Azteca se presenta un juego entre Las Águilas del América y los Pumas de la UNAM, donde hay un lleno total y un alto índice de seguridad para evitar problemas entre los aficionados.

Resultado final, conflicto entre los aficionados de los Pumas y los del América. Por la noche en el programa deportivo de Televisa que se transmite en el canal 4 se realiza una encuesta de quién consideran que debe hacerse cargo de la seguridad de los partidos, las autoridades, los equipos o la porra.

En la revista "Soccer manía" publica un artículo respecto a lo acontecido a este partido y desde el título se observa el mensaje del mismo "Violencia, lleno y poco fútbol. Fue más lo que se dijo para calentar el partido. Habían prometido los jugadores convertir este Clásico entre América y Pumas en una batalla con modelos supersónicos, pero terminaron lazándose avioncitos de papel. O lo que es peor, la gente que llenó el Azteca salió del estadio con la sensación percibida de haber hecho cola durante dos horas para regresar a

⁷² CAGIGAL, José. ¡Oh Deporte! Anatomía de un gigante Editorial Miñón. 1981 Pág. 58

casa con las manos vacías. Agresivos, omnipresentes, decididos, audaces, eso sí, los hinchas universitarios y americanistas aventaron desde las gradas unos cohetes que casi dejan sordos a Jorge Campos y Adolfo Ríos. Fueron varias explosiones con los que intentaron infructuosamente calentar algo un partido que iba creciendo como un iceberg. Frío, helado, sin vida.⁷³ Pero acabando el juego, tal y como se mostraron las imágenes que se transmitieron la noche del domingo en "La jugada", de Televisa Deportes, se observaron aficionados de ambos equipos golpeándose y arrastrándose en la explanada junto a las puertas que dan a la Calzada de Tlalpan, en medio de algunos aislados policías, quienes también repartieron y recibieron golpes. Avisos de un embrión maligno que no debe crecer en México.

Y para reafirmar la nota se exponen estas dos imágenes. En la primera se observa el Estadio Azteca lleno y el saludo de los jugadores durante el Himno Nacional, con la presencia de algunos niños. En la segunda fotografía se puede apreciar claramente el antivialor deportivo donde un jugador que en México es considerado como ídolo (Jorge Campos) hace una señal no apropiada.

FIGURA 2



⁷³ Soccer manía. Semana del 25 de febrero al 03 de marzo de 2002. Año 1, No. 16 REVISTA SEMANAL \$10.00 pág. 4

FIGURA 3



JORGE CAMPOS - UN PASO A LA PASIÓN MEXICANA

Tal vez el tema vaya más a fondo, porque se puede considerar el apasionamiento como parte de este conflicto. Una cosa es ir a disfrutar un partido y obviamente tomar partido por un equipo determinado, y otra es llegar a la agresión personal porque el equipo del prójimo es el enemigo de mi equipo por así decirlo.

LA PASIÓN EN EL DEPORTE

Este apasionamiento ha sido parte de tantas tragedias que se han suscitado en el deporte, como en los casos de Brasil donde la gente se llega a quitar la vida por que pierde su selección de fútbol. Como ya se ha mencionado, los medios de comunicación han contribuido de alguna forma a acrecentar este apasionamiento. Por ejemplo en el 2001 una cadena Televisiva mexicana que además de transmitir el fútbol, también es dueña de algunos equipos llevó a cabo un concurso llamado **COMO VIVES TU LOCURA**, el cual pretende acrecentar la afición y la pasión por el fútbol soccer mexicano.

Si se recuerda, la persona quién se encargaba de anunciar dicho concurso era el "perro Bermúdez" locutor de Fútbol que se caracteriza por la emotividad que le imprime a los partidos, es muy contundente en el apasionamiento y parte de esto ha sido su éxito.

Como referencia a los conductores, existen algunos que más que narrar o comentar de un partido, su labor parece ser la de introducir emotividad y apasionamiento a los partidos, se recuerda al conductor de Ángel Fernández de los años sesentas. que desde aquel entonces empezó a transmitir los partidos con otra dinámica, no interesando tanto las en las reglas y técnicas del juego, sino en los jugadores y el triunfo. Posteriormente se observó que esta era la estrategia exacta para llamar más la atención de los aficionados e integrarlos más a los juegos; obviamente con esto se lograba mayor número de espectadores y las ganancias se incrementaron.

No es malo que los locutores le den vida a los juegos, la cuestión es que hay que hacerlo con medida, como dice la frase "nada en exceso todo con medida". Las consecuencias de esto se observan en los estadios cuando existen riñas, en las agresiones verbales, en los comportamientos humanos, pero también en los valores.

Como ejemplo positivo actual del deporte está el cronista de Béisbol, el Cubano Tito Fuentes que transmite en la cadena Fox en televisión privada. Este locutor no hace tanto alarde a alguna hazaña del juego, sino siempre comenta las técnicas, las reglas, las políticas, da sugerencias y su punto de vista; y como fue jugador de grandes ligas de béisbol cuenta anécdotas que sirven como conocimiento histórico de este deporte. Su conversación se vuelve agradable y en ella se expone en forma indirecta los valores. Claro, como el objetivo va también hacia el apasionamiento, su compañero Pepe Manilla es más abierto a este tipo de locución, pero entre los dos se cumplen los objetivos de narrar un buen partido sin perder las dos metas.

Otro ejemplo del apasionamiento y ver al deporte como combate se observa en el artículo que la revista semanal Soccer manía publicó del periodo del 25 de febrero al 03 de marzo del 2002 donde sale en la portada el rostro de Oscar Pérez sumergido hasta la mitad en agua con la mirada fija y atrás se ve como si fuera la Selva, este aspecto es de un soldado, de un "Rambo" que debe combatir. Pero eso no es todo viene en el encabezado "En pie de Guerra Oscar Pérez comandará desde el fondo al TRI"...

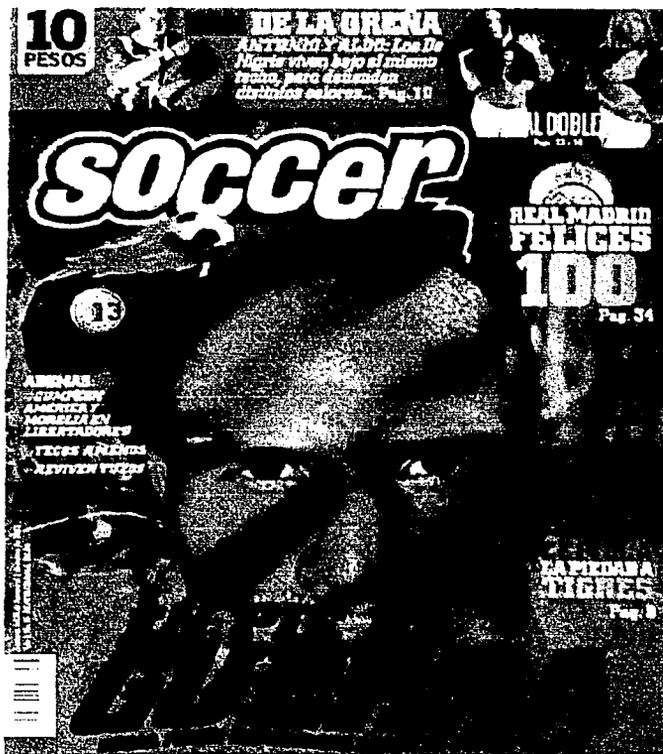
No obstante la parte presentan a dos hermanos que juegan fútbol, pero en diferentes equipos y dice "Van DE LA GREÑA Antonio y Aldo: Los DeNigris viven bajo el mismo techo, pero defienden distintos colores".⁷⁴

Se puede discernir como se lleva al deporte como competencia rival de combate, se hace ver al contrincante como enemigo y a los dirigentes como generales de batalla.

⁷⁴ Soccer manía. Semana del 25 de febrero al 03 de marzo de 2002. Año I, No. 16 REVISTA SEMANAL \$10.00 pág. 10

Para observar mejor esto es necesario presentar el encabezado de la revista donde se recomienda escribir cuál fue el primer impacto que tuvo de la fotografía de la portada, cuál fue el impacto tuvo al leer tanto el encabezado como las pequeñas presentaciones de notas periodísticas.

FIGURA 4



El deporte espectáculo, comercial, competitivo y lleno de ídolos al ser transmitido con apasionamiento ha llevado a ver a diario notas periodísticas como las siguientes:

En el periódico El Universal se publicaron las siguientes notas: TIEMPOS DE SUFRIR EN EL COLOSO DE SANTA ÚRSULA Desilusión y gritos ahogados en cerveza. "Ruge el estadio Azteca para luego escupir un desencadenado ¡¡Uuuuh!" Con las llegadas infortunadas de Zague, Cuauhtémoc Blanco, "Cabrito" Arellano, que se pierden en la imprecisión.

Lejana y a la vez cercana, emotiva comunión de un público fiel con su Selección, aficionados que casi llenan el coso, y que a distancia impulsan a un equipo sin idea ofensiva que apenas sale con vida de Costa Rica. Y como si los jugadores de Javier Aguirre pudieran escuchar, a más de 4 mil kilómetros, la gente en el Azteca grita, dirige, sufre, tiembla en una fiesta de fútbol que no explota con el ansiado "goal", ahogado en las gargantas, ante una pantalla gigante y frente a una histórica cancha que esta vez no tiene jugadores-

-Ay, Zague, igual de patachueca- grita Esteban Arriaga, hojalatero, cerveza en mano cuya espuma escurre del enorme bigote.

La familia Rodríguez Pineda no tiene televisión. Ha sido una tragedia desde el jueves, cuando "tronó, salió humito y se fregó", dice don Romualdo, padre de seis hijos, vendedor de tacos de canasta en las afueras del metro Tacuba.

Entonces, aprovecha que sólo se pagan 10 pesos para ver el partido México-Costa Rica en estas pantallas, para traer a toda la prole. Chiquillos, esposa. Hasta su compadre Roberto Santibáñez.

-Sin televisión ni tiempo para mandarla a componer decidimos venir todos desde Azcapotzalco para apoyar a México, no podríamos dejar de hacerlo. Y de paso que mis hijos conocieran el Azteca, pues a un partido está difícil, es mucha lana y somos muchos....

Doña Elisa se apura a sacar las tortas de frijol con una embarradita de mole "pues el jueves fue santo de mi hijo Panchito, el más chiquito y preparé una cazuelota. ¿Gusta joven?

En la pantalla los "Aguirre boys" corren sin ton ni son, mientras Hernán Medford Ronald Gómez Rolando Fonseca desbordan, ganas pelotas, corren vertiginosos, ponen a temblar a los mexicanos que se muerden los labios, tragan saliva, llevan las manos a la cabeza, maldicen.

Al final no quedan tortas de mole ni cerveza. Sólo sentimientos de desilusión. Aldo Becerril, taxista:

-Tanto sufrir para nada. Seguimos fuera del Mundial...⁷⁵

La otra nota editada en el mismo día se titula TIEMBLA A LA LLEGADA DE LA SELECCIÓN. Sin festejos en el aeropuerto. Los trinitarios nos echaron la mano "negra", bromea Javier Aguirre. "No hubo mariachis ni fanfarrias, si algunas decenas de chiquillos que acompañados de sus padres pedían autógrafos, pero nada más. Javier Aguirre, cosa

⁷⁵ El Universal, "Tiempos de Sufrir en el coloso de Santa Úrsula". Lunes 08 de Octubre de 2001 Pág.c-6. Por Francisco Ortiz Velázquez

rara en él, estaba de mal humor, con una voz ronca y cuidando que nadie le robara su portafolios durante la conferencia de prensa.

Tembló cuando arribó el Tri al aeropuerto. Y "el Vasco", un técnico temperamental explotó contra la prensa.

-¡No molesten! Estamos a90 minutos de calificar. Ustedes están más preocupados que yo.

-Muy extraño el triunfo de los trinitarios ante Honduras.

-Trinidad y Tobago nos echó la mano negra –soltó la carcajada "el Vasco".

Se rascó la cabeza y añadió.

-Que ganara Trinidad a Honduras no estaba en el presupuesto, pero en la actualidad el fútbol es rarísimo. Finlandia va a Munich y le empata a los alemanes. Grecia iguala con Inglaterra en Manchester; y Holanda está fuera del Mundial.

Hubo un silencio y fue el mismo Vasco quien tuvo que precisar para evitar malos pensamientos entre los reporteros.

Yo tengo 26 años en el fútbol mexicano, y nunca he visto nada malo, ni siquiera algún tipo de incentivo a terceros para que salgan a ganar. Eso a la larga o a la corta se llega a saber, finalmente se destapa la cloaca.

Aguirre caminó por los pasillos del aeropuerto escoltado por dos guardaespaldas, mientras Gerardo Torrado firmaba autógrafos en pedazos de papel.

¡Quite señora! – gritó un fotógrafo cuando intentaba imprimir una imagen de Torrado.

Yo también quiero verlos –respondió la aficionada.

Había temblado en plena conferencia con el Vasco, que tan enojado estaba que ni sintió el movimiento telúrico.

-En verdad tembló – pregunto Aguirre.

Levantó las cejas y ahora se rascó la cabeza. "Estoy más preocupado por llevar a mis hijos temprano a la escuela".⁷⁶

FIGURA 5



Aguirre regresó confundido

⁷⁶ El Universal. Tiembla a la llegada de la selección. Lunes 08 de Octubre de 2001 Pág.c-6. Por Oscar Jiménez Manríquez

En el periódico ovaciones el lunes 30 de julio de 2001 publican una nota con el siguiente encabezado "Se aventó a las Aguas Negras PERDIO EL TRI Y SE SUICIDO. Noticia escrita por Fernando Arturo Martínez Gómez "Cd. Nezahualcóyotl , Méx., 30 de julio.- Decepcionado por la derrota de la selección de fútbol mexicana, en la final de la Copa América contra Colombia, un individuo que había ingerido bebidas embriagantes "de puro coraje" decidió lanzarse al drenaje de aguas negras reconocido como "Maravillas", donde murió ahogado al atorarse con los desperdicios ubicados en el fondo del canal. El occiso correspondía en vida al nombre de Mario Sánchez Villalobos, de 43 años de edad, y fue identificado por su hermano Héctor, de los mismos apellidos quien declaró que los dos hermanos estuvieron bebiendo con otros amigos y al observar el partido de la selección nacional, ayer por la tarde y cuando concluyó el evento su hermano se mostró muy triste y enojado.

Señaló que de un rato de discusión sobre el evento deportivo su hermano manifestó que de "puro coraje me voy a dar un chapuzón", por lo cual decidió trasladarse al dren de aguas negras, localizado a unos 30 metros de la calle 40 de la colonia El Sol, donde se encontraban, con lo cual después de despojarse de la ropa y sus zapatos, se lanzó al canal. El testigo explicó que Mario Sánchez se pasó nadando el cause del dren, con una anchura aproximada de 10 metros y al querer regresar de la misma forma se hundió y al atorarse con algunos fierros retorcidos en el fondo, se ahogó en las aguas negras, en medio de desperdicios. De los hechos se levantó la averiguación previa NEZA11/5996/01 por homicidio en contra de quien resulte responsable, aunque las autoridades explicaron que por las características de los hechos se trata de un suicidio involuntario".⁷⁷

FIGURA 6

ovaciones

Se Aventó a las Aguas Negras

**PERDIO EL TRI
Y SE SUICIDO**

⁷⁷ La segunda de Ovaciones. Se aventó a las Aguas Negras PERDIO EL TRI Y SE SUICIDO. Lunes 30 de Julio de 2001 Pág. Carátula y 5 Por Fernando Arturo Martínez Gómez/Corresponsal .

Con esta última nota se puede ver hasta que punto puede intervenir en la sociedad el apasionamiento por el deporte, por un jugador, por un equipo, por una selección, y que en ocasiones el resultado es negativo.

ES NECESARIO VOLVER A CONSIDERAR EL PAPEL DE LA PUBLICIDAD

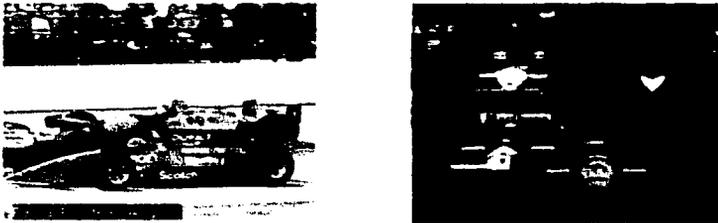
Ya se ha expuesto en varias ocasiones la intervención de la publicidad tan necesaria actualmente para el comercio en el deporte, pero es necesario recalcar que algunos productos que se anuncian en esta rama no son precisamente los más adecuados para el fortalecimiento del deporte y de los valores. Por ejemplo, hace unas líneas se transcribieron dos notas periodísticas donde el consumo de cerveza se hizo presente, y una de las notas narró la desgracia en que terminó una de estas anécdotas. Hay dos cuestiones que aclarar, no se pretende juzgar que el tomar cerveza es malo y la otra que no existan anuncios en el deporte. El fin de redactar estas líneas es presentar la manera en que algunos productos que se anuncian como nocivos para la salud, resulta ser los patrocinadores del deporte siendo para éste, uno de sus objetivos "Mente sana en cuerpo sano". Esto lleva pensar por ejemplo en la CERVEZA SOL PATROCINADOR OFICIAL DE LA SELECCIÓN MEXICANA Y DE LA COPA AMERICA, eslogan que se anunció durante la Copa América o bien la impresión que da ver en las camisetas del equipo favorito de "x" persona el patrocinio de cervezas como la Corona en el equipo del América.

Y estos productos no se consideran como benéficos para la salud, de hecho se registra que en exceso son nocivos para la misma. Otro producto con esas características son los cigarros, si se observa la imagen de las carreras de autos se ven los estampados de Marlboro y Camell.

FIGURA 7



FIGURA 8



Si se sitúa esto en los valores y el apasionamiento del que ya se hablo, se puede recordar la nota pasada donde una persona ebria, entre enojo y broma se suicido tal vez inconscientemente, pero en ese momento ¡Dónde estaban los valores?.

La publicidad hasta cierto punto es necesaria e incluso determina al deporte comercial. Por qué expreso esto. Parte del auge que ha tenido el deporte es por la difusión del mismo y como parte de esta difusión esta el patrocinio de algunas empresas. Sobre este punto ya se ha visto en capítulos anteriores que por ejemplo los Juegos Olímpicos tuvieron que recurrir a la difusión para poder llevarse a cabo y la difusión requiere de ingresos y la publicidad es la indicada o contribuye en gran medida.

El anuncio publicitario ha pasado de patrocinador a ser la dependencia económica del deporte en la sociedad. Sólo hay que pensar qué sería de los Juegos Olímpicos, del Béisbol, del Fútbol, del Básquetbol con la ausencia de la publicidad. Que sería de los jugadores profesionales si no contarán con sus grandes contratos. Qué sería de los estadios. Que sería de las colecciones y artículos que se venden.

LA IMAGEN DEL DEPORTISTA ES IMPORTANTE

Durante este trabajo se ha expuesto la importancia de los jugadores, se ha visto cómo han entrado al mundo de la farándula, del espectáculo; si se puede concebir al deporte por lo que se ha escrito como espectáculo. Hoy en día en los diferentes medios de comunicación se ha visto más de una sola nota de la vida privada de los jugadores, su participación en eventos artísticos y en concursos televisivos.

¿Qué se advierte con esto? Que los espectadores no se conforman con saber sobre la trayectoria deportiva, ni las nuevas técnicas o nuevos records, sino también buscan al idolo, al héroe, a la persona con la cual identificarse como se mencionó.

En el capítulo anterior se manifestó que hay actitudes positivas de algunos deportistas, pero también hay actitudes negativas donde se pierde por completo el concepto de los valores. Y los medios de comunicación están conscientes de esto y es parte de sumisión el informar, el pregonar estos incidentes. Hasta aluden estas actitudes, por ejemplo el spot para anunciar el programa los protagonistas por la noche en TvAzteca "HAY CHICOS MALOS EN EL DEPORTE, PERO TAMBIÉN HAY CHICOS BUENOS QUE LO TRANSMITEN". Es bueno el eslogan desde el punto de vista publicitario para anunciar el programa, pero el pasar las diferentes escenas donde se observa como se hace deporte en forma antideportiva donde los valores a los cuales se hace referencia en este trabajo se pierden, se nota que no coinciden el propósito deportivo de los valores con la comunicación que se está presentando en el eslogan, y esto puede llegar a afectar la imagen del deporte.

Se pueden nombrar a muchos deportistas que su imagen apunta hacia los antivalores como El basquetbolista Dennis Rodman, el boxeador Mike Tyson, pero basta un ejemplo para observar las consecuencias de los actos que se publican o transmiten en los diferentes medios de comunicación, desde el libro y el periódico hasta la televisión e internet. En los años ochenta fue muy nombrado como uno de los mejores homeruneros Daryl Stawberry, cañonero de gran poder y que con su carrera pintaba para ser uno de los mejores homeruneros de todos los tiempos. Años más tarde se anunció que sufría de problemas de drogadicción, en los noventas estuvo en un va y ven en las Grandes Ligas precisamente por tener problema con las drogas y no poder eliminarlas de su vida. En el 2002 sale este anuncio "El pelotero Daryl Stawberry admitió hoy viernes ante el tribunal que quebrantó las reglas de su libertad probatoria y está dispuesto a aceptar las consecuencias, incluso si esto significa cumplir tiempo en una prisión estatal. El ex toletero de 40 años, en otros tiempos gran figura de las Grandes Ligas, podría enfrentar hasta 18 meses en una prisión floridense, por su detención en 1999 bajo acusaciones de posesión de drogas y solicitud de prostitución. Stawberry peleó contra anteriores intentos de la fiscalía para enviarlo a prisión y tuvo éxito convenciendo a la jueza dela Corte de Circuito de Hillsborough, Florence Foster, para que lo enviara a recibir un tratamiento contra su adicción a las drogas. El pelotero violó las condiciones de su probatoria en seis ocasiones"⁷⁸

Casos tan lamentables de personas con grandes aptitudes en el deporte se dispersan en una vida fuera de los valores, donde su destino y su nombre podría ser nombrado por los medios de comunicación, como resultado de otros actos positivos para la sociedad. Y como ejemplo para los niños, los adolescentes, jóvenes e incluso adultos quedan sus comportamientos que son transmitidos y difundidos.

Como se observa todo va ligado: del deporte espectáculo se obtiene idolos, y héroes y de ellos viene el deporte comercial que requiere del deporte competitivo y que termina en moda. Se han visto en forma separada estos conceptos pero se puede considerar por lo escrito y los ejemplos presentados que como se quiera denominar al deporte, sus diferentes facetas van vinculadas entre si y unas dependen de las otras.

⁷⁸ Internet 19 de abril

Por lo tanto en forma resumida y para culminar este capítulo se dará las nuevas connotaciones del deporte y su impacto social:

FIGURA 9



FIGURA 10



EN POCAS PALABRAS

Es importante exponer la siguiente referencia que se hace respecto al deporte para que en forma resumida el lector observe el comportamiento que tiene el deporte actual: "Comprometidas con sus principios fundadores, las autoridades deportivas internacionales se opusieron insistentemente a la profesionalización del deporte, rechazando la idea de recompensar económicamente las victorias deportivas. Pero en la década de 1960, el golf, el tenis y el automovilismo dieron el paso decisivo y superaron el tradicional espíritu amateur del deporte (del que se erigieron en baluartes el atletismo y la natación). Sin embargo, el temor de que el concepto pecuniario ingresara en el vocabulario deportivo fue superado en forma progresiva y terminó por esfumarse. Ante las cifras que el deporte comenzó a generar por los ingresos procedentes de la publicidad y de los derechos de la televisión: el deporte profesional dio paso al deporte espectáculo y éste, a su vez, al deporte como sector económico. Los juegos olímpicos celebrados en Los Angeles en 1984 fueron financiados enteramente por empresas patrocinadoras y los derechos de retransmisión adquiridos por lo que las cadenas de televisión señalaron simbólicamente la entrada de una nueva era. El deporte como actividad económica adquiere una importancia planetaria y sus protagonistas se convierten en héroes e ídolos de masas. Tanto el fútbol en Europa y Sudamérica, como el baloncesto, el béisbol y fútbol americano en Estados Unidos, se transformaron en auténticos fenómenos sociales. Sólo algunos casos de dopaje y violencia hacen recapacitar acerca del rumbo que el deporte toma cuando excede su propia esencia."⁷⁹

DEPORTE ESPECTÁCULO

Es ver al deporte como sensacionalismo y farándula, lo que los Romanos denominaron el "Circo Romano".

Importa el impacto de emotividad y morbosidad.

DEPORTE COMERCIAL

Es ver al deporte como negocio, lo que los empresarios denominan dar un servicio para recibir una ganancia.

Importa el impacto de monetario.

DEPORTE COMPETITIVO

Es ver al deporte por poder, lo que los políticos denominarían nacionalismo y los empresarios aficionados.

Importa el impacto de pasión.

DEPORTE MODA

Es ver al deporte regido por los acontecimientos actuales, lo que los publicistas denominarían la atracción de las cosas.

Importa el impacto de consumo.

⁷⁹ Enciclopedia Encarta 2000.

IDOLOS Y HÉROES

Es ver al deporte con representantes, lo que los luchadores sociales denominan "líder" que lleva la antorcha encendida y los cuento de hadas el "príncipe azul".
Importa el impacto de proyección.

Lo importante de todas ellas, es el impacto que tienen hacia la sociedad, donde al momento que la gente vea algún deporte sea por emotividad, morbosidad, ganancia, pasión, consumo y proyección. La cuestión es observar si estos impactos llevan los valores o tienen ausencia de los mismos, parece ser que el objetivo del deporte bajo estas connotaciones no es precisamente ver los principios del deporte.

Con las diferentes apreciaciones con que se ha determinado al deporte en este capítulo y las diversas notas y acontecimientos que los medios de comunicación han dado, se puede advertir que en forma sustancial los medios de comunicación han coadyuvado a distorsionar, tergiversar y modificar los valores fundamentales de la actividad deportiva, los cuales apoyan a la aplicación de los valores en la sociedad. Se vive un momento de crisis, de desmoronamiento de valores, de crisis energética, crisis económicas, política miedo a la autodestructividad humana, la cual con los grandes poderes científicos y políticos puede resultar autodestructividad planetaria; angustia, neurosis, huida, depresión. Pero en estos momentos es cuando el hombre llega a replantear las costumbres, las razones de vida y los **VALORES**, ahora es cuando se deben reconsiderar estos puntos, antes de que el tiempo pase y la crisis nos lleve a la decadencia.

Hay algunos programas que tratan de rescatar los valores del deporte y difundirlo como el Torneo Latinoamericano Bimbo donde se tiene como propósito precisamente el crear un ambiente de convivencia y salud con el deporte. Este tipo de proyectos son buenos y se expandrán en el siguiente capítulo.

Los valores son parte del hombre, y deben ser considerados en su vida diaria. Como se ha mencionado el deporte es parte vital del hombre y los medios de difusión son parte comunicativa entre los dos, por lo tanto el siguiente capítulo a manera de conclusión presentará diferentes propuestas sobre cómo podrían fundamentarse los valores en el deporte con la intervención tan necesaria de los medios de comunicación.

CAPÍTULO 6

"Cuando las trompetas anuncian la victoria, no solo invitan al podio al vencedor, sino que también glorifican el deporte: la razón y la fuerza, al valor y la voluntad, la fidelidad, la intrepidez y el honor, glorifican a los hombres que han entregado sus corazones al deporte y que, con sus actos y su ejemplo, llaman a realizar proezas en la vida."

Litfman Gallo, los secretos del deporte
soviético

REFLEXIÓN

....Los Medios de Comunicación al servicio de fortalecer los valores del deporte como un factor al desarrollo integral del hombre.

Sin el afán de emitir pre-juicios ni anti-juicios, el propósito de esta exposición es dar a conocer el posible valor educacional en cuanto a la adquisición de los valores humanos en el desarrollo de una vida activa en el deporte y reconocer que los Medios de Comunicación juegan un papel primordial en esta educación.

El deporte como se ha mencionado y señalado por expertos en la rama: Profesor José Cagigal; Prof. Jorge Quintana, Prof. Oscar Trujillo, Barón Coubertain, etc.. se expresa en el juego, en desarrollar la necesidad humana del movimiento, en poner en acción la relación cuerpo y espíritu, en estimular el esfuerzo orgánico, en habitar la superación personal, en el restablecimiento del equilibrio psicossomático, en el aprendizaje continuo y experimental, en el desahogo de estados internos, en la práctica del ocio, en la acción y trabajo en equipo, en el vínculo entre los intereses particulares y los del grupo, en el intento de la superación personal o de un adversario, en la asimilación de que en el juego de la vida siempre hay adversarios a los cuales hay que considerar compañeros de juego, en el aceptar la derrota cuando llega, y aprender a practicar un lenguaje por medio de movimientos y habilidades universalmente inteligibles; es decir el deporte es una expresión de los valores humanos.

El deporte es común, originario, permanente y su forma de expresión es universal; como se vio en el segundo capítulo; no importa el idioma, ni la cultura, ni la raza y precisamente ese carácter de universal es lo que ayuda a que todos los seres humanos lo vivan, lo practiquen, sin necesidades políticas, económicas o culturales. Por lo mismo, en el deporte se encuentran los valores humanos, los cuales también son universales. El deporte tiene algo que al hombre que lo practica lo hace sentirse plenamente humano, y al mismo tiempo brinda a otro esa comprensión directamente humana, y por consecuencia facilita el espontáneo establecimiento de una relación, como describe en su libro ¡Oh, deporte! (anatomía de un gigante) el Prof. Cagigal.

Por lo tanto, un clima donde que permita desarrollar la práctica deportiva como un hábito que sea dinámica como actividad ludo-competitiva, como hábito de ejercicio físico, como actividad corporal higiénica y como orientación en los valores humanos; y que la difusión del deporte corresponda a esta práctica.

El llegar a comprender que es importante aceptar al deporte por lo que es y expresar como menciona el profesor Cagigal "El mito del "amateurismo", la práctica del deporte por sí mismo, sin fines lucrativos, es realmente una de las actitudes que se consideran básicas en la práctica deportiva, de ahí que fuese luego asumida oficialmente como piedra angular del "verdadero" deporte. Ciertos santones del movimiento olímpico —no el barón de Coubertin- hipostasiaron este tema"⁸⁰

El deporte Amateur existe en la actualidad, pero normalmente o en su mayoría es absorbido por el deporte espectáculo precisamente por el poder económico que lo sostiene, dándole la oportunidad de ser más sensacional y espectacular como se presentó en los capítulos anteriores.

Existen a la fecha algunos lugares en donde es prioritario el deporte amateur, como en el caso de la República de Cuba. En donde marzo del 2002 tuve la oportunidad de asistir a la Ciudad Deportiva de la Habana donde cordialmente el Lic. Oscar Trujillo Tardío, licenciado metodológico especializado de Educación Física, se prestó a conversar, aunque escuetamente por no haber solicitado autorización desde la embajada de Cuba en México, expresando su punto de vista acerca del deporte:

¿Para usted, qué es el deporte?

El deporte es una actividad propia del hombre que le permite expresarse, por medio del juego que es parte del entretenimiento y la convivencia, pero con reglas a seguir; y al ir practicando este juego se adquiere salud y compromiso. En poca palabras el deporte es juego, entretenimiento, convivencia, disciplina y salud.

¿Cómo observa actualmente al deporte en el mundo?

Desgraciadamente en varias partes del mundo se está practicando y dando más difusión al deporte profesional, el cual busca ser más atractivo a la gente para su comercialización. Incluso hay algunas reglas deportivas que han cambiado con el fin de hacer más atractivo al deporte profesional.

¿Cómo se maneja el deporte en Cuba?

Para Cuba el deporte es una disciplina muy importante en la formación del ser humano, por lo cual se pretende dar una cultura deportiva a la gente desde niños, para ello, a los profesores de Educación Física se les da una amplia preparación que es la Licenciatura Metodológica Especializada en Educación Física, no cualquier persona esta capacitada para dar instrucciones deportivas.

⁸⁰ CAGIGAL, José. ¡Oh Deporte! Anatomía de un gigante Editorial Miñón. 1981 P4g. 105

Constantemente se menciona y se difunde a la gente que practique deporte impulsando campañas deportivas y competencias a nivel amateur. En Cuba se le da prioridad al deporte amateur que es la práctica del deporte por excelencia. Para los Cubanos impulsar el deporte amateur es impulsar a toda la gente que practique deporte y aquellos que tienen más facilidad para el boxeo, atletismo o un deporte determinado se les otorga más atención.

Por lo tanto, ¿cuál es la importancia de practicar y vivir el deporte?

El deporte es parte de la vida del ser humano, todo organismo necesita del ejercicio físico, por ejemplo, el Hospital de rehabilitación para ancianos tiene en la entrada una frase que dice "Practicar deporte es parte de tu rehabilitación".

El estar consciente de que el deporte es parte de tu bienestar es la primera señal de la cultura deportiva. En una de las entradas al deportivo, frente al campo de entrenamiento verán un letrero que dice "El deporte es salud".

El practicar deporte te ayuda a mantener una vida más sana, a convivir con los demás y a tener un buen espacio de esparcimiento.

¿Considera que el deporte enseña los valores humanos?

Más que enseñar, los valores son parte del deporte, le explicaba acerca de la cultura deportiva que es importante que la gente la adopte como parte de su vida, y quien adopta esa cultura deportiva aprende y vive los valores. Estos se dan en la convivencia, la disciplina, el compromiso, la honestidad, la fraternidad, etc. Los valores son parte elemental del deporte. Uno como profesor al ir enseñando una disciplina deportiva tiene que ir enseñando e inculcando los valores humanos, quien enseña o practica algún deporte sin considerar los valores humanos, realmente no está practicando o enseñando deporte, sino simplemente realiza movimientos sin un objetivo. Entiende la importancia de los valores en el deporte.

FIGURA 1

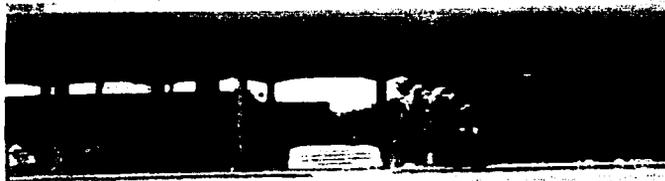
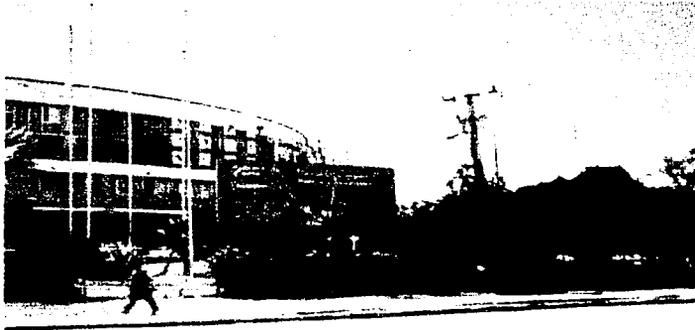


FIGURA 2



Hay que considerar que para Cuba el deporte es muy importante para el desarrollo de la gente y las personas encargadas de impartir la educación del mismo son especialistas en su metodología. En México hasta hace unos años se observó que la clase de Educación Física es muy importante para el desarrollo de los niños y que para la docencia era necesario preparar a los profesores a nivel de licenciatura.

Este es un paso primordial en el cambio que se le quiere dar al deporte en México, por lo menos ya se advirtió la importancia de prestar a la Educación Física más calidad y preparación pedagógica. Probablemente todavía no se llegue a desarrollar como en Cuba, pero al menos ya se dio el primer paso.

Pero como en todo conocimiento no es lo mismo "La Teoría que la Práctica"; lo que se dice que se debe hacer, a prestar los servicios necesarios para que se puede hacer; y el decir que es bueno y presentar lo contrario a lo expuesto.

El fin de este trabajo no es abundar sobre las condiciones que se dan en algunos países para practicar deporte y las condiciones que prestan otros. Si no es llegar a identificar que el practicar deporte es bueno para el desarrollo, crecimiento y bienestar del humano y que al momento de practicarlo se obtienen varias recompensas como la salud física y mental; pero también se obtiene una muy grande y que es un arma para toda la vida, el llegar a adquirir los valores, los cuales se integran a la vida de cada persona en una forma sólida porque se viven y se comparten.

Hace unos renglones se expreso que no es lo mismo mencionar "que es lo bueno" y observar lo contrario. ¿Dónde se pretende llegar con esta expresión?. No es lo mismo que en la casa de cada niño los papás les comenten que el deporte es bueno, que el profesor de Educación Física les diga que es importante para su vida, si los niños en la vida real no ven por ningún lado qué pueden aprender del deporte. Si nunca ven a sus papás hacer ejercicio o nunca los sacan a esparcirse en el parque con sus bicicletas o los inscriben en alguna actividad, se conforman con que vean algún partido por la televisión, o bien, les dicen salgan a jugar con sus amigos; o el profesor sólo les da un balón y los deja que jueguen una cascarita. Qué pueden aprender si no hay una educación formal y disciplinada.

Es importante inculcar una cultura del deporte como expresa el Profesor Oscar Trujillo, donde la práctica sea formal y educativa. Probablemente algunos padres no podrán cien por ciento, ayudar a sus hijos con esto por sus múltiples actividades o el profesor esté inconforme por su sueldo y para él el asistir a la escuela ya es más que suficiente y se conforme con darle a los niños un balón para que jueguen entre ellos. O si los llevan a parques a practicarlo se pueden encontrar con condiciones no muy aptas para realizarlo.

FIGURA 3



El niño de alguna forma debe aprender lo que es el deporte, de alguna fuente debe tener algún conocimiento sobre el mismo. Es un hecho que la mayoría de los niños llegan a saber algo sobre deporte, algo sobre jugadores, algo sobre equipos; de dónde sacan esta información.

En la actualidad gran parte de la información que se mueve entre las personas proviene de los Medios de Comunicación, siendo sin duda alguna uno de los elementos más importantes en la vida del hombre. Ya se ha visto en capítulos anteriores sobre su importancia y trascendencia.

Es aquí donde interviene la importancia de los medios de comunicación, de transmitir información, orientar a la sociedad, educar y entretener a la gente. Sus objetivos son claros y precisos, la cuestión es saber como manejarlos. No se debe olvidar la Teoría estructural funcional y poder de Mcquail que su base es en cuanto mayor sea la confianza que deposite el receptor en los medios de comunicación masivos, y cuanto mayor sea la crisis o la inestabilidad en que se halle sumida una sociedad, será mayor el poder que los medios tengan sobre la sociedad (o el poder que se les conceda). Este puede ser por el poder político o económico. Así con el papel que desempeñan los medios de comunicación de orientación y control social. Y por otro lado la Teoría del Cambio individual de valor donde textualmente Mcquail enuncia que "La idea básica es que los medios de comunicación estimulen y ayuden a difundir un sistema personal de valores favorable a la innovación, la movilidad, el éxito y el consumo".

En diversos medios se escucha, se lee o se ven a menudo las siguientes expresiones "la sociedad está en crisis", "la juventud está desorientada", "la transmisión de algunos programas no aportan nada saludable o denigran a la sociedad".

Están bien sus comentarios, son válidos como muchos más que se dan, son puntos de vista diferentes y cada uno está fundamentado; pero creo que no sólo se trata de criticar a los demás y exclamar lo que parece bueno y lo que parece malo.

Si a una señora no le parece el comportamiento de su hijo, ¿qué es lo que hace? No deja que siga igual y sólo critica, sino toma armas en el asunto y empieza a ver qué puede hacer para ayudarlo. Posiblemente primero trate de detectar dónde está el problema y después realizará un plan de acción que poco a poco le vaya dando frutos positivos a su hijo. Para esto tendrá que observar primero el comportamiento del papá, de los hermanos y de ella misma y verá si lo que ellos hacen y expresan es lo adecuado para su hijo e irán aportándole una serie de comportamientos que para ellos son buenos.

Si un empresario observa que las ventas de su empresa no están bien ¿qué es lo que hace? De seguro no se quedará con las manos cruzadas y dirá que es así el comportamiento actual de su empresa y que debe de acoplarse a él; sino por el contrario, tratará de ver por dónde está la falla y realizará un plan de acción que poco a poco ayude a que su empresa incremente sus ganancias hasta llegar a la estabilidad deseada y de ahí ya no volver a caer. Y sabe bien que debe renovarse de tal manera que su empresa

sea productiva y no dejarse guiar por el pensamiento de que así nos tocó vivir, así es el comportamiento actual de la sociedad y hay que comprenderlo y aprender a vivir con él.

Estos dos ejemplos son para describir un poco la problemática que se pretende exponer en este trabajo y preguntarse ¿qué se debe hacer?

La historia enseña al hombre por medio de la experiencia y lo acontecido a dónde puede llegar o qué puede hacer, si hay anécdotas de lo que fue el "Circo Romano" "Dos gladiadores armados se enfrentan en la arena. Un luchador acomete con la espada a su contrincante, pero este intercepta los golpes con su escudo. Al instante, la enardecida multitud anima a gritos a su favorito. Se libra una lucha encarnizada. No transcurre mucho tiempo hasta que uno de ellos, herido e incapaz de continuar, arroja las armas, se arrodilla en señal de derrota y suplica clemencia. El clamor popular no puede ser mayor. Unos gritan pidiendo el indulto; otros, la muerte. Ahora el emperador es el blanco de todas las miradas. Atento al capricho de las masas, puede liberar al guerrero vencido o, con el pulgar hacia abajo, decretar su ejecución"⁸¹ Por supuesto que se debe aprender de estos acontecimientos.

FIGURA 4



Una lección de la historia de Roma

Y

⁸¹ La Atalaya 15 de junio 2002. México pág.27

Recientemente en el Coliseo de Roma se presentó la exposición "Sangre e arena" (sangre y arena) donde se mostró paralelos modernos de los munera. Es decir, se presentaron grabaciones de escenas de corridas de toros, peleas de boxeo, espantosos accidentes ocurridos en carreras de automóviles y motocicletas, feroces peleas entre deportistas y enfrentamientos violentos entre espectadores. La presentación terminaba con una vista aérea del Coliseo. Posteriormente se realizaba una encuesta a los visitantes respecto a la sensación que tuvieron en ese momento para poder llegar a una conclusión.

Con esta exposición se observa que parte de la sociedad ya tiene identificado que la forma de la transmisión actual del deporte no es la más aceptable para vivir en una sociedad sana que busca el bien común. "afirmó Tertuliano, escritor del siglo III. Para él, los espectadores eran cómplices de los asesinatos"⁸² Hay que reflexionar acerca de la exaltación que se vivía en el Coliseo Romano comparable a la que se vive hoy en día en algunos deportes.

La sociedad no debe dejarse conducir sin valores como lo anuncian varias personas y medios de comunicación, y no debe permitir que se comente que "la juventud está desorientada", "no hay valores" "cada vez estamos peor"; sin hacer algo, hay que empezar a observar dónde está la falla y ver por dónde se puede ayudar a inducir los valores.

Como se ha visto, el deporte es una actividad humana donde los valores se practican y se viven, a veces sin observar el momento en que se realiza un valor, pero se hace. Por lo mismo una forma de promover los valores es por medio del deporte y una forma de promover al deporte es por los Medios de Comunicación. Hay que analizar la primera pregunta que se plantea en este trabajo *LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN...¿FORTALECEN O DEBILITAN LOS VALORES DEL DEPORTE?*

⁸² Ibid pág.29

CONCLUSIONES

CONCLUSIÓN

.... y ahora qué sigue

"Cuando una puerta se cierra, otra se abre."
-Miguel de Cervantes

De acuerdo a la pregunta expuesta en este trabajo de investigación, la respuesta puede tiende hacia las dos vertientes.
¿Por qué?

Durante estos seis capítulos se ha visto que Los medios de comunicación pueden ayudar a fortalecer los valores del deporte, o bien, a debilitarlos; existe una gran responsabilidad en ellos y éstos no se puede dejar llevar sólo por el punto de vista empresarial, ya que son una institución organizada con objetivos y obligaciones como se vio en el primer capítulo, y una acepción de la palabra institución es " Un organismo que desempeña una función de interés público, especialmente educativa o benéfica", y por lo mismo también por el de servicio y orientación a la sociedad si se retoma la segunda dimensión que son las normativas de McQuaill, que se aplican a la relación que existen con los valores sociales y culturales; ya sea por la calidad moral y la seriedad del contenido; la orientación hacia la realidad o la fantasía; y por último, su estética o cultura. También en las teorías existe la del "Idealismo", respecto a este punto McQuail denuncia que los medios de comunicación están estructurados en: la tecnología de la comunicación, forma y contenidos de los medios de comunicación, y cambios en la sociedad (estructura social, ordenaciones institucionales, la distribución de la opinión, las creencias, los valores y las prácticas).

En un primer momento los Medios fueron indispensable para dar a conocer al deporte en forma masiva si se considera precisamente a la apertura de la Comunicación de Masas. Se ha visto que uno necesita del otro y que van de la mano.

La cuestión es preguntar: En la actualidad ¿los Medios de Comunicación fortalecen o debilitan a los valores del deporte? Cada uno reflexione que es lo que primero que les viene a la mente cuando se le hace esta pregunta..... Con lo expuesto en el capítulo cinco se observa que a diario en algún medio de comunicación se transmite por lo menos una noticia donde el deporte no es parte de la educación de los valores. Estos se pierden y hasta se llegan a confundir con los antivalores. Aunque existen algunos puntos positivos acerca de los valores, estos se ven rebasados por los puntos negativos al ser más sensacionalistas y espectaculares. En el primer capítulo se expusieron las palabras de Marshall McLuhan: "el medio es el mensaje" donde la comunicación hoy en día tiene una participación más importante en la vida del hombre porque ahora el hombre se desenvuelve por medio de símbolos, es decir lo que importa es el impacto del

mensaje, que están destinados a tener un efecto sobre uno o varios públicos como lo explica David Berlo: "antes la gente ganaba su vida manipulando cosas y no símbolos, y ahora es al revés". O como dice Kimball Young "el uso más o menos deliberados, planeado y sistemático de símbolos, principalmente a través de la sugestión y las técnicas psicológicas afines, con miras a alterar y controlar opiniones, ideas y valores"⁸³

Por lo tanto se puede considerar que los medios de comunicación en la actualidad debilitan los valores del deporte por la forma de transmitirlos. Hay que advertir que los deportes son importantes en la sociedad y qué bueno que los medios los transmitan, o bien, mantengan informada a la sociedad sobre ellos. Pero la cuestión es saber qué presentar y cómo hacerlo para que los deportes sigan ayudando al subsidio de sus gastos, la gente se siga entreteniendo y alcance a percibir los valores que adquieren por medio de ellos, llevándolos a la práctica, es decir, dónde las personas vean en su jugador favorito la honestidad, la disciplina, el trabajo en equipo, el saber perder, el saber ganar, el disfrutar del deporte, y el llevar una vida sana, entre otras.

Obviamente no toda la responsabilidad recae en los Medios de Información, pero una vez más hay que recordar que están para informar, educar, orientar y entretener, y por lo mismo están al servicio de transmitir información que cubra estos requisitos, por ejemplo la Teoría Funcional estructural e integración que expone McQuail: "la cohesión y la lealtad en el interior de los medios de comunicación pueden contribuir a la integración en la sociedad y constituir un punto de apoyo para efectos más amplios de control y cohesión social. Los medios no sólo sirven para dar apoyo a los valores de la sociedad como un todo, sino también a los segmentos internos de ésta, definidos de diversas maneras. En general, los medios de comunicación no han ofrecido un reflejo de la sociedad (nacional o local) tal como es, sino distorsionado, al prestar excesiva atención ya sea a los que ejemplifican las aspiraciones de la mayoría, ya a quienes rechazan los valores de la sociedad". Y termina comentando que a este aspecto la publicidad actúa como un despertador y un disuador.

La siguiente pregunta es ¿cómo hacerlo?. De antemano no es una tarea fácil y para muchos es imposible de realizar y no porque la dinámica sea complicada, sino por la forma en que vive actualmente la sociedad que es en forma consumista y gusta de la farándula y de todo lo que provoque espectáculo, sensaciones y excitación; además de vivir un ritmo de vida muy acelerado donde lo que en este segundo es noticia al siguiente ya es historia.

Por otro lado, no hay que olvidar que el ser humano por naturaleza es axiológico (que es capaz de actuar por valores) y no precisamente es un producto estadístico de una emisión de estímulos y respuestas. Se puede decir que el hombre para que siga siendo hombre necesita cultivar los valores, recuperar los perdidos y avizorar otros nuevos y esto se puede lograr en los mismo hábitos de la sociedad.

⁸³ GUAJARDO, Horacio. Teoría de la comunicación social. Ed. Gemika. México. 1994 Pág. 105-106

Entonces se debe recurrir a los hábitos de la sociedad para poder renovar y acrecentar los valores. Existen varios hábitos que practica la sociedad a diario, y entre ellos están la actividad deportiva, que puede ser un hábito pasivo o activo; y el hábito de estar comunicado e informado por los medios de comunicación. En el primer capítulo se expuso la **modalidad de servicio** que enuncia McQuaill donde dice que es la mejor relación entre emisor y receptor porque están unidos por un interés mutuo ya sea en el ámbito de entretenimiento, de las noticias, de la información del consumidor, de ideas, etc. En el segundo capítulo se expuso al profesor José Cagigal donde manifiesta que "el deporte es una de las más inteligentes actitudes humanas; y precisamente por ello, por su humanismo y no por su estrépito, es una importante realidad".

PROPUESTAS O APORTACIONES

El siguiente paso es saber cómo integrar de una forma sana y rentable para todos esta relación.

Para no "descubrir el hilo negro" acerca de programas relacionados con el deporte, hay que analizar los programas o transmisiones que existen del deporte y de qué forma sin perder el ritmo de programación se puede inducir más acerca de fortalecer los valores.

TORNEOS INFANTILES

Existen algunos torneos donde uno de sus principales objetivos es promover en los niños la práctica del deporte y la convivencia con los otros niños, por ejemplo el Torneo Latinoamericano Bimbo donde se convoca a los niños a participar con sus compañeros de escuela en un torneo de Fútbol a nivel latinoamericano representando a su escuela.

Parece ser que este torneo es positivo para promover los valores porque lleva el objetivo de: integridad, disciplina, solidaridad, convivencia, respeto, esfuerzo, convicción, honestidad, etc... Pero lo malo es que probablemente los niños que lo ven o juegan no se den cuenta de que están practicando o viendo como se practican éstos. Por lo tanto, es necesario enfatizar que en esta actividad están presentes los valores y se están experimentando.

En estos casos donde hay un patrocinador dispuesto a absorber parte de los gastos, y sino es suficiente, buscar a otros para que conjuntamente difundan más la actividad y se pueda transmitir el torneo para hacer énfasis en los valores en la práctica. Por ejemplo: Al momento de la transmisión señalarlos con algunos comentarios sobre la convivencia, la disciplina, la armonía, el compromiso por jugar bien, la honestidad, la solidaridad; hasta uno de los patrocinadores, como la imagen del Osito Bimbo puede platicar sobre lo que se vio en el partido y exprese los valores en escenas que se transmitieron del partido. Que resalte que los ganadores fueron aquellos que se dedicaron a jugar más en equipo, no se enojaron, no se pelearon, tuvieron una preparación previa; todos aquellos comportamientos sanos para el bienestar común.

Esto es importante porque muchas veces la gente no alcanza a percibir los valores en la vida cotidiana y por lo mismo en la mayoría de los casos los niños tampoco; como que hablar de ellos parece un cuento de hadas, una hazaña de un héroe, pero no algo tangible; y por lo mismo se debe de orientar en dónde se puede practicar los valores como en un concurso deportivo y ver que el aplicarlos mejora la convivencia e integración tanto personal como social.

CONCURSOS INFANTILES

Existe un programa de concursos que lleva mucho tiempo transmitiéndose por la televisión y han pasado muchas generaciones lo han visto, compartiendo el domingo por la mañana "En Familia con Chabelo", un programa positivo que va dirigido a la familia y se enfoca a los niños.

De este programa, como muchos nuevos "El patio de mi casa" con Tatiana, "El cubo de Donalú" con Graciela Mauri pueden transmitirse y difundir más el deporte con el fin de inculcar el propósito deportivo y los valores que ya se han mencionado antes.

En ocasiones si hacen referencias a los valores y el espíritu deportivo, pero sería preferible que realizaran torneos o concursos más organizados donde se muestre al deporte como una actividad humana cotidiana. Por ejemplo, además de realizar concursos donde se observa una expresión física o mental, realizar torneos donde la gente (niños) se acostumbren a practicar un deporte en específico y puedan compartir su evolución con los demás. Y en esta práctica, ir desarrollando los valores e insistir en enseñarse a vivir con ellos porque no son ajenos al acontecer.

PROGRAMAS EN PRO A LA SOCIEDAD

Existen varios programas en ayuda, orientación y beneficio a la sociedad como el "Vive sin drogas" que promueve fundación Azteca y difunde tanto en sus canales. Es bueno apoyarse en estos programas que ya tienen un objetivo específico. Si ya tienen promoción de antemano no sólo dedicarse a anunciarlo como programa sino dar a conocer actividades o prácticas deportivas para la sociedad tanto personas que están en problemas como los demás que no están y son potencialmente llamados a entrar en ese mundo. Con campañas deportivas se ayudará mucho a la sociedad a entretenerse de una forma sana y a convivir con los demás. El problema de las drogas no sólo es de los que están dentro, sino también de los que pueden entrar, y precisamente el mundo de las drogas es el mundo de la ausencia de muchos valores. Se pueden apoyar estos proyectos difundiendo campañas deportivas y haciendo hincapié en los valores que se desarrollan al momento de ejercitar un deporte.

REALITY SHOW

Estos tipos de programas son nuevos como "Big Brother", "Academia" y "Operación Triunfo". Si se observa Big Brother, de antemano se considera un programa 100% comercial, donde sus objetivos no son la búsqueda u orientación social, sino el rating por

medio de la morbosidad, espectáculo, farándula y crítica de la vida ajena; donde se quebranta la célebre frase de Benito Juárez "El respeto al derecho ajeno es la paz".

No es intención el juzgar si es bueno o malo el programa, simplemente su existencia y su transmisión tienen un objetivo, pero para el tema que se aborda en este trabajo cabe mencionar que en vez de copiar y presentar este tipo de programas, o de darles tanto tiempo y difusión; al menos darle un poco de su tiempo y difusión a las actividades deportivas. Es muy difícil que las empresas de medios de comunicación tengan éxito con programas sociales, pero no deberían perder de vista unas de las finalidades de los medios masivos que son la enseñanza y orientación. Si se aportara una parte del dinero que se está gastando en este programa a otros de campaña deportivas, organización de torneos y transmisión de los mismos, se estará apoyando al desarrollo integral de la sociedad y ya no habría sólo críticas de que "La sociedad está mal", "La juventud está desorientada", "Ya no hay valores", "El éxtasis" en las discotecas"; frases que los mismo medios de comunicación anuncian. Y aunque no está totalmente en sus manos parar esta problemática, porque tampoco es su total responsabilidad, puede coadyuvar a reparar el problema desde la raíz.

La pretensión de este trabajo aparte de ver la importancia de los valores, es que el practicar deporte enseña a vivir con ellos y que los medios de comunicación juegan un papel importante en este proyecto, es dar algunas sugerencias o propuestas de cómo se puede transmitir y difundir el deporte por lo que es: una actividad humana donde se conjugan el entretenimiento, ejercicio y competencia sana y se pueda llegar a un desarrollo integral, tanto del individuo como de la sociedad, y recordar la frase que los Griegos dejaron a la humanidad "Mente sana en cuerpo sano" y no llegar a conceptualizar al deporte como los Romanos lo vieron "El Circo Romano". Por eso es importante poner una medida al deporte espectáculo y enfatizar el deporte amateur y las actividades y torneos que se puedan realizar entre la sociedad. Si siguen transmitiendo programas como Big Brother porque no se pueden cortar de tajo por el negocio que implican los medios, dar una parte de este programa tanto en dinero, tiempo y espacio a programas sociales como los deportivos.

TRANSMISIÓN DE PARTIDOS O EVENTOS DEPORTIVOS

Existe mucha transmisión y comunicación de algunos deportes, sobretodo del fútbol en México, como puede ser también el Básquetbol, Béisbol en otros países. Y es bueno que transmitan el partido o se comuniquen sobre como va la campaña, la competencia, el concurso, etc.. La cuestión es saber cómo hacerlo.

Hay muchos locutores que son muy buenos y conocen muy bien su trabajo, así como el deporte que narran, pero algunos de ellos se enfocan exclusivamente a la parte emotiva y espectacular del partido, carrera o concurso, y no en el juego, su técnica y sus reglas. Al caer en esta dinámica muchas veces no resaltan lo positivo de las acciones o jugadas y por el contrario, a las negativas para llamar más la atención.

A lo que se llega con esto es a que se enfaticen más las acciones que van sustentadas por antivaleores que las que llevan los valores en sí. Para sostener estos argumentos hay que recordar algunas anécdotas registradas en los capítulos cuarto y quinto, donde se observa que los locutores, periodistas y hasta programas le dan, en algunos casos más crédito a la violencia, crítica, disputas y confrontaciones de los atletas que al deporte.

Todo esto va ligado al consumismo del deporte, a considerarlo como negocio y por lo mismo a resaltarlo como un espectáculo más, lo malo que ese espectáculo rebasa a la pasión. El que guste a una persona ver o practicar "X" deporte es bueno, que le vaya a "X" equipo, también, es parte del libre albedrío y de la libertad de pensamiento, creencias, expresión, etc.. Lo que no es tan bueno es llegar a la pasión donde participan sensaciones, emoción; y los medios para propagar más esta pasión las enardecen.

El impacto que le dan a los sucesos son los que motivan a la gente. Por ejemplo, es importante señalar el impacto producido por un "gol", por un "home run", por un "touch down" con puros adjetivos calificativos, que explican la jugada, la estrategia, las reglas del juego. Se escucha en la radio la voz del locutor muy exaltado y dice va "X" jugador con la pelota, esquiva a sus contrincantes y ¡ooooooooooooo!, ¡Grandioso! ¡Excelso! ¡Muy buna jugada de "x" jugador! ¡Golazo! ¡Los fanáticos están contentos y complacidos! ¡Los contrarios están consternados, no lo creen, cometan que hubo falta!, posteriormente hacen referencia a si hubo o no falta, pero no hay una explicación precisa de la jugada en algunos casos, no comentan si el portero estaba mal ubicado para una jugada similar, si hubo problemas de comunicación, etc.. En muy pocas ocasiones se escucha el mérito de la jugada, se puntualiza más el mérito del jugador y la reacción del impacto. Es decir, se enfocan la mayor parte al deporte espectáculo y dejan muy poco espacio para narrar al deporte por lo que es, al deporte con sus estrategias y reglas, y por lo mismo a los valores que existe en la práctica deportiva. Parece que el formato de transmisión debe ser parecido a una carrera de caballos donde se exaltan al máximo las pasiones y no se da tiempo para la observación, reflexión y disfrutar de lo que se está viendo o escuchando y esto se fundamenta en la misma transmisión.

El deporte se ha convertido en parte de la farándula al grado que los artistas son los que ahora ayudaron a la transmisión del Mundial 2002. Las cadenas Televisivas por ganar el llamado raiting enviaron a algunos artistas como parte del equipo de comentaristas, tal es el caso de los "Protagonistas" en TV Azteca. Si se desea comunicar al deporte por lo que es, no se puede guiar por los comentarios de personas que no conocen totalmente los elementos del mismo, porque no es lo mismo ser aficionados a ser profesionales del deporte. Una vez más se debe considerar la frase "zapatero a tus zapatos". No es que se critique la decisión de enviar algunos de sus mejores artistas al mundial, sino ver si realmente éstos están lo suficientemente preparados para transmitir un evento deportivo de la magnitud y con tanta difusión hacia miles de espectadores al escuchar sus puntos de vista; y recapacitar si sus opiniones, que van a ser parte de la llamada "opinión pública", favorecer a los valores que el deporte predica.

Bajo el mismo tenor, en las notas periodísticas sobresalen más los encabezados donde se exalta un gol, un jugador, una riña, una falta, que el mérito de un partido. Obviamente

hay que atraer la atención y con un encabezado con esas características es más factible de impactar para que la gente se acerque y compre esa nota, lo que no es muy bueno es que durante su redacción exponen el partido de dos formas, engrandecen las disputas o controversias o simplemente se dedican a redactar el partido como receta de pastel, como también fundamenta en la exposición de los mismos medios de comunicación.

El deporte va más allá del espectáculo que pueda brindar y de una serie de acontecimientos que se muestran en serie. Para que se den dichos acontecimientos se requiere de una preparación previa y de los valores, hay que ver al deporte por lo que es, y por lo mismo, hay que buscar la manera de mediar al deporte espectáculo con el deporte como actividad humana que entretiene y conforta, que los locutores, narradores, escritores no sólo se apeguen a los calificativos y a las riñas, y platicuen las jugadas y sus factores. El beneficio de haber realizado "x" jugada, y porque no resultaría la otra estrategia, etc... En el quinto capítulo se expuso como ejemplo a Tito Fuentes, cronista de béisbol que no se encasilla en dar calificativos, sino hace muy buenos comentarios y sugerencias sobre lo que está transmitiendo, explica la jugada y da antecedentes y anécdotas.

En algunos casos también se transmiten pleitos o riñas que existen, sería recomendable que si una eventualidad así se suscitara, se suspendiera por un momento la transmisión y no enfatizar en la problemática. Por ejemplo el caso de Mike Tyson que mordió a su contrincante en el boxeo la oreja y se la arrancó fue un suceso muy conocido y se difundió en varios países, en diversos medios, ahora está de moda en el boxeo que al momento de firmar el acuerdo de las peleas se realizan pequeñas riñas entre los boxeadores, obviamente esto llama mucho la atención como en las luchas libres, pero no es eso el deporte, ni es uno de sus objetivos, si no por el contrario. Si se enfocan estos casos al mundo de los valores, qué puede aprender un niño del boxeo si ve que no es una lucha de fuerza y poder físico en un espacio determinado, con ciertas reglas a seguir, con un réferi que va a mediar; si no es un pleito contra el que está enfrente de mí y punto.

FIGURA 1



Es muy importante que los medios de comunicación cuando vean que existen acontecimientos como este suspendan la transmisión y no hagan más propaganda, las consecuencias de presentar estos hechos en una sociedad tan acelerada y a muchas personas sin la orientación perfecta, pueden crear antivaleores.

Por otra parte, el resaltar los valores durante la transmisión y en los escritos ayudará mucho a que la gente los haga suyos. No se trata de decir "En esa jugada se vio un valor, al realizarse un trabajo en equipo"; sino simplemente mencionar "Se realizó una excelente jugada porque hubo comunicación e integración en el equipo al....." y explican la jugada. Con estas palabras, poco a poco las personas podrán asimilar que el trabajar en equipo, al tener buena comunicación e integración ayuda a llegar a los objetivos o metas.

PATROCINADORES

Otro aspecto muy importante donde puede coadyuvar los medios de comunicación a fortalecer los valores es en la buena elección de los patrocinadores. Ya se comentó que la publicidad es necesaria e indispensable para que el deporte pueda seguir difundiéndose, por eso se vio en el quinto capítulo que el deporte hoy en día es también deporte comercial: salarios de deportistas, pago a transmisiones, estadios, etc...Es una infraestructura muy grande y se debe sostener.

Por lo mismo, es necesario que algunos productos sean los encargados de patrocinar, y existen unos muy acorde al deporte como Nike, Reebok, Gatorade, Adidas...Porque anuncian productos que son necesarios en la práctica del deporte; mientras mantegan de salud, convivencia, bienestar, higiene se pueden considerar los patrocinadores perfectos para cumplir y fomentar los propósitos reales del deporte.

Lo que si afecta son los patrocinios donde se ven afectados los propósitos del deporte, y aunque muchos de ellos son los productos que tienen un respaldo financiero bastante fuerte como para sostener la difusión deportiva, se debe considerar también el mensaje que estos emiten a la sociedad.

En los capítulos anteriores se han dado a notar ya algunos casos donde se observa esta difusión de productos que hasta han sido catalogados como nocivos para la salud como el caso de los cigarrillos y el consumo excesivo de bebidas alcohólicas.

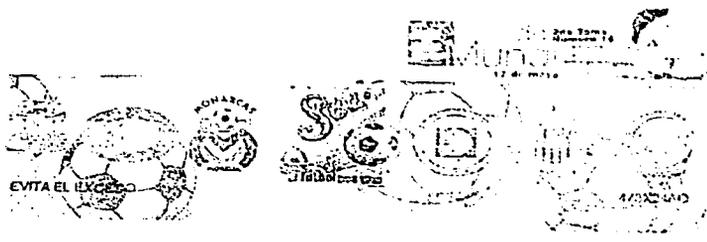
La carrera de autos es un deporte "caro" y para sostener a un equipo se debe de contar con una gran cantidad de dinero, por eso se busca un patrocinador que sea el que anuncie al automóvil, desgraciadamente algunos de los patrocinadores son de Empresas Cigarreras como Marlboro, Camell, etc. Empresas que entre ellos son rivales en el comercio de su producto, y ahora también en las carreras de autos.; o con Adrián Hernández que está patrocinado entre otros por Tecate. Lo malo de esto es la imagen que le dan a las personas que ven estos eventos. Sin entrar al mundo amplio de la publicidad y sus efectos en las personas, de antemano se conoce que el estar viendo constantemente una marca lleva a la venta sugestiva de la misma.

FIGURA 2



Por otro lado, en México, algunos de los principales patrocinadores son las Empresas Cerveceras como la Cerveza Sol que es el "Patrocinador Oficial de la Selección Mexicana", no solo se dedican a ser parte del patrocinio, sino que ahora llevan el nombre de "Oficial". O también está la cerveza Corona como patrocinadora de un equipo de Fútbol.

FIGURA 3



Desde el punto de vista económico, pueden decir los empresarios que está bien porque gracias a eso el Fútbol en México y en varias partes del mundo es el deporte más popular y que deja más ganancias. En el caso de otras actividades como el atletismo, la gimnasia,

el ciclismo, no tienen tanta popularidad por falta de difusión y promoción, pero no hay un sostén económico tan importante como para el Fútbol. Aunque no hay que considerar que toda su popularidad es por la economía, pero si interviene en una forma contundente.

Desde el punto de vista de los propósitos del deporte y los valores, se puede decir que estas decisiones no son las más óptimas para fortalecer el deporte. Aunque no se tenga una ganancia mayor, hay que considerarla en invertir en la sociedad, que es una inversión a largo plazo y con creces mayor a toda la cantidad monetaria que puede llegar a tener una persona, misma que incluso puede desaparecer en un instante.

Hay que recordar la anécdota que se expuso en el quinto capítulo donde una persona llena de emotividad y pasión por la Selección Mexicana y con unas cuantas cervezas de más se suicidó conciente o inconscientemente; aunque pudieron intervenir otros factores personales, los principales elementos de ese momento fueron la pasión del Fútbol y el consumo del alcohol.

Por lo tanto, debe considerarse y emplearse una legislación donde se estipulen estos dos principios:

1. Aquellos productos que llegan a ser nocivos para la salud y los ideales del deporte no pueden patrocinar al mismo porque se cae en una contradicción de mensajes.
2. Los patrocinadores deben coadyuvar en invertir bienestar para la sociedad contribuyendo a la difusión del deporte y sus valores.

LOS DEPORTISTAS EN LA FARÁNDULA

No se puede negar que hoy en día los deportistas son parte de la vida social y la farándula. Salen en programas de televisión, en entrevistas en radio, en portadas de revistas, actúan en telenovelas o películas, hasta llegan a salir en programas donde se expone, comenta y critica su vida.

No importa que lleven una vida social en los Medios de Comunicación de este tipo o ritmo, siempre y cuando estén concientes que son un ejemplo para la sociedad. Si les realizan una entrevista, no deben negarse, o si los invitan a un programa televisivo tampoco o si tienen ciertas aptitudes para la actuación, pues adelante, aunque dicen "zapatero a tus zapatos", puede ser que tengan más virtudes en la vida.

La cuestión es que muchas veces lo que se exponen en los Medios no son sus hazañas deportivas, su experiencia como competidores, la diversión como jugadores; si no por el contrario se enfocan en la polémica, de su vida personal, en la rivalidad. Si no tiene estos requisitos, no son tan famosos, en algunos casos.

Podrían enfocarse más estos programas o notas a estimular en la sociedad la práctica del deporte y una forma de promoverlo es con la ayuda de quienes lo practican y han hecho de su vida el deporte, hasta nivel profesional.

Si les hacen una entrevista o publican alguna anécdota que sea sobre sus metas, sus hazañas, sus triunfos, sus rutinas, en el deporte, qué recomienden su práctica. Y si quieren saber su vida, hay libre expresión, pero que olviden que son figuras públicas y muchas veces ejemplo para la sociedad.

Por lo tanto, si son parte de la farándula, que coadyuven a crear una sociedad más sana. Son portadores de los valores al practicar deporte, y por lo mismo deben estar a favor de ellos. Para ser famosos no debe ser requisito llevar una vida de polémica y escándalos.

No hay que olvidar que entre más se ensalce a las personas sin tantos créditos están más predispuestos a caer en los errores. Para esto recordemos a los jugadores mexicanos que han muerto, o han quedado mutilados por el engrandecimiento que les han dado tanto económico como de ego y han llegado a tener accidentes muy lamentables. Se debe tener un equilibrio entre lo que se dice, se hace y se debe difundir.

ÚLTIMOS COMENTARIOS

Si se retoman los elementos de este trabajo, sobretodo de los dos últimos capítulos y la conclusión, se pueden llegar a considerar estos puntos como conclusión final:

-Los valores son parte y creación del hombre para la búsqueda del bien común, y por lo tanto, son importantes y necesarios para el bienestar tanto individual como social.

-Al tener identificados a los valores como importantes para el bien común, es necesario buscar y emplear métodos pertinentes para la enseñanza y formación de los mismos.

-Los Medios de Comunicación, que tienen como objetivo el: Informar, Orientar, Educar y Entretener, son una herramienta perfecta para la difusión de los valores por sus características y servicio social.

-Por sus características, los Medios de Comunicación pueden tanto fortalecer como debilitar los valores.

-Una forma de difundir los valores es por medio del deporte por sus ideales y propósitos que son: juego, ejercicio, competencia en forma organizada, disciplina, convivencia, salud y esparcimiento.

-Existen varias formas de difundir y transmitir el deporte, pero si se tienen claros los propósitos tanto de los Medios de Comunicación como del deporte y su relación entre ellos, se comprenderá la difusión y transmisión que más conviene a la sociedad por la necesidad de búsqueda del hombre hacia el bien individual y común.

-Con la transmisión actual del deporte por los medios de comunicación se han llegado a presentar nuevas connotaciones del deporte: el Comercial, Espectacular, de Farándula, Competitivo, de Ídolos y héroes; los cuales son necesarios, pero no más importantes que los ideales del deporte si el objetivo es la difusión de los valores para el bienestar.

-El tener patrocinador es bueno para que se pueda difundir el deporte, pero el patrocinador debe ir acorde a los principios del deporte.

-El difundir el deporte es una inversión a largo plazo para la sociedad.

-Los locutores conocen su función y el deporte que naman, pero algunos llegan a comunicar sólo la información sensacionalista y a enardecer la pasión.

-La comunicación debe coincidir con la realidad.

-Al difundir el deporte, en los términos expuestos en esta Tesis, se puede decir que los Medios de Comunicación cumplen con sus objetivos de Informar, Orientar, Educar y Entretener.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Recuerda que cómo dices es algo tan importante como lo que dices.

ACTIVIDAD: F. Facultad de obrar. // Diligencia, eficacia. // Conjunto de operaciones o tareas propias de una persona o entidad.

AFECTIVO: Relativo a la conducta sentimental.

AFECTO: adj. Inclinado a una persona o cosa. // m. Cariño, simpatía hacia una persona o cosa.

AMATEUR: (voz fr.) adj. Y com. Aficionado, no profesional.

BIENESTAR: m. Comodidad. // Abundancia, riqueza.

BIEN: m. Lo que en sí mismo tiene el complemento de la perfección, a lo que es objeto de la voluntad. // Lo que es favorable, conveniente: un bien para todos. // Lo que enseña la moral que se debe de hacer, o lo que es conforme al deber. // Utilidad, beneficio, bienestar.

COMERCIAL: adj. Perteneciente al comercio y a los comerciantes. // Se dice de aquello que tiene fácil aceptación en el mercado que le es propio.

COMPARTIR: tr. Repartir, distribuir las cosas en partes para que otro u otros puedan beneficiarse de ello. // Participar en algunas cosas. // Usar algo en común.

COMPETENCIA: f. Rivalidad, oposición entre los que aspiran a conseguir lo mismo. // Aptitud, capacidad. // amer. Competencia deportiva.

COMÚN: adj. Se dice de lo que, no siendo privativamente de ninguno pertenece o se extiende a varios.

CONVIVIR: INTR. Vivir en compañía de otro u otros, cohabitar.

CULTURAL: Resultado o efecto de cultivar los conocimientos humanos. // Conjunto de modos de vida y costumbres de una época o grupo social.

DESARROLLAR: tr. Acrecentar, dar incremento a una cosa física, intelectual o moral. // Explicar una teoría y llevarla hasta sus últimas consecuencias. // prnl. Suceder, ocurrir, acontecer de un modo, en un lugar, etc.

DESARROLLO: m. Acción y efecto de desarrollar o desarrollarse.

DIFUNDIR: tr. Extender, esparcir. // Propagar, divulgar.

DIVULGAR: tr. Publicar, poner al alcance del público una cosa.

DISCIPLINA: Cumplimiento formal de leyes o condiciones.
f. Conjunto de normas que rigen una organización, actividad, etc. //
Actitud de las personas que acatan estas normas.

EDUCAR: tr. Desarrollar las facultades intelectuales, físicas, morales y sensitivas. //
Dirigir, encaminar. // Enseñar los buenos usos de urbanidad y cortesía.

ENTRETENER: tr. Hacer que alguien se detenga o espere. // Divertir, recrear. // Hacer
más llevadera una cosa. // Mantener, conservar.

ESPECTÁCULO: m. Función o diversión pública de cualquier tipo. // Todo lo que es
capaz de atraer la atención. // Acción que causa escándalo o extrañeza.

ESPIRITU: m. Parte inmaterial del hombre por la que piensa, siente, etc. // Vigor natural.
// Ánimo, valor. // Vivacidad, ingenio.

ESPIRITUAL: Se apl. A las personas o cosas en las que predominan la sensibilidad y
los sentimientos frente a lo material.

HÉROE: m y f. Persona ilustre y famosa por sus hazañas y virtudes. // Persona que lleva
a cabo una acción heroica.

HUMANISMO: Descubrimiento del hombre como hombre o como individuo. Se habla de
humanismo para clarificar ciertas tendencias filosóficas, especialmente aquellas en las
cuales se pone en relieve algún ideal humano. Se destaca el carácter fundamental de lo
social dentro del ser humano.

ÍDOLO: m. Figura de un Dios que se adora. // Persona o cosa excesivamente amada o
admirada.

INDIVIDUAL: adj. Que es de o para un individuo. // Relativo al individuo

INDIVIDUO: dva m.y f. Persona cuyo nombre no se conoce o no se quiere descubrir. //
m. Cada uno de los seres con respecto a al especie a la que pertenece. // Que no puede
dividirse.

INFORMAR: tr. Dar noticia de algo, enterar.

INSTITUCIÓN: Organismo que desempeña una función de interés público, especialmente
educativa o benéfica

INTEGRAL: Partes que forman un todo.

INTELLECTUAL: adj. Relativo al entendimiento. // Se dice de la persona dedicada a trabajos que se requieren del empleo preferente de la inteligencia.

INTELIGENCIA: F. Facultad de conocer, comprender y entender las cosas. // Habilidad, destreza y experiencia.

LIBERTAD: Es esencia humana. El hombre es libre en el mundo porque sólo él se autodetermina y es señor de sus actos, los cuales efectúa con intencionalidad. Equivale a la facultad de desenvolvimiento personal en las relaciones de convivencia.

-El concepto ha sido entendido y usado de muy diversas maneras:

- Como posibilidad de autodeterminación;
- Como posibilidad de elección;
- Como acto voluntario;
- Como ausencia de interferencia;
- Como liberación frente a algo;
- Como espontaneidad;
- Como realización de alguna necesidad.

La libertad es la posibilidad de decidirse y, al decidirse, de autodeterminarse. Esta libertad conlleva la idea de una responsabilidad ante sí mismo y ante la comunidad: ser libre quiere decir en este caso a estar disponible, pero estarlo para cumplir con ciertos deberes.

MORAL: Se deriva del "mos" (costumbre); lo mismo que ética y, por eso, ética y moral son empleados a veces indistintamente como iguales. Se refiere entonces a las costumbres. El término "moral" ha sido usado a menudo como un adjetivo para aplicarse a una persona determinada, de la cual se dice entonces que "es moral"... Se debe ser moral porque es lo justo, lo adecuado, lo conveniente, lo conforme al bien, o porque es ordenado o mandado por Dios; o porque nos produce satisfacción o nos hace felices, o porque es útil para la sociedad; o porque es un mandato de la razón o la conciencia. El análisis de cada una de éstas respuestas implica un examen minucioso de las cuestiones éticas fundamentales; así como un examen del modo, o modos de entender la razón de la moralidad.

Adj. Relativo a las costumbres o formas de comportamiento humanas. // Subjetivo, interno, mental, por oposición a lo material o corporal. // Que no concierne al orden jurídico, sino a la propia conciencia interna del individuo. // f. Parte de la filosofía que estudia la conducta humana y juzga su valor o conveniencia. // Conjunto de principios sociales que rigen y determinan el comportamiento humano.

OLIMPIADA: f. Juegos que se hacían cada cuatro años en la ciudad griega de Olimpia. // Competición deportiva internacional que se celebra cada cuatro años.

ORIENTAR: tr. Informar a uno de lo que ignora acerca de un asunto. O negocio, o aconsejarle sobre la forma más acertada de llevarlo a cabo. // También prinl. // Dirigir a alguien su interés, su conducta o sus acciones hacia un objetivo determinado.

RECREAR: tr. Imitar o reproducir cierto ambiente, época, etc. // Alegrar, entretener.

RELIGIÓN: f. Conjunto de dogmas, normas y prácticas relativas a una divinidad.

RELIGIOSO, sa: adj. Relativo a la religión o a los que la profesan. // Piadoso que cumple con las obligaciones de una religión. // Que ha profesado en una orden o congregación religiosa, regular. // Fiel y exacto en el cumplimiento del deber.

SALUD: Estado en el que el organismo ejerce normalmente todas sus funciones. // Particularmente, buen estado del organismo. // p. ext., buen estado del organismo. p. ext. Y funcionamiento de una nación, entidad, etc. // Estado de gracia espiritual.

SOCIAL: adj. Perteneciente o relativo a la sociedad. // Relacionado con los problemas de la sociedad o que se interesa por ellos.

SOCIEDAD: f. Conjunto de personas que conviven y se relacionan dentro de un mismo espacio y ámbito cultural. // Agrupación natural o pactada de personas o animales, con el fin de cumplir, mediante la mutua cooperación, todos o algunos fines de la vida. // Conjunto de personas o instituciones que actúan unidas para conseguir un mismo fin.

VALOR: m. Cualidad de las cosas que hace que haya que pagar una cierta cantidad de dinero por poseerlas. // Grado de utilidad o aptitud de las cosas, para cumplir el objetivo a que se destinan. // Importancia de una cosa, acción, palabra o frase. // Cualidad de valiente.

VITAL: Perteneciente o relativo a la vida.

Adj. Relativo a la vida. // De suma importancia. // Se dice de la persona activa, de mucho ánimo y optimismo.

BIBLIOGRAFÍA

- BERLO, David.** El Proceso de la Comunicación Edit. Ateneo. México. 1969. 239 págs.
- CAGIGAL, José M.,** ¡Oh deporte! (anatomía de un gigante). Ed. Miñón. España 1981. 234 págs.
- Compendio deportivo. Almanaque Deportivo mundial. Editorial América. México 1976. 808 págs.
- CULTURA FISICA Y DEPORTES.** RRS de Bielorrusia. Eitorial Belarus 32 págs.
- DE BUEN PAZ, Rodrigo,** Los valores humanos y sociales en la organización Pumitas C.U. futbol, a.c. un reportaje. Tesis UNAM (FCPyS), México. 2000
- DICCIONARIO PRÁCTICO DE LA LENGUA ESPAÑOLA.** Real Academia Española. Ed. Espasa e Plus, Madrid 1998. 916 págs.
- FERRER Rodríguez, Eulalio.** Comunicación y comunicología. Ediciones Eufesa. México. 1982. 120 págs.
- GALLO, Littman.** Los secretos del deporte soviético. Editorial de la Agencia de Prensa Nóvosti. Moscú .1980. 124 págs.
- GARZA Cuellar, Eduardo.** Comunicación en los valores. Ediciones. Coyoacán.. 3ra. Ed. 2000. México. 146 págs.
- GUAJARDO, Horacio.** Teoría de la comunicación social. Ed. Gernika. 5ta. Edición 1994. México. 172 págs.
- McQUAILL, Denis,** Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Editorial. Paidós. Traducción Antonio J. 2da Edición. Desmónts.1996. México. Pág. 375 Págs.
- MORAGAS,** Sociología de la comunicación de masas. Ed. Gustavo Gili. 2da edición. 3ra tirada. 1985. Barcelona. 205 Págs.
- PEREDO, Robert,** Introducción al estudio de la comunicación. Ediciones de la Comunicación
- QUINTANA, Jorge.** EF, información básica. Autorizado por la SEP (Secretaría de Educación Pública). México, 1984. 28 Págs.
- BENNETT, William J.** Libro de las virtudes para los niños. Relatos de hoy y siempre Ediciones B Grupo Zeta. España1996 111págs
- YUREN, Adriana.** Conocimiento y comunicación. Ed. Alambra Mexicana. 1ra. Edición. 1994. México 399 págs. (223-264;383-399)

HEMEROGRAFÍA

DESPERTAD. Las Olimpiadas ¿qué ha sucedido con los ideales? 08 Septiembre de 2000 pág.5

EL UNIVERSAL. Lneas 5 de noviembre 2001 Pág. C7

EL UNIVERSAL. Tiempos de Sufrir en el coloso de Santa Úrsula". Lunes 08 de Octubre de 2001 Pág.c-6. Por Francisco Ortiz Velásquez

EL UNIVERSAL. Tiembla a la llegada de la selección. Lunes 08 de Octubre de 2001 Pág.c-6. Por Oscar Jiménez Manriquez

INQUIETUD NUEVA. "¡Cuidado con el poder de los medios de comunicación" Año XVII No. 98 Marzo-Abril 2001 Pág. 32 MOTA, Arturo.

LA JORNADA. "El fútbol seguirá siendo negocio: Jorge Torrado. Sábado 09 de Marzo de 2002 Pág.26-a. Por Marlene Santos

LA SEGUNDA DE OVACIONES. Se aventó a las Aguas Negras PERDIO EL TRIY SE SUICIDO. Lunes 30 de Julio de 2001 Pág. Carátula y 5 Por Fernando Arturo Martínez Gómez/Corresponsal

LA ATALAYA. Una lección de la historia de Roma 15 Junio de 2002 pág. 26 -29

OVACIONES. Enciclopedia de las Olimpiadas V. San Luis Missouri: La primera olimpiada en América. 22 abril 2000 Pág. 3

OVACIONES. Enciclopedia de las Olimpiadas VII. San Luis Missouri: La consolidación de los Juegos Olímpicos 06 de mayo 2000 Pág. 2

OVACIONES. Enciclopedia de las Olimpiadas IX. Un balance de siete Olimpiadas. 20 mayo 2000 Pág. 14

OVACIONES. Enciclopedia de las Olimpiadas XIV. Suplemento semanal 24 Junio de 2000 Pág.2

SOCCER MANÍA. Semana del 25 de febrero al 03 de marzo de 2002. Año 1, No. 16 REVISTA SEMANAL \$10.00 Pág. 5,10 y carátula.

OTRAS FUENTES

INTERNET AOL. DEPORTES

ENCICLOPEDIA ENCARTA 2000

PELÍCULA "CARROS DE FUEGO" (Chariots of fire) Twentirth Century Fox y Allied Stars una producción Enigma "Carros de fuego" estelarizada por Ben Cross, Ian Charleson, Nigel Havers, Cheryl Campbell, Alice Krige; Guión: Colin Welland Música: Vangelis Producción ejecutiva Dodi Fayed Producida por David Puttnam Dirigida por Hugh Hudson. 1981 123 min.

DOCUMENTAL "DOCUMENTAL OLIMPIA", la película de los olímpicos. Por Leni Rlenfestar con la ayuda de Walter Rodman. 1936. Filmoteca canal 22. La película la acaban de exhibir en el canal 22 el jueves 24 de enero a las 11:00 p.m.

ENTREVISTA Al profesor cubano Lic. Oscar Trujillo Tardío. Licenciado en metodología especializada de educación física, Habana Cuba Marzo 2002.