

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE
COMUNICACIÓN SOCIAL

**Microfútbol:
Una parte de nuestra identidad**

Juan David Roncancio Hellal

Roberto Sepulveda
(Asesor)

Bogotá, noviembre 30 de 2012

Reglamento de la Pontificia Universidad Javeriana

Artículo 23

“La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por los alumnos en sus trabajos de grado, solo velará porque no se publique nada contrario al dogma y la moral católicos y porque el trabajo no contenga ataques y polémicas puramente personales, antes bien, se vean en ellas el anhelo de buscar la verdad y la justicia”.

Tabla de Contenido

- INTRODUCCIÓN	1
- CAP I: DE UNA PASIÓN DE MASAS A UNA IDENTIDAD NACIONAL	4
- En búsqueda la identidad de un pueblo: La Sociedad de masas.....	5
- Medios de Comunicación en la Sociedad de Masas.....	9
- Cultura popular.....	11
- La identidad, el patrimonio cultural y tradicional de una nación.....	13
- El microfútbol es una pasión que le da identidad a nuestro país.....	16
- El concepto de lo popular dentro del deporte.....	18
- Problemáticas de nuestra Identidad Cultural.....	19
- CAP II: MÁS QUE HISTORIA MUNDIAL Y LOCAL, UNA HISTORIA DE VIDA QUE TODAVÍA SE ESCRIBE.....	22
- ¿Cómo llegó el fútbol de salón a Colombia?.....	23
- Dificultades del fútbol de salón en Colombia.....	26
- Aporte al Fútbol de Salón colombiano.....	37
- Bibliografía.....	38

Introducción

Esta investigación pretende mostrar como la cultura del microfútbol o fútbol de salón forma parte de una pasión y representa una identidad en Colombia. A partir de su notoriedad en los barrios más populares y su posterior inclusión en otros sectores sociales.

Antes de eso, también se deberá probar porque el microfútbol es una cultura barrial, popular y tradicional. Cómo se extiende su práctica en el país, en cada ciudad, en cada comuna, en cada barrio dónde se encuentra una cancha de microfútbol o en su defecto dos ladrillos y una lata o balón de trapo.

La búsqueda deberá ser primero a partir de la “sociedad de masas”, del estudio de diversos investigadores por aquella muchedumbre o grupo de individuos que se juntan aparentemente con diversas ideas, pero encaminadas en una misma dirección. Características de la masa, comportamiento y la influencia de la cultura para dominarlas.

Los medios de comunicación dentro de esa sociedad de masas, también harán parte de esta investigación, puesto que son los medios los que tiene la mayor capacidad para orientar e influir dentro de una sociedad, porque además el individuo manifiesta una necesidad por conocer el mundo que lo rodea y para llegar al conocimiento del mismo debe recurrir a los medios de comunicación, porque la cultura se hace popular por la influencia de la comunicación en el mundo.

El concepto de lo popular, entrelazado con el microfútbol en nuestro país, será importante en el proyecto para llegar a una explicación sociológica que permita mostrar la cultura popular como un soporte de lo tradicional, de eventos como los festivales o de lo importante dentro de esta investigación, la cultura del deporte (psicología de masas).

La cultura es aquella que permite definir la identidad, aquí otra vital importancia de este concepto en el proyecto, de esta manera se podrá abordar una discusión sobre la identidad, como un proceso cambiante y que se precisa a partir de las

experiencias del individuo, como una representación que se oculta bajo ideales hegemónicos y que afianza para unir a un pueblo con diferencias entre sus grupos sociales.

Una vez señaladas las características de la identidad y la posición de diferentes autores como Néstor García Canclini, se buscará probar que parte de la identidad colombiana es el microfútbol o fútbol de salón, por su práctica, por su carácter cultural y tradicional, por las pasiones que despierta y por las relaciones que genera dentro de una sociedad.

El concepto de los sociólogos e historiadores respecto al tema, también serán de vital importancia para probar la hipótesis planteada, y para poder hablar del concepto de lo popular dentro del deporte. Con esto podremos referirnos la identidad cultural como un efecto traído de las masas, de la clase popular, finalmente es el pueblo el que genera lo más representativo de la historia de una nación. De esta manera se cerrará el primer capítulo de la investigación.

En el segundo capítulo encontraremos la historia del microfútbol mundial y su llegada a Colombia, los inconvenientes sufridos y las dificultades para ser aceptado y reconocido dentro de las entidades que manejan el deporte en Colombia. Y Además sus triunfos y reconocimientos a nivel nacional.

La contraposición del deporte patrimonio de nuestra nación, el de mejores resultados para el país a nivel de conjunto ante el mundo; y de la disciplina que en la actualidad no recibe el apoyo que se merece, para que sus deportistas sean reconocidos y para que esta disciplina llegue a ser parte de los juegos olímpicos, o para en un principio sea reconocida por la FIFA, o para que al menos se profesionalice.

Los medios de comunicación deben cumplir su parte, en la intención de la comunidad micrera por ser una disciplina legítima. Dentro de este deporte, que es nuestra identidad, encontramos una gran cantidad de historias de vida, de héroes silenciosos que aunque no tiene al microfútbol como su única profesión, juegan y logran los títulos más importantes.

La historia mundial y local del microfútbol, harán parte de esta investigación, además es importante resaltar que esta historia contada dentro de este documento, es en gran parte inédita, sacada de las declaraciones de los personajes entrevistados, de los “héroes silenciosos” de nuestro país.

Dentro de la historia local también se podrá encontrar las dificultades antiguas y actuales que tiene el fútbol de salón para ser reconocido, además las narraciones de vida, de algunos salonistas, el aporte del proyecto a la Federación Colombiana del Fútbol de Salón y la importancia de la comunicación y el periodismo dentro de este ámbito. Finalmente las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

DE UNA PASIÓN DE MASAS A UNA IDENTIDAD NACIONAL

Dentro de este capítulo se busca demostrar como un deporte popular, como el microfútbol, es una cultura barrial que está vigente en nuestro país y que hace parte de nuestra identidad como colombianos.

Para lograr este objetivo, primero se abordará el concepto de sociedad de masas, mostrando sus diferentes definiciones y sus características, no solo para reconocerlas, sino para mostrar como son dominadas y favorecidas por una cultura. Gracias a su imposibilidad de razonamiento, su crecimiento sin límites, su exagerada pasión ante las costumbres, y su posterior civilización.

Después, llegaremos a un punto en donde se tendrá que hablar exactamente de la relación sociedad/masa, citando teorías psicológicas y explicaciones que logren superar esta analogía, para poder hablar de identidad y cultura.

Pero antes de eso, se disertará sobre la aparición de los medios masivos de comunicación en la sociedad de masas, sobre su importancia por la capacidad de control en la conciencia humana, y su influencia en una sociedad necesitada de información sobre el mundo que lo rodea. Esto ayudará a resaltar la relevancia de la comunicación en la información social, en saber contar lo verdaderamente importante, y no olvidar lo que nos identifica.

Luego hablaremos de cultura, de aquel momento en que las masas se hacen visibles, se vuelven una sola y se transforman para darle una variable a la cultura en su función ante la sociedad. Una función que favorecerá a lo popular, justo cuando se pensaba que la cultura sería de clase, se empieza a recostar ante lo

tradicional, ante la identidad, y ante costumbres que construyen la cultura de masas.

Teniendo en cuenta el concepto de cultura, emprenderemos a citar el término identidad, definiéndola como un proceso que está sumiso de nacimiento al ser humano, algo natural basado en las experiencias vividas y que requiere de una memoria que señale la imagen propia o de una sociedad. La identidad se comparte en un territorio a partir la historia gloriosa, de la lucha de la nación y la unión de la misma. Una identidad es innegable así algunos la quieran hacer olvidar, una identidad que en este caso se refiere al fútbol de salón, arraigada en el corazón de cada barrio de nuestro país.

Posteriormente, se explicará como el microfútbol hace parte de nuestra idiosincrasia, como un evento popular que une las masas a través de su vinculación o su práctica, entablando amistades y relaciones sociales, logra formar una cultura propia.

Finalmente, se describirá el concepto de lo popular, desde el ámbito deportivo, para posteriormente confirmar al microfútbol como una cultura que equipara a una nación, pero que no recibe el apoyo y reconocimiento merecido. Esto último para dejar abierto una problemática que se abordará profundamente en el segundo capítulo.

En búsqueda la identidad de un pueblo: La Sociedad de masas

El conjunto de la sociedad, o por lo menos gran parte de ella, se conocía durante el siglo XIX como una masa. Efectos de la industrialización capitalista, como las muchedumbres y revoluciones de los trabajadores contra las industrias y la explotación laboral, trajeron el concepto de sociedad de masas a Europa.

Gustave Le Bon, en su libro “Psicología de las masas”, habla de las masas primero en el sentido de la muchedumbre que representa un grupo de individuos

independiente de la clase, raza, sexo, nacionalidad, y sin importar de las razones que los juntan.

Pero además habla de la “masa” principalmente desde la psicología, la describe como una aglomeración de personas con características novedosas y diferentes, en donde los ideales están encaminados hacia una misma dirección. Se habla más de colectividad, de organización, de complemento entre los integrantes del sistema. El hecho de que una muchedumbre esté junta no quiere decir que tenga la misma ruta o que este organizada, por eso la diferenciación de la “masa psicológica”.

El autor además se refiere a los sujetos que componen la masa como seres con alma colectiva y a la masa cómo estúpida y sin posibilidad de realizar actos que exijan un nivel elevado de inteligencia. “Las masas no acumulan inteligencia, sino mediocridad. No es todo el mundo, como se dice con frecuencia, quien tiene más ingenio que Voltaire. Ciertamente, Voltaire tiene más ingenio que todo el mundo, si es que “todo el mundo” representa a las masas”.¹

La masa es contagiosa, por eso un individuo perteneciente a ella, puede llegar a ser muy diminuto, puede ser inferior al individuo aislado. Pero si hablamos de sentimientos, de pasión y colectividad, el volumen de la masa puede llegar a ser muy distinto.

La masa se caracteriza por ser de sentimientos exagerados, de imposibilidad para razonar, de la ausencia de juicio, de espíritu crítico y de ser altamente impulsiva.

Elias Canetti, en su libro “Masa y poder” expresa que la masa puede ser abierta o cerrada. Abierta cuando su crecimiento no se obstaculiza, y cerrada cuando su crecimiento se limita.

Canetti también describe dentro de su texto, que la masa tiene propiedades, que para mí son más bien cuatro características que encajan perfectamente en la descripción de masa del siglo XIX.

¹ G. LE BON “Psicología de las masas” p.31

La masa siempre va a tender a crecer, y ese crecimiento no tiene límites y no se puede evitar de una vez por todas de manera segura; además, dentro de la masa reina la igualdad y no se pone en duda por la masa misma; la masa ama la densidad y también necesita una dirección que para su subsistencia resulta indispensable.

“...Algunos de los rasgos característicos de las masas o sus símbolos: densidad, crecimiento y apertura al infinito, sorprendente o muy notoria cohesión, ritmo común, súbita descarga”² Es difícil pensar que una conglomeración muy grande, o con las características señaladas, pueda tener un orden o dirección.

Las multitudes en la sociedad dominadas por una cultura, son conocidas como sociedad de masa. La sociedad de masa también fue conocida durante el siglo XIX como un movimiento que va del miedo a la decepción y de allí al pesimismo. El concepto, se solía usar para mostrar la preocupación de las élites por el cambio dramático que se había producido desde la Revolución Francesa.

Tocqueville desarrolla una visión de la relación sociedad/masa, mostrando que estas pasan de encontrarse situadas fuera, o alejadas, a estar dentro: “disolviendo el tejido de las relaciones de poder, erosionando la cultura, desintegrando el viejo orden. Se están transformando de horda gregaria e informe en multitud urbana, transformación que aunque se percibe ligada a los procesos de industrialización se atribuye ante todo al igualitarismo social”³.

La aparición de la masa en la sociedad sorprende, no solo por su volumen, sino por sus características. Tocqueville en su descripción muestra que un principio la masa desgasta la cultura, por ser ignorante, y solo cuando llegamos al concepto de sociedad de masa, vemos como se ve favorecida la cultura.

Wolf Morin, señala en su libro “L’Esprit du temps”, que para llegar a la definición de sociedad de masas es necesario utilizar el método de la totalidad, es decir, no es idóneo reducir este concepto a *algunos datos esenciales*.

² E. Canetti, “Masa y Poder” p. 199

³ A. de Tocqueville, op. cit., Vol II, p. 215

Morin entiende la sociedad de masas como un conjunto, una fusión, de culturas, de civilización e historia. Esta mezcla de culturas forma un sistema, el cual se constituye por la interacción "...de símbolos, valores, mitos e imágenes referidos tanto a la vida práctica como al imaginario colectivo..." Y es el resultado de esto último lo que "...se hace contener, censurar y controlar...", y además no es autónoma, es decir, puede adquirir características de otras culturas, como la religiosa, la humanista o la nacional y, al mismo tiempo, entrometerse en ellas mismas⁴.

Ya no estamos hablando de un desgaste de la cultura, la relación sociedad/masa es superada, para hablar de humanismo, de valores y muy pronto de identidad y cultura.

Ortega y Gasset en su libro "*La rebelión de las masas*" construyen (más desde la filosofía) otra definición de sociedad de masas, empezando por describir a la masa como el grupo de personas que no están especialmente cualificadas, y además hacen mención a las minorías, que son los individuos o grupos que si están cualificados.

La partición de sociedad de masas y minorías excelentes, no son una división de clases sociales, los autores explican que en cada clase social hay minorías y masas. Las masas la definen como un hecho psicológico, que no tiene nada que ver con las clases sociales, es todo aquel que se siente "como todo el mundo", que no se valora ni para bien, ni para mal.

Según Andrés Felipe Hernández Acosta, historiador de la Universidad Nacional de Colombia y miembro de la Asociación Colombiana de Investigación Antisociales del Deporte (ASCIENDE), los movimientos de masas son más organizados de lo que se cree. "Sigmund Freud hace un estudio sobre los movimientos de masas, en donde descubre que hay una mentalidad de masas en lo militar, en lo religioso, que son formas uniformes de organización social. Un liderazgo, un ideal del "yo colectivo", una serie de funciones para alcanzar esos ideales".

⁴ W. Morin "La investigación en la comunicación de masas" p. 112-124

Y ya lo señalaba anteriormente Gustave Le Bon, cuando hablaba de su “masa psicológica”, señalando que son dispuestas a la clasificación y que son organizadas. Cientos de personas reunidos en una plaza pública sin razón no pueden ser una masa psicológica, mientras que pueden existir personas separadas en un mismo lugar y son una masa organizada. La presencia abrumadora de individuos no determina la organización de una masa.

Medios de Comunicación en la Sociedad de Masas

A la sociedad de masas también se le atribuye la aparición de los llamados medios masivos de comunicación o la “mass media”, por lo menos en esta época contemporánea en donde llegaban todos los efectos de la industrialización.

La comunicación de masas era la interacción entre un emisor único y un receptor grande o cuantioso, que en este caso eran las muchedumbres o la multitud urbana de la época, que además cumplía con unas características específicas: ser heterogénea, numerosa y anónima.

Es esa necesidad de interrelacionarse, de pasar de la parroquia al cosmopolitismo y al medio, logra ese efecto cosmopolita, amplio, y universal. El desarrollo del siglo XX tuvo esa característica, las pequeñas sociedades se fueron abriendo en cuanto a su conocimiento con el mundo en general, a través de los medios, de la llamada “*mass media*”.

Primero estuvo la prensa, luego la radio y ahora los medios audiovisuales. Esa necesidad de conocer “*La aldea global*” de la que hablaba Marshall McLuhan, que describe aquellas consecuencias socioculturales de la comunicación inmediata y mundial de todo tipo de información que facilitan y estimulan los medios electrónicos de comunicación.

“*La aldea global*” la describe Marshall McLuhan como ese cambio propiciado por los medios, principalmente la radio, televisión, cine, y todos los medios audiovisuales (difusión de sonidos e imágenes) que de a poco fueron ganando

espacio y tiempo dentro de los hogares, y que lograron una expansión amplia y significativa en el siglo XX.

McLuhan habla de los medios de comunicación como extensiones de nuestro sistema nervioso, extensiones separadas de nuestro cuerpo para convertirse en colectivos e irrumpir en nuestra consciencia.

Vale la pena aclarar que el autor habla de medios de comunicación del futuro, supone por el avance de la tecnología, lo que puede pasar en el siglo XXI. De hecho en el momento en que McLuhan publica *Understanding Media* en 1964, no existían los medios de comunicación primarios.

El autor propone un marco conceptual detallado en donde se entienden los avances tecnológicos de las últimas décadas. Argumenta que los consumidores de la tecnología divisan el mundo de dos maneras diferentes: Espacio Visual y Espacio Acústico.

El primero es aquel que es lineal, cuantitativo y característico del mundo occidental, mientras que el segundo es el del razonamiento holístico, cualitativo y característico del mundo oriental.

“Todos los medios de comunicación son una reconstrucción, un modelo de alguna capacidad biológica acelerada más allá de la capacidad humana de llevar a cabo: la rueda es una extensión del pie, el libro es una extensión del ojo, la ropa, una extensión de la piel y el sistema de circuitos electrónicos es una extensión de nuestro sistema nervioso central. Cada medio es llevado al pináculo de la fuerza voraginosa, con el poder de hipnotizarnos. Cuando los medios actúan juntos pueden cambiar tanto nuestra consciencia como para crear nuevos universos de significado psíquico”⁵.

Son los medios, según el autor, los que empiezan a controlar la consciencia y los espacios del hogar. En una parte del texto se describe la situación de un hombre que llega a su casa al final de la jornada a encender el televisor, y de inmediato queda en un estado mental neutral, aquietado por los puntos que se encienden

⁵ M. McLuhan y B.R. Powers, “La aldea global” p. 94

secuencialmente en la pantalla. El hemisferio derecho del cerebro lo describen como el asiento de las emociones, mientras que el izquierdo es el vigilante, el de las restricciones, el que no se encuentra anestesiado por las causas psíquicas que pueden ocasiona los medios de comunicación.

McLuhan quiere alcanzar a visualizar el mundo del mañana, lo que va a pasar con los avances de la tecnología, para preparar a los individuos cambiantes a partir de los diversos contextos que llegan más rápido y fácil con el crecimiento de los medios.

Cada día el individuo busca más información sobre el mundo que lo rodea, y los medios son el mecanismo apropiado para llegar a todo ese conocimiento. Aunque las exigencias se han vuelto cada más grandes, no solo se busca la mejor información, sino que se quiere rápida y precisa. En el siglo XX los medios audiovisuales empezaron a llenar esa necesidad, además de la difusión del teléfono, la fotografía, la reproducción y grabación de sonido, la prensa gráfica.

Cultura Popular

Las masas se empiezan a mover a partir de los fenómenos señalados anteriormente, pero llega un punto en el que esas masas pasan a ser una sola masa, que es cuando volvemos a encontrar que la cultura se degrada o pierden su autenticidad. Esto a raíz de la constitución de las masas en clase y el nacimiento de una nueva cultura.

La masa hace visible su fuerza y esto se remonta a un hecho político: “Se hace así posible la entrada de las capas sociales no burguesas, de la masa de no proletarios, en la *esfera pública*, con lo que se transforma el sentido que la burguesía liberal le había dado a lo público al *desprivatizarlo* radicalmente”⁶.

Estamos aquí ante un fenómeno de cambio, no solo de las masas pasando a ser masa, como lo señala Jesús Martín Barbero, sino la variable de la cultura en cuanto a su función. Ahora se tapan las diferencias porque existen, mientras que

⁶ J. Barbero, “De los medios a las mediaciones”, p. 164

antes hablábamos de la igualdad reinante, según las propiedades de la masa en Canetti.

“El vacío abierto por la desintegración de lo público será ocupado por la *integración que produce lo masivo, la cultura de masas*”⁷. La evolución no es sinónimo de desaparición, la cultura sufre una transformación en su función que va a favorecer a lo popular, que va a fijar objetivos en lo que alguna vez se olvidó, y así lo explica Barbero. En el momento que se produce el cambio, se designa la masa, la cultura popular será de masa, justo cuando esa cultura popular iba a transformarse en cultura de clase, termina siendo cultura de masa.

La aparición de la cultura de masa no es de repente, lo masivo de a poco se empujado a partir de lo popular. Es en este momento en el que me atrevo a afirmar que lo popular es cultura.

El conocimiento sobre el mundo popular es absolutamente necesario, ya que no solo servirá para formar e integrar naciones, sino que ayudará a solucionar las luchas entre las clases.

Néstor García Canclini habla en su texto *“Culturas Híbridas”* de lo popular como algo construido, como lo tradicional desde los románticos, que además impulsaron los estudios folclóricos. “La inquietud de escritores y filósofos –los hermanos Grimm, Herder- por conocer empíricamente las culturas populares se formaliza en Inglaterra cuando se funda, en 1878, la primera Sociedad de Folclor”.⁸

Resulta importante archivar también, la postura de los románticos, puesto que ellos se inclinaron al rescate de los sentimientos populares frente al iluminismo y el cosmopolitismo liberal. Los románticos deciden que lo específico de la cultura popular reside en la fidelidad al pasado rural, además de la libertad del individuo y sus pasiones.

La cultura popular tiene su sostén más fuerte en lo tradicional, como los festivales, la música, las artesanías, el teatro, el deporte; y además su difusión en los medios masivos de comunicación.

⁷ J. Barbero “De los medios a las mediaciones” p. 164

⁸ N. García Canclini “Culturas híbridas” p. 195

La masa o el conglomerado social busca también en lo tradicional, en las formas de identidad, integración, vinculación a través de arquetipos de valores, de ideales, de configuraciones de personalidad. Esa es más la sociedad de masas de hoy en día, empujada por los grandes medios, la televisión, la radio, la prensa.

“El estudio actual de la antropología y la sociología sobre la cultura sitúa los productos populares en sus condiciones económicas de producción y consumo. Los folcloristas influidos por la semiología identifican el *folk* en comportamientos y procesos comunicacionales”.⁹

Es claro que muchas formas de vida, sobreviven por los intereses económicos que puedan existir alrededor de ellas, pero terminan popularizándose hasta el punto de llegar a ser cultura. Lo siguiente será buscar la forma de que perdure, que permanezca y se relacione con la sociedad moderna.

Los folcloristas se dan cuenta que una misma persona puede participar y relacionarse en diferentes grupos, puede sincronizar en áreas rurales, urbanas, barriales, microsociales y “massmediáticas”.

Por razones como las anteriores, y por el hecho de que la cultura no es propia únicamente de sectores campesinos o grupos étnicos, sino que también interviene el comercio y ministerios como el de la cultura, el autor piensa que lo popular se constituye en procesos híbridos, identificados con elementos de diferentes clases y naciones.

La misión de preservar las costumbres, las tradiciones de la cultura popular está en todos, sin importar clase, lo que une a los pueblos son precisamente lo particular y común, lo que algunos también llaman identidad.

La identidad, el patrimonio cultural y tradicional de una nación

⁹ N. García Canclini “Culturas híbridas” p. 204

Cuando hablamos de identidad, tenemos que recurrir nuevamente al psicoanálisis, a hablar del Yo, puesto que la identidad es aquel núcleo en donde se conforma el Yo.

La identidad es un proceso que va sujeto desde el nacimiento, hasta las experiencias vividas o las condiciones propias que tenga la persona. La identidad se forma dando una imagen de nosotros mismo, de lo que nos caracteriza, que resulta ser aquello que nos permite actuar en forma coherente según lo que somos, según lo que pensamos.

Pero la identidad llega a ser cambiante, dependiendo el contexto en el que se vaya realizando la vida del individuo. Al pasar el tiempo, el ser humano llega a tener varias tendencias y a cambiar fácilmente su manera de pensar, debido al contexto sociocultural que finalmente es lo que define la identidad.

La cultura ayuda en gran parte a definir la identidad de una persona, o de un conjunto de personas, puesto que la cultura son aquellos haceres que se van convirtiendo en rutina, que conforman las características de un individuo, un pueblo, o sencillamente de las clases que masifican, de las clases populares.

Jesús Martín Barbero cuando habla de masa, explica que la aparición de la misma no se puede definir desde la estructura social tradicional, sino que genera una alteración cuantitativa y cualitativa de las clases populares. La presencia de dicha masa termina perturbando a la sociedad urbana, su pensamiento y forma de vida. Lo que lleva a pensar que esa cultura popular, al tomar fuerza dentro los barrios más grandes de la ciudad, termina por crear una representación, que llega a las elites y se posiciona como una identidad.

García Canclini cita a autores mexicanos como Carlos Monsiváis y Roger Bartra para hablar del concepto de identidad cultural, que se apoya en el de patrimonio nacional. "Tener una *identidad* sería, ante todo, tener un país, una ciudad o un barrio, una *entidad* donde todo lo compartido por los que habitan ese lugar se vuelve idéntico o intercambiable. En esos territorios la identidad se pone en

escena, se celebra en las fiestas y se dramatiza también en los rituales cotidianos”¹⁰

Dentro de esta hipótesis se argumenta que las personas que no comparten los objetivos y símbolos de ese territorio se señalan como diferentes. La relación con el territorio debe ser natural, se debe llevar a dentro puesto que se nació en la tierra, se adquirieron unos rituales y unas costumbres.

Se explica que esa identidad y patrimonio nace a partir de una historia memorable, por ejemplo, las batallas de independencia nacionales del siglo XIX. Después de haber ocupado un territorio y haberse adueñado de él, no se va a dar por perdido tan fácil, se emprende una verdadera lucha para no perderlo o para recuperarlo, puesto que se tiene vigente esa memoria del lugar dónde se nació, o del territorio que se perdió. Por eso se argumenta que la identidad es algo indudable.

El patrimonio es la razón de lucha de un pueblo, es la unión de una nación, aunque existan ciertas desigualdades en su alineación: “El patrimonio cultural funciona como recurso para reproducir las diferencias entre los grupos sociales y la hegemonía de quienes logran un acceso preferente a la producción y distribución de bienes”.¹¹

Aun así, lo que genera la clase popular es más representativo dentro de la historia, es lo que llamamos patrimonio propio de la nación, pero tiene una muy baja probabilidad de ser valorado y reconocido generalmente. Es la desigualdad estructural, la causa de que lo producido por la clase popular no se desarrolle y no llegue a ser a la sociedad más compleja.

Los medios de comunicación cumplen un papel muy importante a la hora de identificar la identidad o el patrimonio cultural, el poder que pueden generar en el imaginario colectivo puede llegar a minimizar el ideal de la cultura de masas, aunque este siempre será el original, el patrimonio cultural tradicional.

El folclor tiene rasgos y formas culturales, constituye lo esencial de la identidad y de los patrimonios culturales de cada estado. Los medios de comunicación a

¹⁰ N. García Canclini, “Culturas híbridas” p.192

¹¹ N. García Canclini “Culturas híbridas” p. 182

medida que progresan apresuran la desaparición del folclor y la pérdida de la identidad.

La difusión del patrimonio y la cultura debe asumir los conflictos que llevan detrás, como la falta de reconocimiento o las imitaciones a su originalidad, para que puedan afianzar a la nación, ya no como algo neutro, sino como algo que une a partir de la lucha y la recordación de aquel pasado heroico y significativo.

La identidad es innegable, puede ocultarse detrás de ideales hegemónicos, y puede que no sea reconocida nivel general si viene de la clase popular, pero siempre sobrevivirá por lo representativo y por la historia que carga en la espalda. No resulta tan fácil, no por nada se acoplada fácil la definición de lo popular de Néstor García Canclini: “Lo popular es en esta historia lo excluido: lo que no tiene patrimonio, o no logra que sea reconocido y conservado...”.

El microfútbol es una pasión que le da identidad a nuestro país

Los sentimientos pueden ser más exagerados, más pasionales y más visibles, cuando es el pueblo el que los manifiesta. Generalmente esa pasión tienen su expresión máxima en actividades que representen la identidad y la cultura popular de un barrio, de una nación.

Anteriormente, señalábamos que la cultura popular tiene su sostén más fuerte en lo tradicional, en actividades como los festivales, la música, las artesanías, el teatro, el deporte. Todas estas actividades mencionadas tienen un factor muy importante y positivo para la sociedad y es que generan emociones a partir de su espectáculo. Finalmente, siendo lo que identifica a una conglomeración, siempre será bien recibida en el interior de la misma.

García Canclini argumenta, citando diversos autores, que algunas representaciones nacionales se comprenden como la construcción de un espectáculo. “Los mitos nacionales no son un *reflejo* de las condiciones en que

vive la masa del pueblo, sino el producto de selección y “trasposición” de hechos y rasgos elegidos según los proyectos de legitimación política”.¹²

Todos los eventos de tipo masivo, a nivel de espectáculo, la música, el deporte, o hasta la política, lo que buscan son referentes, y a partir de ahí transmitir una imagen, que ayude a representar los ideales de esa masa.

En Colombia la cultura popular se identificaba, deportivamente hablando por el fútbol, pero hoy el microfútbol se ha vuelto muy popular, más que todo en la capital. La sociedad bogotana desde los años 60 se constituyó en una serie de barrios que más que la cancha de fútbol se construía eran canchas de microfútbol, pequeños parques, pequeñas plazas.

En la colonia, las plazas eran el lugar de reunión, como donde nace también la independencia de Colombia, ya que es el punto central y medular en muchos barrios. El parque y dentro del parque la cancha de microfútbol, ese es el espacio representativo de toda una población.

Rafael Jaramillo, sociólogo de la Universidad Nacional de Colombia y miembro de la Asociación Colombiana de Investigación Antisociales del Deporte (ASCIENDE) habla de la cultura como ese conjunto de haceres cotidianos que se van regularizando y que van haciendo parte de un ritual de la gente, en ese sentido el deporte y en específico el microfútbol también se convierte en una cultura. “La gente se vincula y se comunica y desarrolla actividades de distinta índole, a través de la práctica del microfútbol se establecen amistades, se establecen relaciones sociales, se establecen una serie de vínculos que prácticamente configuran un entorno social, con unas determinadas costumbres y muy relaciones y que provienen de esa práctica del microfútbol”.

Ese hecho cotidiano de la práctica continua, no solo los que juegan, sino los que observan, venden, organizan y giran alrededor del microfútbol, hacen que esta disciplina adquiera un carácter tradicional y cultural dentro de un barrio, y seguidamente dentro de una sociedad más grande.

¹² N. García Canclini “Culturas híbridas” p. 177

El corazón de un barrio es el parque en donde se encuentra su cancha de microfútbol, el cual no solo es tradicional por los eventos y espectáculos deportivos, sino por la socialización de las personas y las relaciones que puedan nacer dentro de ellas.

Entre tanto, Andrés Felipe Hernández Acosta, historiador de la Universidad Nacional de Colombia y miembro de la Asociación Colombiana de Investigación Antisociales del deporte no solo asegura que el microfútbol es una cultura, sino que además afirma que le da identidad a nuestro país: “El microfútbol crea un tipo de lenguaje, un tipo de prácticas culturales, una forma de distribución del tiempo diferente a la que puede generar el rugby en Nueva Zelanda por ejemplo. Entonces, genera ciertos patrones de comportamiento, cierto lenguaje: mételo, pásela, micrero, mago, etc...”.

Un lenguaje que constituye una cultura propia, que le da una identidad, unas prácticas físicas determinadas en un ambiente social como el bogotano. Por esta razón el microfútbol llena las características para ser ese emblema que identifica como cultura a una sociedad.

El concepto de lo popular dentro del deporte

Ya habíamos señalado anteriormente que lo masivo ha sido empujado poco a poco a partir de lo popular, la cultura popular no aparece de repente, es algo ya construido, es algo autóctono y tradicional en una sociedad.

Andrés Felipe Hernández, explica que dentro del deporte, lo popular tiene que ver con los costos “Evidentemente el deporte llegó por las élites, pero ¿Qué deportes se podían practicar? Es claro que el polo no, porque tenías que tener un caballo, un palo especial y amplios terrenos; el tenis también requiere de cierto espacio específico que no era tan fácil de encontrar en las ciudades”.

Entre tanto, según lo planteado por el historiador, el microfútbol es un deporte que fácilmente se podía practicar por cualquier clase social, en cualquier esquina, en cualquier barrio, una pelota puede ser inclusive una lata de gaseosa.

Lo popular sin duda tiene un efecto de costos, puesto que el fútbol de salón es cercano a la población, ya que su precio es mucho más ligero que en cualquier otro deporte, por eso es más fácil que llegue a adquirir un valor grande y una identidad.

El sociólogo Rafael Jaramillo afirma: “El microfútbol respecto a otro deporte y es su fase y lectura semiótica, tú vas a cualquier parte, a cualquier lugar del mundo y te comunicas a través de un símbolo que son: dos palitos, una pelota y con eso armas un partido. Es un lenguaje asequible a la gran masa, es fácil de leer frente otros deportes que requieren una lectura más compleja, tienen reglamentaciones más minuciosas. Este es uno de los secretos de la popularidad del microfútbol”.

En las clases altas hay muchos deportes para practicar y ahí está la distinción de clases, a diferencia del microfútbol que lo practican todos. Al ser más los de la clase baja, los del barrio obrero, hacen que adquiera más fácil esta disciplina ese carácter tan popular.

Puede decirse, que el microfútbol es más popular que el fútbol, porque es más fácil su práctica, ya que el escenario es más reducido, la cancha puede ser mucho más sencilla, es decir que el microfútbol tiene un carácter popular, en términos de práctica, mucho más fuerte que el fútbol.

Problemáticas de nuestra Identidad Cultural

El microfútbol o fútbol de salón es celebración, es pasión, es fiesta, es espectáculo. Por tanto, llega a ser lo que le da identidad a un barrio popular local, según lo planteado anteriormente y lo que se refleja actualmente las canchas de microfútbol de la ciudad de Bogotá.

Pero ahora entramos a un problemática que enmarca a las personas que viven por esta disciplina, y es que a nivel nacional, el fútbol de salón no es reconocido, ni afamado. Empecemos por anotar que el microfútbol no es un deporte olímpico y en nuestro país es medianamente apoyado, si observamos que hasta hace poco tiene su liga profesional.

Dentro de la tesis planteada en “Culturas Híbridas” de García Canclini sobre identidad cultural, se afirma que la identidad tiene su santuario en los monumentos y museos, puesto que se encuentran en todas partes y se concentran en colecciones que reúnen lo esencial.

Y aunque el museo del fútbol de salón es el coliseo, las canchas, los uniformes, los trofeos, tiene su mayor analogía por lo que se plantea en el texto del investigador argentino, cuando se habla de rituales, cuando se habla de ceremonia, en un torneo oficial los uniformes, la bandera y el himno entonado antes de un partido, y el trofeo entregado al final de un campeonato; en un partido no oficial la despojada de la camiseta luego del primer gol para diferenciar los equipos y la apuesta casada entre los jugadores para el encuentro.

Lo que gira alrededor de una cancha de microfútbol, el significado dentro de un barrio que consolida una sociedad de masas y que ve en el deporte lo popular, la cultura que se moderniza, se apropia de una masa y libera a una multitud.

“Si la cultura popular se moderniza, como en los hechos ocurre, esto es para los grupos hegemónicos una confirmación de que su tradicionalismo no tiene salida; para los defensores de las causas populares, resulta otra evidencia de la manera en que la dominación les impide ser ellos mismo”.¹³

Las élites terminan por aceptar lo que verdaderamente los representa, hay una cultura popular urbana que no pueden ignorar y que los hace tan ciudadanos como a los integrantes de cualquier clase social.

¹³ J. Barbero “De los medios a las mediaciones” p. 215

Son las clases populares las que finalmente terminan creando la verdadera identidad. El microfútbol es nuestro, Bogotá es una ciudad micrera, Colombia es campeona mundial y no está exenta de este deporte tan tradicional.

Jesús Martín Barbero, en su libro *“De los medios a las medicaciones”* afirma que llega un momento en que las ciudades se llenan de una masa de gente, se produce un crecimiento abrumador demográfico que genera una crisis en la supremacía y que termina por buscar una legitimación de las masas populares.

La mejor manera para mantener el dominio, es dándole espacio a las masas urbanas. Más que una forma astuta y engañosa desde el poder, resulta una fórmula para organizarse entre masa y Estado.

Lo anterior explica el populismo, de eso se trata, de darle un orden legítimo, desde el Estado, a las aspiraciones populares para que tengan una nueva forma de hacerse presentes en la sociedad.

“Con la formación de las masas urbanas se produce no sólo un acrecentamiento del conjunto de las clases populares, sino la aparición de un *nuevo modo de existencia popular*”.¹⁴

Ese *nuevo modo de existencia popular* trae consigo la intención de apropiarse nuevas estrategias y alianzas, para generar una nueva visión, que permita a la sociedad formarse a medida que pase el tiempo y ocultar esa agresividad que siempre la había caracterizado.

Así como el populismo hizo posibles nuevas interacciones con la modernidad para los sectores populares, el microfútbol hace posible una coalición de las esferas sociales, jugando y participando de una misma cultura.

La masa no se quedó como un público de un sistema de producción, sino que evolucionó, trascendió a partir de la necesidad de la hegemonía por una clase que asuma la dirección de la sociedad y el vacío del poder.

¹⁴ J. Barbero *“De los medios a las medicaciones”* p. 215

CAPÍTULO II

MÁS QUE HISTORIA MUNDIAL Y LOCAL, UNA HISTORIA DE VIDA QUE TODAVÍA SE ESCRIBE

Dentro de este capítulo, podremos encontrar la historia mundial del fútbol de salón, cómo se creó y su llegada a Colombia. La historia que se cuenta en este proyecto, de la llegada del fútbol de salón a Colombia es inédita, es sacada a partir de las entrevistas logradas en el proceso de investigación, y en especial lo que pudo contar el precursor del deporte, el señor Jaime Arroyave Rendón, exjugador de fútbol profesional y exdirector deportivo de la Universidad Nacional de Colombia, con la que viajó a Brasil y descubrió el fútbol de salón no se encuentra fácil dentro de una biblioteca. La historia local, la llegada del

La historia que se puede encontrar en la web sobre la creación del fútbol de salón en Uruguay es cierta, pero no hay muchas versiones y el deporte a Colombia no se

encuentra fácil, y sin duda la historia contada aquí es un aporte al deporte colombiano.

De la historia local contada en este capítulo, se desprenderán diversas historias de los personajes entrevistados, para contar las dificultades que sufre el fútbol de salón, al no tener un apoyo constante y sólido de las entidades máximas deportivas del país, y al no ser un deporte completamente profesionalizado del que puedan vivir satisfactoriamente sus deportistas.

Seguidamente habrá un aporte al fútbol de salón por parte de este proyecto. Una de las dificultades de la Federación Colombiana de Fútbol de Salón, es no tener actualmente una página web, un medio de comunicación muy útil para cualquier empresa deportiva, por esto habrá una propuesta, avalada por la FECOLFUTSALON, en la que además estará la historia inédita contada en este capítulo, que podrá servir de apertura para un futuro portal web.

La propuesta de página se podrá encontrar en este link:
<http://fecolfutsal.blogspot.com/>

¿Cómo llegó el fútbol de salón a Colombia?

A pesar de que el microfútbol es una disciplina que identifica al colombiano, que está metida en el corazón de cada barrio, que cada cancha siempre está copada un fin de semana (se habla de 4000 partidos de microfútbol, un fin de semana entre viernes en la noche, sábado y domingo en Bogotá), según datos de la Federación de Árbitros de Bogotá. Muy pocos conocen la verdadera historia del fútbol de salón en el mundo, y su llegada a Colombia.

Uruguay, más exactamente su capital Montevideo, fue quién vio el nacimiento del microfútbol. Un grupo de profesores de Brasil que adelantaban postgrado en Montevideo, llevaron el deporte a su país y obtuvieron éxito. Exactamente en 1930, un profesor llamado Juan Carlos Celiani, quién era el encargado de

manejar la Asociación Cristiana de Jóvenes en Uruguay, creó el microfútbol, lo formó con las primeras reglas de cuatro deportes: balonmano, polo acuático, baloncesto y fútbol. En el balonmano, están los arcos y la extensión 20 por 40 metros; en el polo acuático, el área y el arco pequeño; el baloncesto, reglas como el periodo de tiempo, límite de faltas; y del fútbol, que se juega con el pie y no se pueden utilizar las manos, solo el arquero, como en el fútbol. Pero el verdadero auge de este deporte se remonta al año 1933, cuando se implantaron algunas de sus actuales reglas.

En 1954 se organizó en Sao Paulo en Brasil un campeonato para todas las edades. Ahí nació la Federación Metropolitana de este deporte. En 1955 toma forma la Federación Paulista, que posteriormente se convirtió en la entidad mundial más poderosa de esta disciplina. El primer campeonato a nivel de Sur América, se llevó a cabo hasta el año de 1965; el cual fue ganado por la Selección Paraguaya, que jugaba de local en Asunción. Los cinco siguientes torneos suramericanos, celebrados cada dos años, fueron ganados por la Selección de Brasil, convirtiéndose en potencia no solo continental sino mundial.

En el trimestre final del año de 1966, una delegación de la Universidad Nacional de Colombia, fue a un viaje de intercambio de estudiantes a São José dos Campos, un municipio del estado de São Paulo en Brasil, que es la escuela aeronáutica brasileña más importante. Dentro de la delegación colombiana estaba Jaime Arroyave Rendón, exjugador del equipo profesional de fútbol Los Millonarios, en ese entonces Arroyave era el director de deportes de la Universidad Nacional, y en un sobrevuelo a la ciudad de São Paulo, puedo ver desde el aire, cuando estaba a punto de aterrizar al aeropuerto, muchas canchitas de baloncesto, y dentro de ellas pequeños arcos de dos por tres.

Los pequeños arcos habían llamado profundamente la atención de Jaime Arroyave, quién preguntó a los ciudadanos brasileños por aquello que había visto en la ciudad desde el aire. Fue ahí cuando le explicaron que eso que había visto era el futebol de salão, el fútbol de salón, el cuarto deporte que más se practicaba en Brasil.

Jaime Arroyave se vio atraído por tan curioso deporte y decidió traer a Colombia algunos folletos en portugués, en donde traía el reglamento, que finalmente fue traducido al español por el profesor Álvaro Ariza, quien también iba en la delegación de la Universidad Nacional y era el jefe de la delegación.

En 1967, “El Loco” Arroyave pudo hacer contactos en el seguro social para ser un gran torneo promocional que se llamó “Salud y deporte”, un torneo inter-barrios de microfútbol. El campeonato tuvo una gran acogida, con 517 equipos en Bogotá. En ese momento nació el fútbol de salón en Colombia. Se formaron las tres primeras ligas que fueron Bogotá, Cundinamarca y Quindío, y después nació la Federación, que hoy en día tiene 28 ligas.

El deporte desde sus inicios lleva el nombre de futbol de salón, pero recibió el nombre de microfútbol, por parte del periodista de El Espectador Mifon, quien pensó que futbol de salón se podría confundir con el popular “futbolín” que se manejaba con las manos, por esta razón recomendó a Jaime Arroyave le pusiera futbol pequeño, es decir microfútbol.

Pero no todos estuvieron pendientes para aportar a la nueva idea del “Loco” Arroyave, esta iniciativa también tuvo oposición y en este caso fue por parte de las personas allegadas al fútbol, quienes afirmaban sentirse afectados ante la llegada de la nueva disciplina deportiva.

Germán Blanco, reconocido periodista deportivo de medios como El Tiempo y Señal Colombia, además presidente de Acord Bogotá, entidad que cobija a más de 130 periodistas y locutores deportivos de la capital de la república, y actualmente jefe de prensa de la Federación Colombiana de Fútbol de Salón. Cree que esa disputa que se empezó a generar con la llegada del microfútbol, es causada por un apetito voraz de la FIFA, que quiere ejercer un dominio sobre un deporte que nació hace muchísimos años de manera independiente y que tiene una estructura sólida y definida; en el caso de nuestro país con más de 40 años de vinculación a todo el sistema nacional deportivo, reconocido por el Comité Olímpico Colombiano, así no sea un deporte olímpico, y por el Instituto de deportes, Coldeportes.

Bien apoyado aparentemente el fútbol de salón, por las entidades deportivas colombianas más importantes, pero Jaime Arroyave cuenta que no fue fácil recibir esta aceptación y vinculación. Muchos obstáculos se le presentaron al fútbol de salón con su llegada al país, puesto que para los comités deportivos, este no pasaba de ser un deporte callejero y barrial, así que había que encontrar la manera de demostrar que era una pasión que podía trascender por ciudades hasta cubrir todo el país.

Llenando algunos requisitos de ley, el microfútbol pudo hasta 1974 ser reconocido y afiliado al Comité Olímpico Colombiano, una alegría que no fue completa para la comunidad salonista, puesto que llegó a la vicepresidencia del COC el doctor Jorge Herrera Barona, quien era presidente de la Federación Colombiana de Fútbol y que suspendió la afiliación del microfútbol al COC.

Bajo distintos argumentos, entre ellos: ¿Cuál es el motivo para que en Colombia no esté afiliado el fútbol de salón al comité olímpico, cuando en los otros países está siendo aceptado y reconocido masivamente?, se logró reintegrar al microfútbol nuevamente al comité. Aunque se pudo conservar la afiliación, durante los años siguientes y hasta hoy, los salonistas han tenido una lucha permanente con los estamentos que dirigen el deporte colombiano, para hacer respetar la jurisdicción de este deporte en el país y no ser excluido nuevamente. Algo que no permite la tranquilidad permanente del fútbol de salón.

Dificultades del fútbol de salón en Colombia

Actualmente, la FIFA avala un modalidad del fútbol llamada fútbol sala, muy parecido al fútbol de salón, diferenciado mayormente en reglas correspondiente a las posibilidades del arquero en el campo de juego, en el balón, en el saque de banda, en la puntuación, entre otros. Jugadas estas disciplinas en las mismas canchas (medidas), con los pies y sin las manos, con el mismo número de jugadores por equipo, y hasta con disposiciones tácticas y técnicas similares, tanto

así que los técnicos pueden estar capacitados para dirigir en fútbol sala o fútbol de salón.

La Federación Colombiana de Fútbol de Salón cree que el la FIFA pretende con el fútbol sala acabar con su deporte, se siente usurpados y plagiados por el futbol, puesto que afirmar que el futbol sala no fue creado por el futbol, tampoco tiene asiento en el futbol, y no fue creado con las normas del futbol. Por lo tanto, bajo estas razones difícilmente el microfútbol puede perder su procedencia histórica y jurídica.

Un paso importante para el fútbol de salón se dio con la llegada a la presidencia de Manuel Enrique Sánchez Aguirre, puesto que ley 181 dispone que no pueda haber más de dos reelecciones a los órganos administrativos, a entidades deportivas nombradas por elección, y por tanto Jaime Arroyave dejó la presidencia para entregarla al profesor Sánchez.

Para el “Loco” Arroyave, la llegada de Manuel Sánchez fue oportuna, es su perfecto sucesor, puesto que para él, es el mejor técnico que ha tenido Colombia, una persona estructurada y conocedora del medio, además ganador como director técnico del primer campeonato del mundo logrado por Colombia en Bolivia.

Inmediatamente llegó a la Federación Colombiana de Fútbol de Salón Manuel Sánchez, logró conseguir la vinculación y patrocinio con empresas importantes del país como Postobón, quién tiene por 5 años los campeonatos profesionales femenino y masculino, y además con Claro, con la que tiene servicio de televisión. Además la creación de la División Nacional de Futbol de Salón, la cual maneja la rama profesional, los campeonatos profesionales, como lo hace Dimayor en el fútbol profesional colombiano.

Germán Blanco también valora la labor del actual presidente, que ha sido beneficiosa para el futbol de salón, debido que ha luchado incansablemente por sacar adelante el deporte, a tal punto que para el periodista deportivo hay futuro para varios años, por primera vez en un deporte, que no sea el fútbol, tiene una temporada regular 6 mese y se han visto los resultados no solamente por la presencia de los aficionados en los diferentes escenarios del país, sino también

por el respaldo de algunas empresas de firmas comerciales mencionadas anteriormente, además del respaldo de algunos medios de comunicación, especialmente en periódicos fuera de la capital, que empezaron a plasmar en sus páginas noticias, después de la coronación de Colombia, por segunda ocasión, del campeonato del mundo de fútbol de salón en la rama masculina.

Pero a pesar de que la llegada de la Copa Postobón, ha producido una evolución muy grande del deporte, todavía hay metas por alcanzar. El campeonato profesional empieza aproximadamente a finales de marzo y culmina en los últimos días de octubre, y cuando el torneo no está en juego, muchos jugadores y o profesores del cuerpo técnico de fútbol de salón, se desvinculan de sus clubes y tiene que recurrir a otras profesiones para buscar su sustento.

Algunos corren con suerte, como el caso de Gustavo García, jugador del equipo P&Z Bogotá, practicante del deporte desde los 8 años de edad y oriundo del municipio de Guacarí, Valle, dónde empezó a ser reconocido por su juego, a tal punto de integrar la selección de su departamento y posteriormente se vinculó a su actual equipo P&Z. Lo conoció Luis Mario Gonzales, actualmente técnico de los equipos profesionales P&Z, en la rama masculina; y Cali Nuevo Latir, en la rama femenina. Con los dos elencos campeón en el presente año.

Mario González lo trajo a Bogotá y lo relacionó con Carlos Martínez, presidente del conjunto P&Z, y dueño de la empresa P&Z gestión documental, en dónde trabajan los jugadores una vez finalizado el campeonato profesional. De esta manera los jugadores de este equipo tienen garantizado su sustento luego de competir en el campeonato de fútbol de salón, un beneficio que ha creado este conjunto bogotano, pero que no necesariamente se repite en todos los rincones del país.

Edwin Hugo Chaparro, preparador físico del equipo P&Z Bogotá, y docente deportivo en las Universidades Javeriana y Santo Tomás, es consciente de lo importante del campeonato de Postobón, pero también sabe las consecuencias de los salonistas una vez culminado, tiene presente que los jugadores vuelven a la rutina habitual que tenían antes de que practicara fútbol de salón como profesionales, y que las personas pertenecientes al cuerpo técnico del equipo

deben ser profesionales, ya sea en educación física o cultura física, para poder dedicarse alternamente al espacio de la educación en la academia o en otros clubes deportivos.

Jaime Enrique Niño Guerrero, director técnico del equipo profesional de fútbol de salón Motilones y Licenciado en Educación Física especializado en entrenamiento deportivo, considera que difícilmente se puede vivir del microfútbol o del campeonato profesional, puesto que en un torneo de 5 meses no se puede ganar lo que debe ganar en un año, y considera que está actividad es complementaria, aunque confía y cree que en un futuro la mayoría de jugadores, entrenadores y dirigentes podrán vivir satisfactoriamente de este deporte.

Y definitivamente Jaime Niño, conocido en su región como “El Gringo” tiene muchas historias por contar, alrededor del deporte y especialmente en el fútbol de salón. Como técnico tiene muchos logros grandes, sobre todo en inter-colegiados en donde ganó el campeonato invicto y lo mantuvo durante 11 años. También tuvo la posibilidad de dirigir dos temporadas en Venezuela, y los últimos 4 años ha trabajado con el equipo Motilones en la Copa Postobón, no sólo como director técnico, sino como presidente de la institución.

En Motilones “El Gringo” ha tenido muchas dificultades, armando quintetos sin mucho presupuesto, y aún así haciendo buenas presentaciones, y creciéndose ante rivales fuertes. En momentos en que pudo traer jugadores experimentados, no tuvo la suerte esperada; en una ocasión trajo un portero uruguayo, que durante las primeras fechas fue infalible, pero en el momento en que los pagos se retrasaron en la institución, bajó su rendimiento. “El Gringo” optó por pagarle sólo a él y despedirlo inmediatamente, puesto que para el técnico nortesantandereano, no sirve de nada un jugador talentoso, cuando no siente amor por su camiseta.

Y si su labor como técnico no ha sido fácil, la de directivo no ha tenido tregua. Jaime Niño reconoce que sus jugadores no han tenido suerte, pues una vez finalizado el campeonato profesional, les toca rebuscar, de alguna manera, el soporte por otro lado distinto al equipo. El Técnico además cuenta que en su región no ha respaldado mucho la iniciativa del equipo Motilones.

En Cúcuta, capital de Norte de Santander, le han cobrado mucho por utilizar el coliseo Toto Hernández, al que le llega muy poco público, y cuando llegan son indiferentes ante las actuaciones del quinteto. En poblaciones como Chinácota y Los Patios ha tenido mejor suerte, los hinchas acuden masivamente y se pintan los colores del equipo en sus rostros e inventan cánticos para alentar, pero el cobro por los espacios sigue siendo alto y a duras penas alcanza para mantener la institución. A “El Gringo” le han llegado muy buenas ofertas para ceder el cupo de su equipo a otra ciudad, y aunque es mucho mejor hacerlo, el todavía cree en el talento de su región, aunque también sabe que necesita un cambio para poder continuar.

Estás historias son sólo pequeños ejemplos de las facilidades y dificultades que puedan tener los salonistas en nuestro país. La Federación es consciente de esto y por eso quiere, antes que nada, poder estabilizar por completo los calendarios de la federación colombiana, que sean calendarios igualmente reconocidos, desde el punto de vista de medios, de patrocinadores, y de todo el estamento que rodea al deporte. En segunda instancia debe lograr conseguir en algún momento profesionalizar por completo el fútbol de salón, y además lograr que los equipos se conviertan en proyectos de región sólidos, que económicamente no pasen dificultades, y que los deportistas tengan en el fútbol de salón un sustento diario, una forma de vida.

El fútbol de salón para algunos no pasó de ser una idea ilógica que trajo un personaje al que apodaban “El Loco”, pero su verdadera esencia trascendió más rápido de lo que se pudo pensar, las personas encontraron en este deporte la mejor manera de relacionarse, de entablar amistad y unir los pueblos de forma pacífica. El microfútbol terminó siendo una de las culturas más sanas existentes, puesto que busca alejar de los vicios a los jóvenes que lo practican y forman verdaderas personas para el mañana.

Los intereses que se pudieron o se pueden tener para eliminar el fútbol de salón, hace difícil que las entidades deportivas importante del país, apuesten por esta cultura popular. Pero el reconocimiento general del país, del hincha de barrio, de aquel pueblo que tenga instalado en cada rincón, en cada comuna una cancha de

microfútbol, hace que esta disciplina siga formando parte de la idiosincrasia nacional.

Aporte al Fútbol de Salón colombiano

Como aporte de este proyecto al deporte colombiano, al fútbol de salón, a la disciplina de conjunto más exitosa del país a nivel internacional, habrá una propuesta de página, avalada por la Federación Colombiana de Fútbol de Salón y por la División Nacional de Fútbol de Salón, que tendrá noticias e información complementaria que fortalecerá la cultura deportiva.

La iniciativa de una página web para el microfútbol, se produce a partir de la carencia de la misma en la Federación Colombiana de Fútbol de Salón, un deporte tan importante para el país no puede estar sin un medio de comunicación interactivo, que no solo permite informar sino mostrar una postura y además relacionarse con el público, con los hinchas que pretenden conocer más de su cultura.

Los Blogs sobre el microfútbol toman fuerza, pero al no ser oficiales no son muy valorados y esta propuesta de página web estará a disposición para que se tome su imagen o información, por parte de la entidad competente, sin ánimo de lucro y con el fin de aportar al crecimiento de la disciplina que busca profesionalizar a sus deportistas.

La propuesta de página además contará con la historia inédita contada en este capítulo, con algunos reportajes y noticias realizadas entre el año 2011 y 2012, con multimedia (fotos, videos, audios), enlaces de los patrocinadores del fútbol de salón, uno de los productos de este proyecto publicado, información de interés, entre otras cosas.

<http://fecolfutsal.com/>

Al entrar al portal se encontrará el logo de la Federación Colombiana de Fútbol de Salón (FEDECOLFUTSALON) en la parte superior izquierda, y en la parte superior derecha los logos de los patrocinadores de la Copa Postobón (Vento, Claro, Copa Postobón, División Nacional de Fútbol de Salón, Comisión de Juzgamiento División Nacional de Fútbol de Salón). En seguida, arrastrando la página hacia abajo se podrá ver unos vínculos sobre “Nuestra Identidad” y debajo de esto otros 5 vínculos: Home, Quiénes Somos, Actualidad Deportiva, Multimedia y Contáctenos.

1 - Quiénes Somos → Pretende mostrar el perfil de la Federación Colombiana de Fútbol de Salón, sus logros y metas a corto y largo plazo. Dentro de este vínculo se podrá encontrar:

1.1 Historia → La historia de la invención del fútbol de salón no es clara y circula por muchos blogs en internet. Aquí encontraremos una versión mejorada, con la inclusión de la llegada a Colombia, contada por el propio precursor del deporte, Jaime Arroyave Rendón.

1.2 Federación → La historia de la creación de la Federación Colombiana de Fútbol de Salón, sus funciones y objetivos

1.3 Directivos → Breve perfil de los personajes más importantes e influyentes, que integran Federación Colombiana de Fútbol de Salón.

2 – Actividad Deportiva → Novedades y curiosidades del fútbol de salón, los géneros periodísticos alrededor del deporte. Dentro de este vínculo se podrá encontrar:

2.1 Noticias → Actualidad del fútbol de salón, información actual, sobre todo de la Copa Postobón

2.2 Crónicas → Historias llamativas en el mundo del fútbol de salón, contadas en este género periodístico

2.3 Reportajes → Sucesos o noticias del fútbol de salón.

3 – Multimedia → Noticias, información de interés, variedades, de forma audiovisual. Dentro de este vínculo se podrá encontrar:

3.1 Video → Jugadas destacadas, entrevistas

3.2 Fotos → Partidos del torneo Postobón, personajes y microfútbol de barrio.

3.3 Audios → Entrevistas importantes, crónicas

4 - Contáctenos → La Federación Colombiana de Fútbol de Salón en los diferentes medios de comunicación: teléfono, dirección, e-mail, twitter, facebook, entre otros.

Inmediatamente después de los vínculos de inicio, se encontrará un slideshow, que mostrará lo más relevantes en imágenes y conectará al hacer clic con la noticia, reportaje, video, audio, o archivo presentado.

Posteriormente aparecerán las noticias actuales del fútbol de salón y finalmente tres vínculos: Posiciones, Vídeos recientes, Copa Postobón.

1. – Posiciones: Tabla con la actualidad de la Copa Postobón de futbol de salón
2. Vídeos Recientes: Aquí estará el producto audiovisual presentado en el proyecto de grado. El reportaje lleva el nombre de “Microfútbol: Parte de nuestra identidad nacional”
3. Copa Postobón: Este vinculo al hacer clic sobre el, conectará directamente con la página oficial de la Copa Postobón masculina y femenina.

La Federación Colombiana de Futbol de Salón está al tanto de este portal web y están dispuestos a aceptarlo cómo una propuesta para la que puede ser su página web en el año 2013, en dónde tendrán eventos importantes como el campeonato del mundo femenino en Barrancabermeja, Santander y además su tradicional Copa Postobón masculina y femenina.

Es de mucha importancia un medio de comunicación como este, para mantener los seguidores del deporte, para mostrar evolución en la disciplina, para interactuar con el público y para facilitar la información del torneo profesional en Colombia.

Conclusiones y Recomendaciones

La hipótesis que se quiso comprobar dentro de este proyecto es que una cultura barrial y popular como lo es el microfútbol en Colombia, hace parte de nuestra identidad nacional. Porque está instalada en todos los rincones del país (no es necesario tener una cancha con las medidas exactas para su práctica), porque este deporte da una imagen de nosotros mismos y definitivamente es lo que nos caracteriza, porque las copas mundiales y el apoyo masivo del público en los campeonatos realizados lo comprueban.

La llegada del fútbol de salón a nuestro país es una historia memorable, la lucha emprendida por los salonistas para que su deporte, querido y popularizado en las clases bajas, en lo más profundo del pueblo, fuera tenido en cuenta y no fuera excluido por intereses fuera de lo deportivo.

El patrimonio es la razón de lucha de un pueblo, lo que se vuelve tradicional y se convierte en un hacer cotidiano, en una costumbre, en una pasión que no se puede ocultar. Aunque se encuentra más fácil en las clases populares que en las elites, su expresión máxima no tiene distinción, su manifestación y celebración une a la nación.

La lucha todavía se sigue emprendiendo, es difícil pensar que el deporte de conjunto con los mejores resultados a nivel internacional, no sea reconocido por su país, y tenga intereses en contra para forzarlo a desaparecer. Por eso la disputa porque se le reconozcan sus derechos y por la tranquilidad del deporte profesionalizando a sus deportistas y permitir la evolución de la disciplina en el país.

Lo que generan las clases populares es lo más representativo de la historia en una nación, es el patrimonio pero tiene una alta probabilidad de ser olvidado o poco valorado, y es ahí en donde resulta importante la intervención de los medios de comunicación, quienes cumplen un papel fundamental a la hora de identificar ese patrimonio en una nación, y buscar la manera de reconocerlo y apoyarlo.

Este proyecto es importante para el periodismo, precisamente por lo que se señalaba anteriormente. Estamos hablando de una cultura que forma parte de nuestra identidad, y tiene encima una lucha constante con los con los estamentos que dirigen el deporte en Colombia, buscando que se les respete y se les reconozca la jurisdicción de este deporte en el país. Se tiene el reconocimiento del hincha, del pueblo que es consciente de su patrimonio y hace lo posible por defenderlo, pero no el reconocimiento de las entidades máximas del deporte, que sabiendo que tienen una disciplina potencia, no buscan la manera de integrarla en los deportes olímpicos, o al menos buscar su profesionalización y su digna práctica en el país.

El periodismo busca exhaustivamente la verdad de manera objetiva, para contribuir al bienestar de un pueblo. El periodista mediante su labor de investigador, reportero, comunicador de noticias, se convierte en un agente de la

opinión pública, de la información y el conocimiento, que busca determinar el adecuado rumbo de la sociedad.

La recomendación a la Federación Colombiana de Fútbol de Salón, es que se busque la manera de garantizar el trabajo para los deportistas del fútbol de salón, no es fácil por la disputa que emprenden, pero no deben olvidar que es lo más importante, los medios de comunicación cumplen aquí un papel importante, porque deben ser un juez para supervisar esta tarea, pero también debe reconocer la importancia de la evolución de un deporte tan nuestro.

La FECOLFUTSALON además deberá consolidar por completo los calendarios que del torneo profesional, tapar los huecos que tiene, para buscar la garantía de un salario para los deportistas. Se debe seguir luchando para que los calendarios sean reconocidos por los medios, los patrocinadores y, sobre todo, de las entidades máximas del deporte en Colombia. También es muy importante poder conseguir la profesionalización de la disciplina, que los equipos sean apoyados en sus regiones y que económicamente no pasen dificultades. Finalmente que el fútbol de salón pueda convertirse en una forma de vida, sobre todo para aquellos que han practicado toda su vida en los barrios populares.

Finalmente la recomendación para la comunidad y los medios de comunicación, es apoyar el deporte en general. Se ha demostrado que hay mucho potencial en nuestro país en las competencias deportivas, y son estas las que alejan a las personas de la violencia y nos traen alegrías. Que sepamos reconocer la disciplina que forma parte de nuestra cultura, de nuestra identidad y la sepamos defender ante las injusticias. Son estas luchas históricas, las que generan amor de patria, las que muestran ideales y unen al país.

Bibliografía:

- Barbero Jesús Martín, 'De los medios a las mediaciones', México, Grijalbo, 1987. MASTERM
- Canetti Elías, 'MASA Y PODER', Traducción del alemán de Horst Vogel
Título original: MASSE UND MACHT Muchnik Editores Barcelona España
1981
- Freud Sigmund, 'Psicología de masas'
- García Canclini, Néstor (1989). 'Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad.' México: Grijalbo.
- Morín Edgar, 'L'esprit du temps, Grasset', París, 1962-1976
- Morín Edgar, 'Introducción a una política del hombre'. (Gedisa, Barcelona, 2002)
- Zambrano William, 'Tras las Barras' Trabajo de Grado
- Verdu, Vicente, 'El fútbol un fenómeno de masas'