

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

Escuela de Ciencias Humanas



Efecto de la Exportación de Futbolistas Colombianos

Investigación periodística - Reportaje

Nicolás Julián Berrío González

Programa de Periodismo y Opinión Pública

Directora: Susana Cristina Pataco Zêzere Barradas

Marzo, 2020

ÍNDICE

I.	Información del reportaje.....	3
II.	Introducción.....	4
III.	Objetivos.....	6
IV.	Metodología.....	7
V.	Efecto de la exportación de futbolistas en la liga colombiana.....	8
	5.1. Las estadísticas de los futbolistas alrededor del mundo.....	9
	5.2 ¿Qué hay detrás de estos números?.....	13
	5.3 La postura de los equipos colombianos. ¿Vender o no vender?.....	19
	5.4 El salario de los futbolistas colombianos.....	23
	5.5 Lo que pasa por la cabeza de un futbolista colombiano.....	24
	5.7 Jugar fútbol en Colombia, partidos mano a mano frente a las faltas de garantías.....	29
	5.7 Las necesidades del fútbol profesional colombiano.....	35
	5.8 Los recorridos de los clubes para llegar a las canchas del país: cantidad vs calidad”.....	38
	5.9 La incidencia de los medios de comunicación deportivos.....	43
	5.10 Los primeros pasos para mejorar el fútbol colombiano.....	46
VI.	Referencias.....	50

I. Información del reportaje

Resumen

Este reportaje periodístico profundiza en los factores que interfieren en el nivel competitivo de la liga colombiana. Dentro del recorrido, rastrear los factores de la exportación de los futbolistas colombianos al exterior, fue el camino base para desenvolver los otros factores que implican el nivel competitivo del balompié en Colombia, aplaudido por unos y criticado por otros.

Palabras clave: exportación, futbolistas, liga colombiana, competitividad, fútbol, fútbol internacional, transferencia.

This journalistic report deepens the factors that interfere with the competitive level of the Colombian league. Within the route, tracking the export factors of Colombian soccer players abroad, was the base way to develop the other factors that imply the competitive level of football in Colombia, by some recognized and criticized by others.

Keywords: export, soccer players, colombian league, competitiveness, soccer, international soccer, transferring.

Agradecimientos

A mis padres y a mis hermanos por ser mi apoyo incondicional.

A Susana Barradas y Daniel Barredo por su acompañamiento.

II. Introducción

El fútbol como fenómeno ha causado un impacto que se ha involucrado en las dinámicas sociales, genera construcciones de identidad y tiene un diálogo con la sensibilidad humana (Colomer, 2013). De tal manera que concebir, este deporte, como un agente ajeno dentro de los análisis sociales sería desconocer la repercusión que ha dejado este deporte en la historicidad humana (Álvarez-Osorio, 2014) En un mundo globalizado, se percibe inconcebible no relacionar todas las esferas de la sociedad con la ‘anticultura’ de masas, y el fútbol como parte de lo social, tampoco es ajena a esta relación. Hay elementos que se han normalizado dentro de la cultura de masas para transformar como consumo todo lo que rodea al ser humano (Eco, 1984). Por tal razón, puede considerarse que el fútbol aparte de verse como un entretenimiento que genera emociones, también se integra a los mecanismos propios del mercado. El fútbol ha estado entre las vertientes de verse como un juego de pasión y una oportunidad más de generar negocios; dado que el balompié en la época moderna ha trascendido las virtudes meramente deportivas, del espectáculo, y de la diversión; para pasar a condicionar, dichas cualidades a vísperas de los aspectos económicos y del mercado (García del Barrio & Pujol, 2007). Los mecanismos de producción han generado un antes y un después donde se pone al margen los espacios lúdicos en una balanza contra los mercados y los intereses del mercado como unidad (Bauman, 2013).

Producto de la expansión del balón a todas partes del mundo, los equipos, se crearon con el fin de integrarse a la disciplina como una alternativa de un ejercicio profesional, dicha disciplina, se ha globalizado entrando al sistema económico y cultural (Moreira, 2013). Cada futbolista se ha visto inmerso en las actividades comerciales de fútbol como un mercado de transferencia. Un instrumento de formación, importación y exportación.

Dentro del nivel de competencia de un equipo de fútbol, se ha involucrado mecanismos que alteran la calidad deportiva de los clubes. El mercado y formación de futbolistas son elementos que alteran los procesos formativos dentro de las pretensiones de éxito de un club de fútbol (Soares, 2011).

Las dinámicas globalizadas motivan conductas en el mercado de transferencias del balompié mundial. Lo que puede poner en análisis la reevaluación las virtudes del fútbol y a su vez, da hincapié a evaluar si la exportación de futbolistas es una causal del nivel competitivo de una

liga nacional de fútbol (Leoncini, 2001). La demanda de compra se atribuye, entre otras cosas, al rango de confiabilidad del producto (Salvatore, 1992), y, de acuerdo a la demanda, se presenta la hipótesis de que si el futbolista tiene condiciones y es competitivo, su valor del mercado se elevaría y tendría condiciones para generar ganancias económicas. La presente investigación se orienta a dar cuenta de la calidad y del nivel de competencia del fútbol en Colombia sin desconocer el factor de las dinámicas económicas dentro de los mercados de traspaso. Asimismo, no desconociendo las pretensiones de los clubes de fútbol de Colombia como institución deportiva empresarial. En sumatoria, estos factores pueden influir las decisiones de los clubes de comprar, retener y vender jugadores en aras de cumplir unos objetivos como institución.

Las transferencias de jugadores en el balompié mundial se mueven cada temporada. En efecto, la importación y exportación de fútbol genera un efecto en las condiciones económicas y deportivas de las ligas de fútbol, por tanto, la exportación de jugadores ha sido un efecto latente en todas las competiciones oficiales. Existen fenómenos como en la liga brasilera que más exporta futbolistas y mantiene una hegemonía de títulos continentales como la liga mexicana¹ que no promueve muchos futbolistas en el exterior y sin embargo mantiene una supremacía en torneos continentales en su confederación de fútbol. Particularmente se nota que la exportación de jugadores es un fenómeno que no es ajena al análisis del impacto que radica en el fútbol profesional, pero particularmente ¿Qué influencias tiene la exportación de los futbolistas colombianos al exterior? Detrás de esta interrogante existen connotaciones para comprender las dinámicas de la organización del fútbol colombiano y los movimientos de clubes de fútbol entre el diálogo del éxito, el mercado y la competitividad. Por ello, surge la siguiente pregunta de investigación:

¿En qué medida afecta la exportación de jugadores al nivel deportivo del fútbol profesional colombiano?

¹ Estadísticas analizadas del reportaje número 35 de Cies Football Observatory y profundizadas en el capítulo “Las estadísticas de los futbolistas alrededor del mundo”.

III. Objetivos

Objetivo General

- Explicar los aspectos que inciden en las dinámicas del mercado de transferencias de los futbolistas de la liga colombiana al exterior.

Objetivos Específicos

- Identificar las causas que ocasiona la exportación de futbolistas colombianos a otras ligas.
- Proponer alternativas para mejorar el nivel competitivo de la liga futbolística colombiana a partir de los relatos de los directivos, los futbolistas profesionales y periodistas.

IV. Metodología

Con el ánimo de comprender los fenómenos que inciden en el nivel competitivo de la liga de Colombia, el diseño del proyecto de investigación tuvo un carácter exploratorio, y, de esta manera, identificó los efectos en la calidad del fútbol nacional determinando los efectos que conlleva la exportación de los futbolistas al balompié internacional.

El producto de la investigación empleó un reportaje escrito, un modelo característico del periodismo que se ajusta a las necesidades de esta investigación. Pues bien, el reportaje atribuye una investigación a profundización, con una narrativa que da movimiento a las historias y los sucesos de interés social; además, el reportaje se refuerza a través de distintos recursos como los testimonios, las estadísticas y las diferentes percepciones bajo los discursos de todo tipo de agentes que generan un diálogo, pero también una discusión entre sí (Villalta, 2006). Y son estos recursos, justamente, los que enriquecen el cuerpo de un reportaje para cubrir todos los puntos de vista ante una problemática.

Dentro del universo del estudio, se tomó como muestra futbolistas de la Primera División de Colombia y jugadores colombianos que militan en el exterior, representantes de la división mayor del fútbol colombiano (Dimayor) y periodistas deportivos. Serán agentes pertinentes al tema de investigación, quienes darán una voz generalizada de lo que ocurre en el fútbol colombiano. Respecto al muestreo, se empleó un método no probabilístico, por juicio, por tanto, quienes formaron parte de la muestra no fueron elegidos al azar. La selección se llevó a cabo bajo un criterio de fuentes pertinentes que satisficieron la necesidad de otorgar una voz que identificara a todo el marco de los futbolistas, de modo que se logró, ilustrar y explicar las normativas de los clubes y la organización de fútbol por parte de los representantes de dichas instituciones y de periodistas que dieron cuenta de la situación social y deportiva de la liga colombiana y a su vez de una sensibilidad propia a aspirar proyecciones que encaminen al fútbol colombiano hacia un torneo de calidad.

Este estudio no pretendía dar una continuidad de lo que ha ocurrido en el fútbol colombiano desde cierto punto de la historia del balompié colombiano hasta la actualidad para determinar las influencias del nivel del balompié local. Más bien, proyectaba identificar y situar las

circunstancias actuales, y a partir de ellas, explicar sus efectos en el marco del nivel competitivo, a saber, cómo esto incide en las aspiraciones profesionales de los futbolistas y cómo las normativas regidas por la (Dimayor) y los respectivos clubes de Colombia termina incidiendo en el nivel de competitividad en el país.

EFFECTO DE LA EXPORTACIÓN DE FUTBOLISTAS EN LA LIGA COLOMBIANA

A lo largo de los años, Colombia se ha caracterizado por ser un país favorecido en cuanto a recursos naturales, lo que le ha atribuido el reconocimiento de ser uno de los grandes exportadores de flores, cafés, y alimentos gracias a la riqueza con la que la naturaleza ha dotado a un país favorablemente ubicado.

No solamente ha sido el café ni las flores, para aquellas fechas más especiales, que el resto del mundo se han visto interesados en los productos más representativos de Colombia. Desde el retorno de Colombia a los Mundiales de fútbol, el talento humano de jugar al balón con los pies, ha ubicado al país en el mapa del balompié internacional, lo que lo ha posicionado como uno de los países con mayor crecimiento en cuanto a la venta de jugadores al exterior, y así, convertirse en un país que distribuye, alrededor del mundo, diferentes talentos, desde las ligas más reconocidas del mundo hasta a los equipos más recónditos donde pareciera imposible imaginar aventurarse por jugar al fútbol.

Y así, como el café colombiano se ha visto como uno de los mejores exportadores de café del mundo, aquel que con su consistencia y aroma evoca los mejores recuerdos de la vida. El fútbol colombiano también ha rememorado los mejores pasajes del país, incluso lo acompañó en sus épocas más violentas; junto con el café, muchos no sabrían qué hacer sin un café en la mañana o sin ver a su equipo un domingo, luego de una tensa semana, sin las distracciones más apaciguadoras en medio de las épocas más críticas de Colombia.

Pensar que del país se va el café y el talento de nuestros futbolistas, al resto del mundo, parecería una renuncia a dos de las más leales compañías que ha tenido el país en sus tiempos inmemorables. Pero en realidad va mucho más que eso, al menos, en el fútbol, que emana emociones y ha incorporado la economía dentro de su organización. Si se va el mejor café de

Colombia, ¿qué consumen los colombianos? bajo ese mismo orden podría pensarse nuestro fútbol colombiano. ¿Qué fútbol hay en Colombia si se van los mejores talentos?

Es importante conocer las causas y los efectos que esto genera en nuestro fútbol porque puede repercutir en el nivel de competitividad del balompié colombiano. **¿Cuáles son los caminos que debería tomar el deporte más seguido en Colombia para ser mejor como espectáculo?**

Para esto, hemos hablado con diferentes personalidades que dieron su reflexión sobre la repatriación de nuestros jugadores a las ligas del mundo. Periodistas expertos como Orlando Asensio, editor de deportes de El Tiempo; Alejandro Domínguez, director de ESPN en Colombia y Ramiro Dueñas, periodista y locutor de Win Sports. También, tiene algo que decir uno de los directivos de la Dimayor; entidad encargada en la organización y regulación de los torneos domésticos del fútbol colombiano: Vladimir Cantor, desde la gerencia, explica cómo el organismo deportivo asimila este fenómeno y qué hace para mantener el atractivo y el espectáculo del balompié en Colombia.

Finalmente, es el futbolista quien tiene la última palabra, por eso, vale la pena saber qué pasa por su cabeza a la hora de considerar probar suerte en otras ligas del mundo. Jugadores como Carmelo Valencia del Junior de Barranquilla, Felipe Román de Millonarios y Julián Guevara del Deportivo Pasto, nos cuentan cómo han asimilado, en su momento, la posibilidad de jugar en el exterior. Cuáles son sus prioridades y expectativas reales

Este reportaje va encaminado a proponer alternativas para mejorar la calidad de nuestro fútbol profesional colombiano. La exportación, como fenómeno, es solo un instrumento para desenvolver otros factores que influyen en el nivel de competitividad de la liga colombiana.

Las estadísticas de los futbolistas alrededor del mundo

La llegada de la industrialización a Colombia no desperdició la oportunidad de contemplar el entretenimiento, que hacía distraer al país en sus momentos más críticos, como una oportunidad económica. El fútbol no pudo blindarse de la expansión de las dinámicas de la globalización y ahora, se encuentra en la vertiente entre un juego de pasión y una oportunidad más de generar negocios.

Los equipos no solo han tenido una influencia cultural, sino que también se han integrado en el ejercicio profesional desde el sistema económico. Aparte de los patrocinadores, venta de ingresos y derechos televisivos, la transferencia de futbolistas también se ha visto como una alternativa de ingresos significativa. Así, cada jugador se ve involucrado en las actividades comerciales del fútbol al ser traspasados de un club de fútbol a otro, producto de los movimientos económicos del mercado de fichajes, altera los proyectos deportivos de los clubes, incluso hasta el punto de fijar objetivos deportivos con base a la venta de futbolistas como un índice de éxito.

Para el torneo finalización 2019, es decir, el segundo torneo del año, se confirmó la salida de Camilo Vargas del Deportivo Cali al Atlas de México y el traspaso del defensor juvenil, Carlos Cuesta al Genk de Bélgica, ex Atlético Nacional. Así, el guardameta de la Selección Colombia, Vargas y el defensa central, Cuesta, forman parte de los 382 futbolistas colombianos que decidieron jugar al fútbol fuera de tierras colombianas en la actualidad del 2019.

El Observatorio de Fútbol y Estadística, CIES, por sus siglas en inglés, en su último reporte global publicado el primero de julio del 2019, concluyó que Colombia es el octavo país con más futbolistas en el exterior. La pasada publicación de CIES, reportó que, en mayo de 2018, militaban 331 futbolistas fuera del país, y ahora, en el reporte de julio, registró 382. Es decir, que, entre mayo de 2018 a julio de 2019, Colombia exportó 51 futbolistas, lo que ubica al país en el cuarto país con mayor crecimiento de exportación en la actualidad con un incremento de repatriación de futbolistas del 15,4%. Estos números hablan de un incremento acelerado de los futbolistas que deciden seguir con su carrera profesional en el exterior, en lugar de quedarse en la liga colombiana, y desde luego, esto tendrá algún efecto en la competición nacional.



(Datos según el reporte 45 de Cies Football Observatory/Elaboración propia)

Siguiendo con las estadísticas de futbolistas en el exterior, Brasil es el país que más futbolistas aporta al resto de asociaciones avaladas por la FIFA con un total de 1.330. A nivel continental, América del Sur es la región donde más futbolistas emigran de un continente a otro, según Cies Football. Si se analizan las 20 principales rutas de traspaso entre un país de un continente a

otro, 17 de ellos implican la exportación de equipos latinoamericanos a clubes de otros continentes. Entre estos, se destaca la ruta de Colombia hacia México (47) y Panamá (35). Ahora bien, doce de las 17 rutas de los sudamericanos tienen como destino a Europa. Estos números hablan de papel de exportador de la región sur de América.

En el año 1997 apareció en 'The Observer' una columna del periodista y sociólogo inglés Martin Jaques donde diagnosticaba lo que se iba a venir: el fútbol, el nuevo mercado, se está ajustando a la industrialización, y así como con los recursos naturales, Europa será consumidor e importador del talento humano exterior. Y si de talento humano se refiere, en el top 5 de los países con mayor índice de crecimiento de exportación de futbolistas al exterior, tres de ellos, son países sudamericanos: Brasil (+64) España (+61) Argentina (+57) Colombia (+51) Alemania (+44). Y es precisamente Europa, el principal destino de los futbolistas en el mundo. Los cinco principales destinos del mundo, según Cies Football, son Inglaterra (728) Italia (636) Estados Unidos (575) España (516) y Portugal (508).

Este fenómeno puede tener una respuesta desde los mecanismos de industrialización. En el fútbol, visto como uno de los tantos mercados globales que existen en Latinoamérica y el mundo. Las transferencias de futbolistas de Sudamérica al resto del mundo son otro reflejo del rol del continente como una región de exportación.

Si se tuviera en cuenta únicamente la publicación de La Federación de Historia y Estadística de Fútbol, (IFFHS por sus siglas en inglés) la institución que documenta las estadísticas y los récords del fútbol a nivel mundial, pareciera que este fenómeno de la exportación de futbolistas en Colombia podría ser positivo, o al menos, no afectaría en ninguna medida el nivel competitivo del fútbol colombiano. Dado que el último ranking donde la IFFHS evalúa cuáles fueron las ligas más fuertes en el año 2019, la liga colombiana se ubicó en quinto lugar, por encima de competiciones como la Ligue 1 francesa, la Bundesliga alemana y la Superliga argentina.

Para el fútbol colombiano se ha vuelto costumbre ver cómo los clubes traspasan los futbolistas que han dado un aporte de espectáculo en la liga nacional. Sería coherente pensar, en primera medida, que, si se quisiera tener una liga más competitiva, atractiva y de resultados traducidos en éxitos, títulos y espectáculo, deberían estar los mejores futbolistas en Colombia, en lugar de

estar fuera del país. Pero el dinero puesto sobre la mesa para los traspasos de los futbolistas colombianos al exterior, ha provocado que la lógica de “tener lo mejor te hace el mejor”, se haya dejado de aplicar en todos los casos.

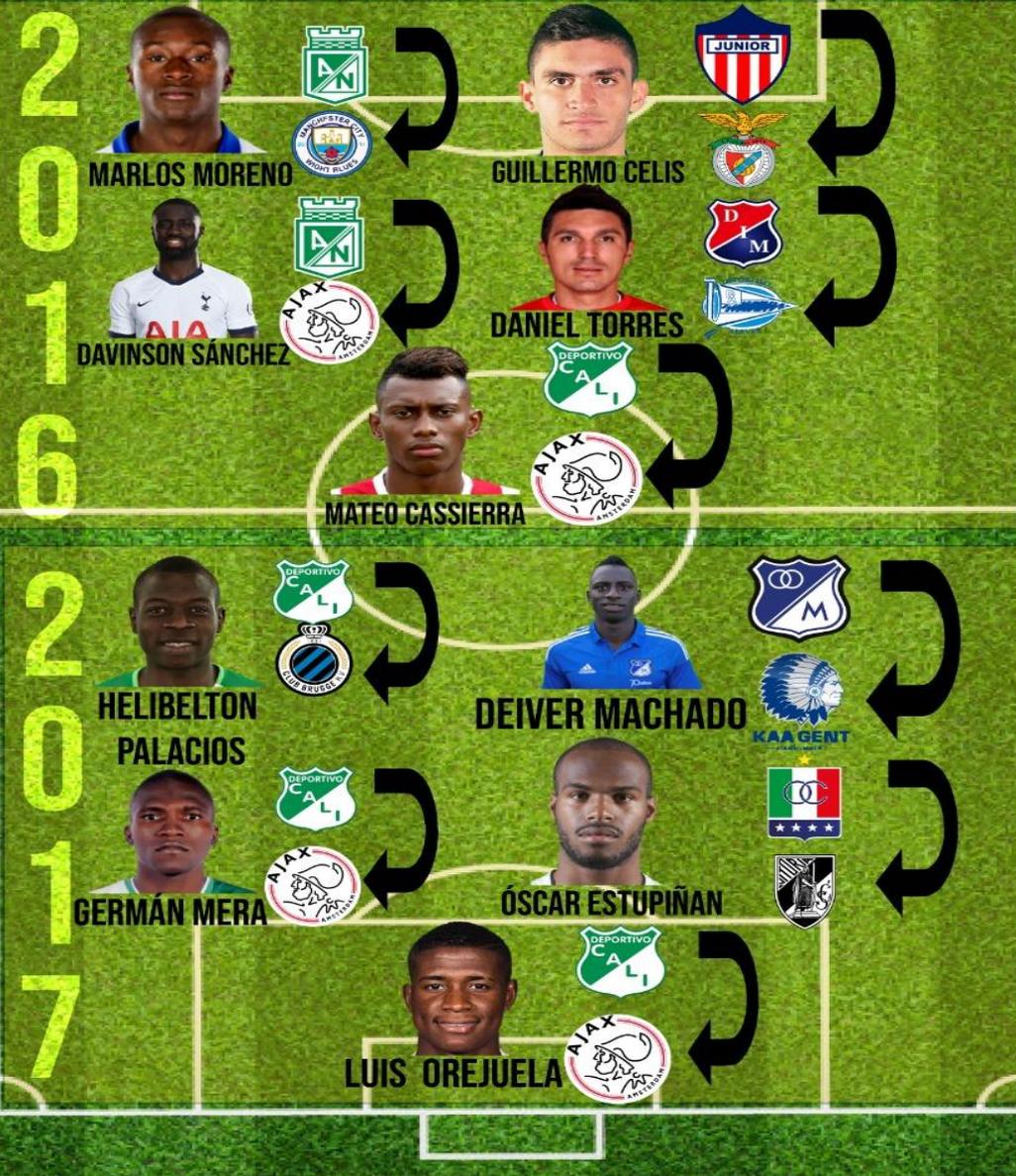
¿Qué hay detrás de estos números?

Para Pablo García, ex jefe de prensa de Independiente Santa Fe, el mercado colombiano es una liga de exportación emergente que no representa inyecciones económicas realmente significativas para los equipos. “El problema es que el fútbol se ha convertido en un negocio y para el empresario lo más conveniente es vender y muchas veces eso interrumpe los procesos de los futbolistas juveniles como los proyectos deportivos de los equipos en Colombia”. Por tanto, para García es inconcebible tener una liga competitiva cuando las jóvenes promesas y los futbolistas que han resaltado en su desempeño emigran inmediatamente después de haber sobresalido en un semestre o un año de competición destacable.

Según el periodista deportivo, los parámetros que utiliza la IFFHS para ubicar la liga colombiana como la quinta mejor del mundo, no representa la realidad del nivel de competitividad. “No hay una experiencia agradable, el problema del fútbol colombiano es que los jugadores se van muy jóvenes, eso hace que la calidad sea muy mediocre porque no hay jugadores que se queden acá”.

Vale la pena recordar que el escalafón de la IFFHS basa la puntuación de las ligas del mundo de acuerdo al rendimiento de los equipos en los torneos nacionales, internacionales; en este caso, lo que alteraría la puntuación de la liga colombiano sería el desempeño de los equipos en las dos ligas anuales, la Copa Colombia, Superliga colombiana, Copa Libertadores, Copa Sudamericana, Recopa Sudamericana y Mundial de Clubes.

PRINCIPALES FUTBOLISTAS QUE HAN EMIGRADO DEL PAÍS POR AÑOS







(Datos según el reporte 45 de Cies Football Observatory/Elaboración propia)

En el otro frente, Vladimir Cantor, gerente deportivo de la Dimayor, entidad encargada del fútbol profesional colombiano, asegura que esta institución está a favor de que los jugadores tengan mayor solicitud en el fútbol internacional y que, por tanto, esto lo ven como un mensaje positivo dentro de sus oficios como la entidad que organiza los torneos en Colombia. Cantor dice que “si hay un pedido de jugadores en el mercado global es porque nuestra liga es competitiva, de lo contrario, no estarían interesados en nosotros”. Uno de los argumentos del gerente deportivo es que a pesar de que el índice de salidas de futbolistas del país ha venido aumentando año tras año, la liga colombiana se ha mantenido en el top 10 de las mejores ligas del mundo según La Federación de Historia y Estadística de Fútbol.

Las normativas de la Dimayor para los clubes colombianos no contemplan ningún tipo de restricción o límite en cuanto a la venta de futbolistas. A este respecto, Vladimir Cantor comenta: “si uno de nuestros equipos quiere vender siete o diez jugadores de su plantilla profesional en un semestre y volver a rearmar su equipo para segundo semestre, ellos son libres”. Además, el gerente deportivo menciona que, también como amante del fútbol, no ve con tanta gravedad la emigración de futbolistas porque considera que hace parte de la formación del deportista donde debe ser capaz de competir en cualquier ámbito.

Para algunos, la venta de futbolistas puede ir en contra de las aspiraciones de los clubes. Según Ramiro Dueñas, periodista y locutor del fútbol colombiano para Win Sports, los clubes se enfrentan a estas condiciones por dos factores. En primer lugar, por el papel que ha desempeñado la Selección Colombia desde su clasificación al Mundial de Brasil 2014, lo cual abrió los ojos del mundo a un mercado emergente, y segundo, al internet: “la inmediatez ha provocado que ya te pueden enviar vídeos de un chico haciendo gambetas y los clubes se fijan en él”.

Ahora, con los llamados scoutings, Ahora, es decir, los exploradores de talentos, si se quisiera buscar una traducción al español, los equipos europeos mandan representantes en diferentes partes del mundo para negociar las plataformas de televisión de las ligas como las sudamericanas, y así, los clubes tienen en archivo los partidos de fútbol para estudiar jugadores que les interesen, así como conceptos tácticos y metodologías de entrenamiento. Estos procesos han hecho que la inmediatez sea un recurso que los equipos aprovechan para agilizar los

movimientos de futbolistas sin necesidad de invertir en un reclutamiento y acompañamiento con los prospectos jugadores promesas que puedan durar años.

Los proyectos deportivos de los clubes colombianos no se pueden desentender del fenómeno de la salida de futbolistas. Frente al reto al que se enfrentan los clubes colombianos entre sostener una nómina competitiva para el espectáculo del fútbol, y vender los jugadores, parecería algo incoherente y que, además, estuviera en contra del fin principal del espectáculo: dar lo mejor con lo mejor que tengas. Pero detrás de los clubes existe una estructura económica que debe sostener a la institución. Es por eso que algunos, como Ramiro Dueñas clubes han generado un diálogo que para algunos puede ser antideportivo, porque se sale de la mera competencia para dedicarse a un negocio sistemático, como puede ser el hecho de tener un club con el fin principal de exponer jugadores para venderlos y así sostener la institución. Para Dueñas, “es muy romántico pensar que en Colombia un futbolista que resalte más de seis meses o un año prolongue su estancia en el país”.

Pero mientras están en las canchas colombianas, Ramiro Dueñas se ha dedicado a cantar los goles de la liga colombiana desde hace más de 15 años, y sabe que su oficio debe estar acompañado del espectáculo en la cancha, que su narración debe ser el complemento para el televidente. Aunque para él, muchas veces el espectáculo no viene acompañado de la puesta en escena con los estadios llenos o un fútbol atractivo y competitivo. El show se vive mejor afuera porque para Ramiro “cualquier buen intérprete querrá juntarse con los mejores compositores”.

***“El fútbol es como las orquestas, si usted
tiene a los mejores músicos en cada
instrumento, muy probablemente le va a
sonar bien”. - Pablo García***

La postura de los equipos colombianos. ¿Vender o no vender?

Pablo García, desde su paso por la jefatura de prensa de Independiente Santa Fe, fue enfático al asegurar que el fútbol como entretenimiento, ve oportunidades de negocio. Según este experto, las políticas que deben tener los equipos en Colombia ante la inevitable demanda de futbolistas colombianos han de pasar por un respeto por los debidos procesos formativos de los jugadores, por tanto, desde la política directiva de Santa Fe, en ese sentido, se ha visualizado un proyecto de transición.

El periodista explicó que el club capitalino se proyectó en ‘volver a sus raíces’ lo que significa que esperan volver a la formación de la cantera como Alfonso Cañón, Wilmer Cabrera, Eduardo Niño, Ernesto Díaz y Freddy Rincón. Así como se podría nombrar otros de la última década como Francisco Meza, Daniel Torres y Camilo Vargas. “En la cantera está el fútbol de Santa Fe, ahora pretenden hacer un proceso que desde las divisiones menores nutran el fútbol profesional. No necesitan exportar porque quieren que los futbolistas de nuestro patrimonio permanezcan en la institución para generar competitividad y la identidad de Santa Fe que le ha dado títulos”. A propósito de la identidad, estas políticas están pensadas para que los futbolistas adopten en el club de la capital un “sentido de pertenencia, que es un valor que no se consigue con ningún dinero en el mundo”, recalcó García.

Javier Durán es un escritor colombiano que, dentro de su documentación sobre la Historia del Deporte, también ha dedicado escritos enfocados en profundizar en la esencia del deporte, concluye que los principios del deporte han pasado a un segundo plano desde la llegada de la inserción política y económica. Durán destaca que los antecedentes de los valores olímpicos de la Grecia clásica deberían ser resaltados en el ejercicio del deporte ahora que se ha alineado como un ejercicio profesional y con proyecciones económicas.

En esto, Steven Mass en la edición 63 de la revista del Comité Olímpico Internacional (COI), en el año 2007, resaltó los tres principios fundamentales dentro del Olimpismo Moderno: La excelencia, la amistad y el respeto. A propósito de la excelencia, el comité no asemeja este principio a la perfección, como si todos los deportistas debieran alcanzar las cualidades deseables para la competencia, no exige que ninguno sea invencible; en cambio, el análisis de

Mass expone que la excelencia se puede conseguir sin siquiera haber alcanzado la victoria, porque es un valor que va más allá, es más importante los medios que el fin, la manera de medirse debe ser con un espíritu competitivo, dando su mejor esfuerzo, superando en primera medida los objetivos personales como crecimiento profesional.

Colombia y los otros 205 comités olímpicos nacionales, declaran en su participación, que comprenden y respaldan los principios de excelencia, amistad y respeto que el Comité Olímpico Internacional pretende divulgar a las delegaciones, de manera que también las repliquen en sus participaciones deportivas, bien sean asociadas a un ejercicio olímpico o no. El fútbol no es solo una disciplina que forma parte de las competiciones olímpicas, sino que, como deporte, cuenta con su propia institución para su organización (FIFA).

Diferentes valores han intentado reiterar su importancia dentro de la esencia del deporte desde que el fútbol, por ejemplo, se ha convertido en una influencia económica indiscutible. Los principios y objetivos de los clubes se van interpretando de acuerdo a la filosofía de quienes controlan las decisiones internas de la institución. Con la economía como sustentabilidad de los equipos y todo el personal que lo representa, el capital de un club puede utilizarse como un instrumento para mejorar sus instalaciones, formar jugadores, e incluso traspasar futbolistas. pero ¿qué pasa si yo decido vender los derechos deportivos de un jugador clave de mi equipo? Si la excelencia habla de dar 'lo mejor de mí', salir de un jugador influyente sería limitar, de entrada, alternativas que impiden estar en las mejores condiciones posibles para la competencia deportiva.

Diferente a los ideales de Independiente Santa Fe, hay otras instituciones deportivas que ven con buenos ojos centrar su proyecto deportivo a la formación y exportación de su plantel y de sus divisiones menores. Las políticas del Envigado consideran que la manera de nutrir el fútbol es formando futbolistas y venderlos. Para el club 'naranja', el hecho de que los jugadores tengan la posibilidad de salir del país, es una oportunidad para que el fútbol colombiano sea representado en todo el mundo. Envigado ha formado futbolistas del reconocimiento como Juan Fernando Quintero, James Rodríguez, Dorlan Pabón, Freddy Guarín y Mauricio Molina, entre muchos otros. Nombres como estos han consolidado al club antioqueño como un club de formación y exportación. En contraparte, se han enfrentado a las críticas de ser un equipo sin

aspiraciones de títulos, que puede apaciguar el nivel de competitividad local a costa de tener sus objetivos principales en la salida de sus jóvenes promesas.

La Cantera de Héroes, tal como aparece en la parte superior de su escudo, ha tenido una consolidación formativa y económica de su institución producto de la labor de la detección y proyección de sus futbolistas. A propósito de su nombre, nos explicó Ramiro Ruíz, presidente de la institución, que hablar de un equipo de Cantera de Héroes es querer decir que el club es yacimiento y fuente de producción continua de jóvenes con sueños en convertirse en futbolistas profesionales.

El club de Antioquia cuenta con 26 filiales alrededor de todo el país con un respectivo director de scouting que manda informes de retroalimentación de cada escuela sobre el avance formativo de los jóvenes en virtud de los jugadores que se van destacando. Además, la institución cuenta con vínculos con equipos de la liga antioqueña para reclutar aquellos jugadores sobresalientes del torneo departamental.

Todo este proceso de detección y formación alrededor de Envigado, dice Ramiro Ruiz, ha hecho que la institución sea atractiva para el futuro futbolista por ser la cantera del país en aras de alcanzar el profesionalismo. De hecho, esta ha sido la estrategia del club para generar ingresos económicos, donde la inversión radica en la dirección y formación de talentos en todos los rincones del país para luego ser transferidos.

Un equipo que tiene como esencia la formación y ser cantera, como Envigado, sabe que su filosofía ha sido cuestionada por parecer, dejar de lado la competitividad y el éxito deportivo. Lo que podría perjudicar el nivel de las competiciones colombianas. Sin embargo, Ramiro dice que sin equipos como Envigado no habría jugadores como James Rodríguez, actualmente en el Real Madrid, que se formaron en el club antioqueño y que hoy por hoy, representan al país como uno de los mercados emergentes más atractivos del mundo.

Sobre la competitividad, el presidente considera que este factor no se mide por resultados, sino por la evolución del jugador, lo que los hace tener un objetivo más enfocado al mercado priorizando la formación de jugadores. Respecto a los objetivos deportivos, Dueñas dice que cada campeonato colombiano hace trazar a Envigado F.C una meta de carácter cortoplacista,

debido al ritmo del formato que, dependiendo como se vaya desarrollando en el torneo, se irán reajustando las metas sobre la marcha.

Además, que ha sido precisamente, ese enfoque de formación de futbolistas como lo hace Envigado, lo que ha mantenido al equipo en primera división desde su ascenso en el año 2007. Esto debido al desempeño de los futbolistas que han debutado al ser considerados, por el club con base a sus procesos, aptos para afrontar el reto profesional, y por consecuencia, cumplir con las metas de corto plazo que se ha trazado Envigado semestre a semestre.

Si volvemos a traer el valor de la excelencia a colación, el espíritu competitivo del club podría ser fácilmente cuestionado por afrontar los torneos sobre la marcha y depender del rendimiento de la formación de sus jugadores para sobresalir en lo deportivo, sin ser el juego en la cancha su principal objetivo sino vender jugadores bajo el nombre de la Cantera de Héroe. Podría cuestionarse el papel de Envigado en la liga colombiana sobre el marco competitivo, por el contrario, el espíritu competitivo del equipo antioqueño se basa en la representación de sus talentos alrededor del mundo: “La excelencia es lo que le hemos dado al fútbol para su representación en el exterior: un James Rodríguez o un Juan Fernando Quintero. La excelencia es un futbolista con todos los principios éticos y con un talento potencializado para dar como resultado un profesional integral” - Ramiro Ruíz, presidente de Envigado F.C.

Según Orlando Asensio, subeditor de deportes en el periódico El Tiempo, este fenómeno de exportación no tiene reversa, y estos tipos de políticas de los clubes que integran la venta de futbolistas como un ingreso económico entienden que “todo futbolista desea jugar en el exterior y especialmente en Europa, hay que acostumbrarse a que somos un mercado exportador”. Desde la editorial de El Tiempo, Asensio categorizó a los futbolistas que se quedan en el rentado nacional: “Primero, deportistas que están empezando, segundo, los que quizá no les alcanzó el talento para irse a otro mercado, y, por último, quienes tuvieron su proceso por fuera y volvieron para terminar su carrera en fútbol colombiano”.

Asimismo, el periodista describió el comportamiento de los equipos colombianos. Desde su recorrido siguiendo el fútbol local, deduce que en Colombia existen distintos tipos de clubes. En primer lugar, los que cuentan con el colchón económico suficiente para retener, o, mejor dicho, prolongar por un tiempo, la permanencia de jugadores en Colombia, como el caso el

Atlético Junior de Barranquilla. Otros equipos intentan buscar lo mejor que puedan en el medio local para enfrentar los torneos y, por último, están los equipos que generan, desde las divisiones menores, jugadores que puedan responder dentro de unos años antes de irse. Por más que un equipo de primer nivel en Colombia pensara en sostener una nómina, para Asensio, es inevitable competir con las cifras que proponen los equipos europeos, incluso, contra ofertas provenientes de países como México, Argentina y Brasil.

El salario de los futbolistas colombianos

Luis Fernando Domínguez, director de ESPN en Colombia, comenta que un jugador en Colombia puede ganarse, en promedio, entre cinco y diez millones de pesos en equipos como el Atlético Huila. En Envigado, por ejemplo, entre dos y cinco millones. Domínguez anuncia que muchos equipos colombianos usan la figura de salario mínimo por contrato, y el resto pueden ser premios, bonificaciones y contratos de publicidad, bajo estos conceptos los equipos no pagan prestaciones, y a pesar que no sea un término legal, es una condición que los jugadores siguen aceptando porque no tienen otras posibilidades.

Dentro de los equipos denominados grandes, el sueldo oscila entre los veinte y ochenta millones de pesos; los jugadores consolidados dentro de los equipos más laureados se pueden ganar en promedio entre 120 y 180 millones de pesos, sin contar variables ni derechos de imagen o algún otro eventual ingreso

Sporting Intelligence, un portal dedicado a las estadísticas deportivas relacionado con finanzas, dedicó en su informe de noviembre de 2018 un análisis de las cinco ligas de América mejor pagadas. En el reporte, la liga colombiana no está presente porque no se ubicó entre las cinco mejores. La observación posicionó la Serie A de Brasil, La Major Soccer League de Estados Unidos, la Liga MX mexicana, la Superliga argentina y, por último, la Primera División chilena, respectivamente. Brasil no sólo es el país con más exportación, sino que ofrece el mejor sueldo para los jugadores en el continente americano con un promedio de 678 mil dólares.

La Serie A brasileña es el ejemplo de que la condición económica, que, si bien es un factor importante en la decisión de emigrar a probar suerte a otro país, no es el único factor que

influye. Brasil exporta futbolistas a pesar de ser la liga mejor pagada, según Sporting Intelligence. Además, la salida de futbolistas tampoco le ha impedido perder terreno a la hora de ser protagonista en los torneos continentales como la Copa Libertadores y la Copa Sudamericana.

Lo que pasa por la cabeza de un futbolista colombiano

Carmelo Valencia debutó a los 19 años de edad con Atlético Nacional. Recuerda que su primer partido se debió a la norma que había en el 2003 que consistía en que los clubes colombianos debían darle, obligatoriamente, minutos de rodaje al menos a un futbolista de categoría sub-20. Ahora, con 35 años y un recorrido futbolístico, Valencia comparó la facilidad que tienen los futbolistas juveniles para debutar actualmente, aunque claro está que todo se debe al producto del negocio de mostrar juveniles, dice el futbolista del Junior de Barranquilla. Luego de su amplio recorrido en el exterior en ligas como Corea del Sur, China y Argentina. Carmelo ‘el Tutunendo’ Valencia, reconoce que, si bien económicamente retener a los futbolistas se hace muy complicado, puede haber factores que hagan reconsiderar a los deportistas sobre la posibilidad de pensar dos veces entre seguir en el fútbol colombiano o en el internacional.

El subeditor de deportes para El Tiempo, está de acuerdo con Carmelo Valencia, el periodista deportivo aclara que podrían existir maneras para poder hacer que los futbolistas lo piensen dos veces antes de emigrar al exterior tan prematuramente: “Con el mercado de futbolistas de hoy en día, se suele olvidar al futbolista como persona, sería oportuno que los jugadores tengan en su formación, terrenos como lo educativo o lo psicológico. El tema es de dinero y de formación integral y no todos los clubes están en la capacidad de hacerlo.”

A comparación del debut de los juveniles de hoy en día, Carmelo considera que su debut a los 19 años fue muy tardío y que pudo haber retrasado sus procesos formativos. Incluso pudo haber debutado de más edad de no haber sido por dicha reglamentación. En su paso por Newell’s Old Boys de Argentina, conoció la amplia estructura del fútbol argentino que cuenta con cinco categorías. En ese entonces, pensó que, si hubiesen existido más categorías en Colombia, hubiera podido debutar más joven y haber tenido más experiencia y recorrido profesional en divisiones inferiores en lugar de haber debutado a los 19 años de edad.

Con base en promover competitividad y generar una amplia camada de futbolistas, distintas ligas de fútbol cuentan con más de dos divisiones de fútbol. Lo cual, incluye más futbolistas inscritos en los torneos oficiales y una base más numerosa de jugadores jóvenes en formación profesional. Desde luego, esto no quiere decir que, necesariamente, entre más divisiones de fútbol, mejores son los procesos formativos. Cantidad no se traduce en calidad. Aunque cantidad, sí puede significar filtros, procesos amplios de formación y profesionalismo, por supuesto, si se aprovecha las divisiones de fútbol. Tener estas categorías sería un primer paso para tener una mayor camada de formación, y una inversión, si se quiere, dado que los futuros futbolistas del país vendrían provenientes de las divisiones inferiores con un buen número de partidos profesionales que den una mejor experiencia desde jóvenes.

Para Fabián Zambrano, futbolista que estuvo durante cinco años jugando en la segunda categoría con Bogotá F.C. y que actualmente se encuentra en las filas del Manaus F.C. de la tercera división brasileña, comentó que las divisiones ayudan a abrirle la puerta a los nuevos talentos. Sin embargo, pensar en una tercera división en Colombia, enumera el volante, que requiere el esfuerzo de las personas para apoyar los nuevos equipos emergentes y de infraestructura: “Las divisiones menores podrían darle la oportunidad a más jóvenes para poder abrirle más puertas a todos, pero se necesita organización para que no queden relegados. Por ejemplo, en el estadio Metropolitano de Techo de Bogotá juegan Equidad, Tigres, Fortaleza y Bogotá. Con más equipos, no habría un calendario para ponerlos a jugar a todos en una misma cancha”. A este factor se le puede sumar que, todos los clubes de Colombia a excepción del Deportivo Cali, no cuentan con un estadio propio, por lo tanto, son conscientes de que una fracción de sus ingresos debe ir destinado al alquiler de los escenarios deportivos pertenecientes a las respectivas alcaldías.

Para Julián Guevara, jugador del Deportivo Pasto, el problema de la organización de la segunda división es notoria, habría que organizarse esta división en primer lugar si se quisiera pensar en una tercera división: “En mi paso por el fútbol de Malta, un país que es un archipiélago con menos de 500 mil personas, la liga tenía hasta cuarta división y me parecía mucho más organizada”.

Si bien, hay equipos como Envigado y el Deportivo Cali con principios de formación de futbolistas, el fin de estos procesos se centra en dos objetivos. En primer lugar, que, desde la

cantera, se contemplen alternativas de recambio de futbolistas a través de los años, y en segunda, tener una oportunidad de ingreso adicional exportando el talento colombiano, aprovechando, desde luego, la visibilidad de jugar en la primera división. Asimismo, el nivel de expectativa para que los futbolistas juveniles que logren debutar y tener visibilización en estos clubes, se les exige un nivel superlativo, dado que el compromiso de jugar en primera división es mayor y las metas deportivas de los clubes no se pueden ver perjudicadas por probar jugadores en el primer equipo.

A nivel sudamericano, Colombia, Perú y Chile son los únicos países que cuentan con una organización en particular, diferente a las federaciones de fútbol, que organizan las ligas nacionales; en el caso local, se refiere a la Dimayor que cumple los oficios de la organización de la liga colombiana, mientras que la Federación Colombiana de Fútbol es la encargada en pautar las normas del fútbol en Colombia y de la gestión de las diferentes ramas de la Selección Colombia. Pero el caso de Colombia se hace aún más particular sobre las otras Federaciones de la Conmebol, puesto que es la única con dos categorías de fútbol, junto con la Federación Boliviana de Fútbol:

Divisiones por cada Federación CONMEBOL



CONMEBOL



Federación Ecuatoriana de Fútbol (FEF)
1. Serie A
2. Serie B
3. Segunda Categoría



Asociación Paraguaya de Fútbol (APF)
1. División de Honor
2. División Intermedia
3. Primera División B / Primera división B Nacional
4. Primera División C



Asociación Deportiva de Fútbol Profesional de Perú (ADFP)
1. Primera División
2. Segunda División / Copa Perú
3. Liga Departamental
4. Ligas Provinciales
5. Primera División de Liga Distrital
6. Segunda División de Liga Distrital
7. Tercera División de Liga Distrital



Asociación Uruguaya de Fútbol (AUF)
1. Primera División
2. Segunda División
3. Primera División Amateur



Federación Venezolana de Fútbol (FVF)
1. Primera División de Venezuela
2. Segunda División de Venezuela
3. Tercera División de Venezuela

Divisiones por cada Federación CONMEBOL



(Registro Elaboración propia)

Lo que pasa por la cabeza de un futbolista, comenta Edwin López, psicólogo deportivo de Millonarios, es que los jugadores evidentemente tienen el sueño de salir, y debe tomarse eso, para alentar el máximo rendimiento del atleta bajo una técnica psicológica llamada el modelamiento, que es utilizar el modelo cercano para darles a entender que sí existe la posibilidad de cumplir sus sueños, como cuando López recuerda, ejemplificar el caso de Harold Mosquera que fue transferido a FC Dallas de la liga estadounidense. “Lo que tratamos de hacer es mostrarles que los que están entrenando con ellos día a día, han conseguido cumplir sus sueños. El mensaje es rescatar los buenos comportamientos de los que se han destacado para inculcarlos en los demás”.

Desde el acompañamiento psicológico, no se pretende incidir en la decisión implícita de si irse o no ante una eventual oferta. Pero el asesoramiento sí pretende mostrar que es la limitación psicológica influye a la hora de cumplir el objetivo de jugar en Europa, por ejemplo. Lo que se está haciendo desde el departamento de psicología de Millonarios, aclara López, es que, a partir de la recopilación de investigaciones de otros clubes a nivel mundial es acoplar dichas técnicas al contexto del club bogotano, no solo para que consigan el fortalecimiento mental para su máximo rendimiento y cumplir sus sueños, sino dejarle un efecto a largo plazo, dándole herramientas psicológicas para que puedan mantenerse jugando en el exterior, afrontando los nuevos retos que representa jugar fuera del país.

López anuncia que el equipo desde la base, intenta consolidar jugadores de la cantera como Felipe Román, Omar Bertel o Breiner Paz, que ya han contado con suficientes minutos en la titularidad de Millonarios. Pero el proceso de formación es cubrir la mayoría de líneas del equipo y que detrás de ellos, estén nuevos futbolistas con las bases formativas preparadas para afrontar el reto de jugar en un equipo profesional para el momento que los jugadores titulares sean transferidos al exterior.

Jugar fútbol en Colombia, partidos mano a mano frente a las faltas de garantías

Las diferencias económicas en cuanto sueldos, los precios de transferencia, no son las únicas razones para que los futbolistas colombianos no lo piensen dos veces cuando se trata de ir a probar suerte fuera del país. Según Fabián Vargas, futbolista retirado con recorrido en países como Ecuador, Argentina, Brasil, Grecia y España, que lo que pasa por la cabeza de un

futbolista a la hora de considerar irse del país es pensar en la calidad de vida que puede tener, y en la mayoría de las veces, la que le puede aportar a su familia.

Y si bien no se puede negar la influencia del factor económico a la hora de tomar una decisión, y el anhelo del futbolista de ir a jugar en el exterior como un sueño profesional, que recalca Fabián Vargas, está en todo su derecho de tener esas aspiraciones a lo largo de su carrera. Hay jugadores que se precipitan a la hora de salir a jugar en otras ligas sin antes terminar un proceso formativo sólido: “Algunos deportistas están conscientes de esto, pero la incertidumbre que se vive en el fútbol colombiano provoca que ellos escojan arriesgarse. La carrera futbolística es corta y eso también influye”.

Sobre aquello de la incertidumbre, Fabián Vargas dio un ejemplo de lo que quería decir con eso: sin necesidad de describir lo que podría ocurrir en el fútbol europeo, Vargas quiso hablar sobre su experiencia en Argentina donde sintió que aparte de ser miembro de plantel, encontró facilidades para él y su familia, y así, formarse también desde el plano educativo. Cuando él jugó en el exterior se dio cuenta que el estudio es una obligación: “por dar un caso, Independiente de Avellaneda tiene colegio, porque ellos sí cumplen con las condiciones de ser un club en el sentido de la palabra. Para los jugadores juveniles, de proyección, es una prioridad, tienen que estudiar porque no solo es importante formar a nivel deportivo, sino a la persona detrás de la pelota. Porque un jugador que piensa es más efectivo dentro de la cancha. Aquí en Colombia no pasa eso”.

Fabián Vargas también fue presidente del gremio de futbolistas durante cuatro años y junto con su experiencia en el exterior, se motivó en buscar estrategias para facilitarle a los jugadores de fútbol en Colombia alternativas para tener un equilibrio en el tema educativo, para poder tener más herramientas en cuanto al ámbito laboral. Vargas es enfático en afirmar que la falta de apoyo de los clubes colombianos y la Dimayor, afecta no sólo la calidad de vida del futbolista en ejercicio, sino que puede llegar a repercutir a largo plazo, después de su retiro.

Vargas promovió un convenio con la Asociación de Técnicos de Argentina para que los jugadores se empezaran a preparar para evitar el síndrome del ‘Día Después’ que ocurre con aquellas personas que salen jubiladas, que durante 30 años acoplaron una rutina durante toda su vida y de un momento a otro se levantan de su cama a las seis de la mañana porque su cuerpo

está acostumbrado, sin saber qué hacer. Particularmente, el promedio del retiro de los futbolistas oscila en los 33 años y no cuentan con una pensión, tampoco con educación financiera, o ninguna otra preparación más que la meramente futbolística.

El acuerdo con la Asociación de Técnicos de Argentina en Colombia es un curso virtual para optar por el título de dirección técnica que se hace simultáneamente el desarrollo de la carrera futbolística, según Fabián, ya hay más de cien futbolistas titulados, lo que representa para él un avance significativo en materia de la formación de futbolistas como parte del trato integral del ser humano.

Fabián recuerda que estando en uno de los últimos equipos en Colombia en los que militó, se encontró, una tarde con el decano de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia y le planteó la posibilidad de hablar con los directivos del club donde estaba para formar un convenio con la Institución para abrir programas de formación a los futbolistas. Vargas cuenta que cuando fue a proponerlo, el directivo del club rechazó la propuesta porque, según Fabián “en Colombia prefieren que el futbolista sea bruto y no sepa leer un contrato”. Una razón, es la comprensión de lectura que puedan tener los futbolistas a la hora de firmar un contrato, Vargas anuncia que pasan situaciones en las que los jugadores se quejan dado que no tenían consentimiento de ciertas condiciones en su contrato, que, a su parecer, no les parece lo más justo.

Dentro de su estadía en Bogotá F.C, Fabián Zambrano, manifestó que la prioridad que rodeaba el entorno dentro del club era buscar una mejor calidad de vida, y es precisamente esa, la razón que incentiva a los futbolistas a apostar por salir del país. Zambrano recalca que no es suficiente con tener una cancha de entrenamiento y los uniformes, sino que la estructura de un club no satisface las necesidades del jugador como persona. Por tal razón, hay jugadores, de la segunda categoría, que se dedican a otros oficios extra futbolísticos para cubrir sus necesidades, lo que puede, por un lado, afectar su descanso y rutinas de entrenamiento, como su preparación mental. Estos factores, a la larga, van dando más razones para que los futbolistas salgan del país, dado que detrás de la falta de apoyo, lo que en realidad se muestra es la ausencia del desarrollo integral del futbolista.

A propósito del proceso ideal de formación de los jugadores que se ha venido planteando, emigrar a otras ligas puede ser un anhelo que no se le debe interrumpir al futbolista, lo que se

cuestiona son las formas de salir que pueden perjudicar tanto la carrera del jugador como el nivel competitivo de la liga. Dentro de nuestro análisis y conversaciones con varias personalidades de fútbol: jugadores, gerentes, futbolistas, agremiados y periodistas. Hemos concluido que la edad de madurez futbolística está entre los 23 y 24 años de edad, momento en el que el jugador ya tiene una experiencia considerable de partidos, ha tenido protagonismo en las diferentes competiciones y los fundamentos para poder salir a cumplir sus sueños de jugar en el exterior, desde luego, si así lo desea.

Sin embargo, es el trato del futbolista uno de los motivos que incentivan a los futbolistas a emigrar con esa incertidumbre de poder consolidarse y tener éxito en un país donde por ser extranjero, debe ser excepcional. Orlando Asensio, comenta que el hecho de traer un jugador de un país a otro debe ser porque cuenta con condiciones excepcionales, y el hecho de que un jugador joven emigre sin una consolidación local, sin antes haber mostrado, en su torneo doméstico, que cuenta con esas condiciones extraordinarias, aumenta la incertidumbre del éxito del futbolista en el exterior.

Aunque se haya afirmado que la salida de los deportistas al exterior antes de las edades de maduración futbolística, puede afectar su carrera profesional, el jugador es consciente que la carrera es corta a comparación de otros trabajos. Para Gerardo Bedoya, ex jugador y campeón de la única Copa América que consagró Colombia en el año 2001, lo que pasa por la cabeza de los futbolistas no es sólo el ámbito económico sino su bienestar. “Entre los que jugamos fútbol no negamos que Colombia es un buen vivero y nos gustaría quedarnos acá, a mí me gustaría ver más a los jóvenes antes de que salgan a representarnos por fuera, más maduros y consolidados”. Bedoya se retiró en el año 2015 y aclaró que en los últimos años de fútbol se percató cómo algunos de sus compañeros preferirían salir a probar suerte porque, sobre la balanza, sentían incluso más estabilidad jugando en otro país, por encima de ‘crecer en casa’.

Entre otros factores, la falta del buen trato como profesional hace considerar a los jugadores a emigrar a otro destino. Con el fenómeno de exportación de futbolistas, distintos valores del deporte han tenido que replantearse para seguir formando parte de la actividad entorno al balompié. María Elena Chavarro, productora de ESPN y primera mujer agente de Jugadores de la FIFA en Colombia, manifiesta que detrás del tema de exportación de futbolistas, representación de jugadores, intereses de clubes por comprar y vender, bajo ninguna

circunstancia, los jugadores deben ser vistos como productos con un valor agregado, sino como alguien que presta un servicio.

Autores dedicados en analizar el fútbol como un fenómeno en la sociedad, han podido coincidir con esa percepción que los jugadores se han visto como un producto dentro del marco de los negocios en los clubes. El autor brasileño, André Nery, anuncia que el mercado de fichajes se ha venido comportando como las dinámicas del mercado a nivel global, insertando al fútbol como un fenómeno estudiable como los análisis de los mercados internacionales en relación a la producción de las exportaciones. Como se mostró en un principio, se enseñó el índice de futbolistas que han sido exportados a otros países, como una estadística que puede prestarse para observaciones de la conducta del mercado del fútbol global, de modo similar como se puede mostrar el comportamiento de exportación de recursos naturales alrededor del mundo.

Dentro del análisis geográfico de Nery, el autor concluye que la región sudamericana ha nutrido el fútbol europeo, tal como también se le ha exportado sus recursos naturales. La conclusión desde lo meramente futbolístico, se debe a que los países más desarrollados tenían más tiempo al ocio y a su inversión, mientras que el fútbol en América del Sur se desarrolló, en medio de inestabilidad política, conflictos bélicos y devaluaciones económicas. El fútbol europeo se consolida y es visto como un atractivo para los aficionados y como un objetivo para los futbolistas latinoamericanos dentro de su desarrollo profesional.

Analizar la exportación de futbolistas colombianos del mismo modo que se analiza las conductas de mercado de exportación de petróleo, carbón o café en el país, es poner bajo el mismo telón la idea de que el fútbol, indiscutiblemente se ha ajustado dentro de un negocio de carácter internacional y que trae consigo índices que no son ajenos a las observaciones del mercado global.

Sin embargo, es finalmente un servicio lo que están brindando los futbolistas, como recalca María Elena Chavarro. La agente FIFA insiste que el buen trato al profesionalismo de los futbolistas empieza por el lenguaje al hablar de exportación, porque según ella, lo único que se exportan son productos, porque lo que se compra, es el contrato laboral. Ella preferiría decir que lo que se negocia no son los jugadores, sino sus derechos deportivos.

Para Chavarro, la competitividad de la liga colombiana no se ve afectada por las políticas de algunos equipos dedicados en promover la venta de futbolistas al exterior. “Para mí, competitividad es ver a un debutante de Envigado jugándose la vida en su primer partido contra Nacional, cada equipo tendrá sus ideales, pero dentro de la cancha, todos piensan en dar lo mejor.” Y continuó diciendo “los periodistas están atentos al espectáculo, analizan el juego, los jugadores pensarán en su bienestar, en buscar un mejor equipo, y ahí entran los agentes FIFA, para venderlos, así sea baratos, pero que surjan”. Ahora, con la nueva reglamentación de la FIFA, los futbolistas tienen la capacidad de ser dueños de sus propios derechos deportivos, lo que les apropia más autonomía en sus decisiones y ganar un porcentaje del dinero de traspaso entre los equipos.

Al comienzo, el proceso es diferente, cuando son jóvenes, Chavarro acepta que puede que algunos pueden saltarse pasos de formación, precisamente por la ambición. “A los muchachos hay que llevarlos a la concentración, presentarlo ante los periodistas para que aprendan a hablar en la cámara, darles consejos, pero al final, todos quieren irse, con los jugadores experimentados es diferente, ellos se me salen de las manos, se les dicen, le tengo tales equipos ¿cuánto quiere de comisión? y listo.

Dentro de su recorrido como Agente FIFA y representante de varios jugadores colombianos, Chavarro recalca que el sueño de todo jugador es irse, por la calidad de vida, muchos jugadores vienen de condiciones difíciles y eso hace que cualquier oportunidad en el extranjero muy difícilmente sea rechazada. Para ella, el éxito de los futbolistas en el exterior es relativo y ajeno a sus funciones. Además, que el deseo de emigrar no es solo de joven. Didier Moreno a sus 26 años de edad, sentía que no quería perderse la experiencia de jugar en el exterior y adelantó el proceso con María Elena Chavarro para contactar equipos que puedan interesarse en un jugador con sus condiciones futbolísticas. Así fue como decidió probar suerte en calidad de préstamo con opción de compra en el Club Deportivo La Coruña, de segunda División de España y dejar su puesto consolidado en el mediocampo del Independiente Medellín, después de terminada su experiencia y de que el club español no hiciera uso de la opción de compra, el mediocampista terminó su cesión y regresó al club antioqueño, actualmente forma parte de la plantilla del Junior de Barranquilla.

Países europeos como España, donde fue a probar suerte Didier Moreno, han consolidado una liga llamativa a nivel mundial, y atraen a los futbolistas a nivel competitivo y mediático. Además, las propuestas económicas de las grandes ligas del mundo representan un músculo económico bastante mayor a, por ejemplo, el alcance financiero de los equipos colombianos para sostener a los atletas de alta competencia, lo que hace a estas competencias aún más atractivas.

Existen aún más factores que incentiven a los futbolistas a pensar en seguir su carrera fuera del país, puede que remotamente, para algunos, el interés no sea estrictamente jugar en otro país o recibir un salario mucho mayor, sino por las condiciones propias en las que se juega, se reglamenta y se pautan las condiciones de la liga colombiana.

Gerardo Bedoya comentó que en su paso por el fútbol extranjero en países como Argentina y México vivió muchas experiencias gratificantes, sin embargo, admite que, en su interior, vivir en Colombia junto a su familia y contando con una buena calidad de vida no lo cambiaría por nada y que, hablando dentro de los vestidores con sus compañeros cuando era jugador profesional, muchos compartían ese sentimiento como un secreto a entre camerinos.

Las necesidades del fútbol profesional colombiano

Pero, a decir verdad, ¿qué queda para aquellos futbolistas que militan en Colombia? Y nos referimos al nivel competitivo de nuestro fútbol y las condiciones que tienen, tantos equipos como jugadores, para desenvolverse en los torneos administrados y reglamentados en la División Mayor del Fútbol Profesional Colombiano. Detrás de ser denominada la quinta mejor liga del mundo por la Federación de Historia y Estadística del Fútbol, la competición colombiana ha tenido consigo factores que han hecho que personalidades del mundo del fútbol cuestionen la posición de la competición colombiana en el ranking mundial.

Sin embargo, es precisamente, en la liga que está en el top 5 de las mejores del planeta, donde 1117 jugadores del fútbol masculino y femenino, respaldados por la agremiación de Acolfutpro, habían advertido, desde el 24 de octubre del año pasado, de iniciar un paro de futbolistas si no se atendían las solicitudes de los deportistas por parte de la Dimayor, entidad

encargada en la organización y regulación de los torneos domésticos del fútbol colombiano. Dentro de las peticiones, se encontraban términos para definir la situación contractual de los futbolistas y el esclarecimiento en aspectos como pensión y pólizas, temas en los que Fabián Vargas, como integrante de Acolfutpro comentaba sobre su incidencia en el rendimiento de los deportistas.

También hay exigencias que van desde lo meramente futbolístico para poder desenvolver un mejor fútbol en Colombia: que se tratan de: “El calendario de las competencias profesionales, períodos de descanso y de recuperación” y “horarios, intervalos y tiempos de descanso entre partidos”. Estos ítems van relacionados directamente con el formato de competición en Colombia que ha sido cuestionado por parte de expertos y periodistas. Incluso, la Federación de Futbolistas Profesionales-FIFPro, le pidió a la FIFA, mediante un comunicado, que atiendan las peticiones de Acolfutpro por parte de la Dimayor y la Federación Colombiana de Fútbol.



Rámon Jesurún Presidente,
Federación Colombiana de Fútbol
Avenida 32, N° 16-22, Bogotá.
presidente@fcf.com.co

FECHA
24 Octubre 2019

PERSONA DE CONTACTO
Theo van Seggelen

Estimada Señor Jesurún,

Le escribo para solicitarle respetuosamente que reconozca el papel de nuestro sindicato afiliado de jugadores, ACOLFUTPRO, como el representante legítimo para negociar en nombre de los futbolistas profesionales en Colombia y comenzar a negociar cuestiones colectivas que incluyen los términos legales de un contrato estándar, una póliza de seguro de salud y los calendario para el campeonato masculino y femenino.

ACOLFUTPRO como miembro oficial de la FIFPRO es reconocido como el representante legítimo de jugadores en Colombia bajo el Artículo 2b del acuerdo de colaboración entre FIFA y FIFPRO firmado el 6 de noviembre de 2017.

La FIFA reconoce a FIFPRO como el único organismo que representa los intereses laborales de los futbolistas profesionales a nivel mundial, sobre la base de sus estatutos actuales, y sus miembros, que están debidamente constituidos y reconocidos bajo los Estatutos de FIFPRO, como representantes de futbolistas profesionales a nivel nacional.

Además, como sabrá, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) recomendó en 2007 al gobierno colombiano que "tome medidas para controlar el derecho de negociación colectiva de ACOLFUTPRO, en su condición de organización profesional representante de los futbolistas". La OIT solicitó que tanto la Federación Colombiana de Fútbol como DIMAYOR hagan todo lo posible por reanudar las negociaciones con ACOLFUTPRO.

Nos complace reconocer que desde abril de 2018, el fútbol colombiano haya implementado una Cámara Nacional de Resolución de Disputas para resolver conflictos entre clubes y jugadores. El trabajo de esta cámara implica la colaboración de la Federación Colombiana de Fútbol, DIMAYOR y ACOLFUTPRO.

Sin embargo, tanto la federación como DIMAYOR no han podido cooperar con unas peticiones que presentaron las y los futbolistas a través de ACOLFUTPRO que tiene por objeto llevar adelante una negociación sobre asuntos que afectan y regulan la vida laboral de los jugadores. La solicitud se hizo en una carta enviada a ambas organizaciones el 11 de septiembre de 2019 y fue firmada por 1.117 jugadores de las ligas masculinas y femeninas en Colombia.

FIFPRO | Scorpius 161 | 2132 LR Hoofddorp | The Netherlands | +31 23 554 6970
fifpro.org | Chamber of Commerce: 34216856 | IBAN: NL43ABNA0240096126 | VAT exempt

Estoy seguro de que estará de acuerdo en que lo mejor para todos es respetar los acuerdos establecidos por las partes interesadas del fútbol, que están respaldados por organizaciones reconocidas, incluida la OIT.

Por lo tanto, respetuosamente le solicitamos que permita establecer el diálogo con ACOLFUTPRO para evitar una desmejora de las relaciones y que de esta forma se pueda fortalecer y consolidar el progreso alcanzado por el fútbol colombiano en los últimos años.

Le saluda atentamente,
FIFPRO

Theo van Seggelen
FIFPRO General Secretary

Los recorridos de los clubes para llegar a las canchas del país: cantidad vs calidad

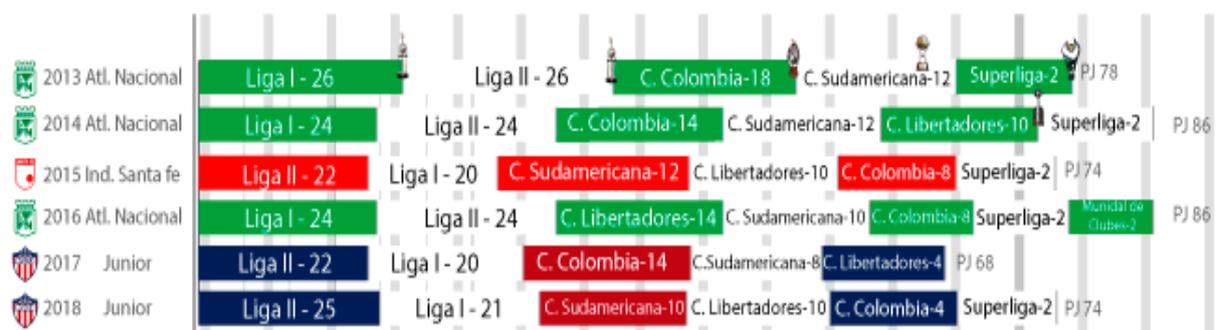
En primer lugar, la competición colombiana otorga dos títulos de liga por año, algo que solo ocurre con Colombia y Bolivia. Para Luis Fernando Domínguez este tipo de formatos “le quitan la emoción al fútbol porque si se sale campeón en la primera mitad del año, la segunda parte no tiene la misma pasión. Además, no hay un gran campeón del año”.

En Colombia, la cantidad de partidos jugados al año son mucho más que en las ligas europeas donde se juega una liga de ida y vuelta, con 20 equipos, con un total de 38 partidos al año. Mientras que, en Colombia, a mitad de año, los equipos ya han jugado 20 partidos como mínimo si no clasifican a los cuadrangulares, 26 partidos si sí clasifican, y 28 partidos si llegan a la final para definir al campeón en dos partidos de ida y vuelta.

Un equipo como Atlético Huila, que no clasificó a los cuadrangulares en ninguno de los dos torneos del año, y que, entre otras cosas, volvió a la segunda división, jugó 40 partidos, dos más que cualquier equipo del formato europeo. Por otro lado, Unión Magdalena, que clasificó a los cuadrangulares del torneo apertura 2019 y no lo logró en el torneo finalización 2019, jugó un total de 46 partidos en liga. Y así se podría calcular la cantidad de partidos que se pueden jugar en Colombia, por ejemplo, si un equipo quisiera ser campeón de los dos torneos anuales, debe ser consciente que debe jugar en total 56 partidos, sin contar partidos de Copa Colombia y copas continentales como la Copa Libertadores o la Sudamericana, en caso hipotético que esté disputando alguna de las dos copas internacionales.

Desde 2013 hasta 2018, una época donde los equipos colombianos llegaron a instancias finales de torneos internacionales, Colombia también ocupó el primer puesto de un equipo con más partidos oficiales jugados en un solo año, consecutivamente. Como si fuera poco jugar 40 partidos anuales en la liga sin clasificar a nada, dos partidos más que el formato europeo. Estas cifras dan cuenta de la dificultad que tiene el formato doméstico de que los equipos colombianos sean protagonistas en el exterior, dado al compromiso de afrontar la alta cantidad de partidos jugados en un año.

Récord colombiano: primer lugar por seis años consecutivos de tener un equipo en el primer puesto del equipo con más partidos jugados en el mundo:



(Registro y elaboración propia)

Para Gustavo Quijano, actual coordinador de la gestión gremial integrante de Acolfutpro, la Asociación Colombiana de Futbolistas, este formato de competición en Colombia trae consecuencias negativas: “entiendo que los directivos quieren vender su producto, pero tanta cantidad de partidos lo que hace es ir en deprimiendo de su producto, pensar que es más atractivo cantidad por calidad no es la solución”. El defensor de los derechos de los deportistas aclaró que aparte de los constantes viajes de los jugadores, las condiciones geográficas de Colombia dificultan el traslado de una ciudad sino la adaptación “Un día juegas en Bogotá a 2.600 metros de altura y en dos días estás en Barranquilla a 18 metros sobre nivel del mar, estas son condiciones que afectan al deportista fisiológicamente a rendir mejor, Ahora, súmele que tenga un partido un partido en Buenos Aires a ocho horas en avión y tenga que regresar de inmediato. Yo sé que Europa la puedes recorrer en tren y es mucho más llana que Colombia, pero acá no son conscientes de las condiciones geográficas en las que vivimos”.



(Elaboración propia)



(Elaboración propia)

Si se hiciera una comparación de los puntos más extremos entre las principales ciudades de sudamérica, y las referencias más distintas en Europa, encontraríamos que la distancia entre Barranquilla, Colombia y Mar de Plata, Argentina equivale a 573 mil kilómetros, con un trayecto en avión estimado de siete horas y diez minutos. Mientras que de Oporto, Portugal a Moscú, Rusia, el recorrido es de 3.779 kilómetros, lo que podría estimar un vuelo de cuatro horas con 36 minutos. Lo que claramente demuestra las facilidades de cercanías de distancia de Europa con respecto a Sudamérica.

*** El Espectador publicó una nota sobre el calendario y [las consecuencias de la seguidilla de partidos en Colombia](#) ***

Para Gustavo Quijano, la cantidad de partidos representa más exposición de los futbolistas, que, aunque no puedan desenvolver su mayor juego debido a la intensidad de partidos y la sobreexposición, es una manera de vender jugadores, partidos y publicidad. Al contrario, él propondría un torneo anual, que prevalezca la preparación de los equipos para entrenarse y

prepararse para ver un mejor fútbol y facilitarle el calendario a los equipos que juegan torneos internacionales.

“Al fin y al cabo el fútbol es un negocio y todos quieren una rebanada del pastel”.

- Gustavo Quijano

Luis Fernando Domínguez, director de ESPN, concluyó que culturalmente, estamos acostumbrados al repentismo, a tener campeones constantemente y mantener la expectativa y aquello es lo que propone el formato actual, que hasta el octavo mejor ubicado pueda ser campeón. Para el director de ESPN, ese es el valor agregado del formato, dado que el fútbol en sí en Colombia no es suficiente para que mantenga el show. “Un torneo anual haría que la gente no vaya a los estadios ni mire fútbol, si mi equipo a mitad de año no tiene posibilidades de nada, el estadio va a estar vacío, falta la cultura de ir a ver buen fútbol como ocurre en Europa, pasa por un tema cultural.”

Así las cosas, la petición de los jugadores, junto con Acolfutpro, está pensada para llegar a un punto que pueda mantener la expectativa de la liga y pueda darle un tiempo prudente a los atletas para su descanso, preparación y desplazamiento entre intervalos de un partido a otro. Sin embargo, Vladimir Cantor, gerente deportivo de la Dimayor, recaló que los equipos votaron en las juntas organizadas por la División Mayor del Fútbol Colombiano, dando como resultado, el formato que se ha venido jugando en los últimos años. Lo que provee Cantor, es que los directivos de los equipos deben reunirse en una junta extraordinaria para proponer y aceptar un formato que deje satisfecho tanto al gremio de futbolistas, como a los intereses particulares de cada club, en una decisión que, según él, la Dimayor hace las veces de organizador, más no toma decisiones sobre las consideraciones de las votaciones de los clubes en las juntas anuales.

Dentro del cruce de intereses, Ramiro Ruíz, presidente de Envigado, menciona que los equipos que no los llaman grandes, suelen optar por estos formatos para poder tener más protagonismo y oportunidades para exhibir a sus futbolistas y para darle la oportunidad al país de exportar jóvenes que representen al país en el exterior. De manera que, dice Cantor, que la quinta mejor liga del mundo, que ya es atractiva, al menos dentro de los rankings de Historia y Estadísticas, deben planear sus calendarios de acuerdo a las decisiones unánimes por parte de los representantes de cada club, y que está en el diálogo interno del club saber qué decisión tomar para votar en las juntas deportivas, dejando de lado los intereses propios para buscar un equilibrio que priorice los valores de la competitividad, un término que cada entrevistado ha definido de manera diferente.

La incidencia de los medios de comunicación deportivos

La competitividad de la liga colombiana y el manejo de la salida de los futbolistas colombianos al exterior no está únicamente en manos de la Dimayor como organizadora ni de los clubes como responsables del show. También se le debe atribuir al modo cómo se cubre y se ha venido analizando el fútbol en los últimos años desde los medios.

A propósito de esto, Luis Fernando Domínguez, comentó que el tema de la exportación de futbolistas al exterior, desde luego, se ha hablado desde los programas especializados de ESPN Colombia, en los que se le dedica un espacio al análisis de todo lo que ocurre en términos de actualidad con todo lo relacionado al fútbol colombiano. No obstante, el director del programa en Colombia, recalcó que el enfoque que se le da a estos temas es de carácter noticioso, y que, a lo sumo, se le dan espacios en los programas para un par de comentarios.

Pero no es en el único medio, Mónica Sánchez, en la producción de Fox Sports, Ramiro Dueñas de Win Sports y Orlando Asensio desde la editorial de El Tiempo, concuerdan que el tema de la exportación de futbolistas es un tema del que se habla semestre a semestre cuando se abre el mercado de transferencias, pero que sin embargo, en la calidad de lo noticioso, los formatos deportivos no pueden detenerse a estudiar con detenimiento el fenómeno mientras el mundo del fútbol demanda mostrar cómo se preparan los equipos en las pretemporadas para mantener a la expectativa a la audiencia.

Orlando Asensio recalca que los equipos, a fin de cuentas, son instituciones privadas que, como empresa, deben rendir cuentas y contar con un cuerpo directivo para la organización y porvenir de cada área de los clubes como compañía. Por esta razón, al periodismo deportivo le cuesta tener con claridad las cifras exactas de los equipos por venta de entradas, patrocinios y ventas de futbolistas. Por tanto, se hace más difícil dar a la audiencia un reporte del manejo del dinero interno dentro de los clubes. “En ciertas circunstancias la hinchada se pregunta dónde está la venta, por ejemplo, de la salida de Luis Díaz del Junior al Portugal, muchos hinchas se preguntan cuándo van a reforzar al equipo con los ingresos de la venta del volante”.

Está claro que detrás de una transferencia hay datos y números que deberían ser aclarados desde los medios para un público que no solo consume información, sino que se apasiona por su equipo y vela por su bienestar desde un carácter más pasional. Al firmarse la venta de un derecho deportivo, dentro de los contratos, se comprende la distribución del porcentaje de la transferencia entre los formadores del jugador, representantes, impuestos, equipos y otras variables.

Toda esta información puede tornarse difícil de comprender para la audiencia, y si a esto se le suma la dificultad de acceso informativo de estos datos con los clubes como empresas independientes. Muchas de las cifras que se hablan, suelen ser de pasillo, finalmente son datos confidenciales que manejan las políticas entre clubes e intermediarios, recalca María Helena Chavarro, agente FIFA.

Una de las críticas de los periodistas deportivos que se encargan de las estadísticas y el análisis de datos radica en que algunos formatos se quedan enfocados en registrar los mejores goles de la semana, las mejores jugadas, dedicados únicamente a lo que concierne el juego dado a que es lo más gráfico y visible, lo que hace al fútbol espectacular. A costa de esto, recalcan que se han descuidado otros factores como el análisis de la salida de jugadores, que, a la larga, es un factor que influye en el espectáculo del juego, que es lo que finalmente se quiere dedicar en el periodismo ‘sensacionalista.’

Finalmente, el deporte y el fútbol se han visto como un espacio de distracción para el fin de semana, lejos de asuntos del día a día, y más allá de las pasiones, los amantes de fútbol no se declinan por balancear el interés entre entender los movimientos financieros de sus equipos,

con el partido del próximo domingo. Para Orlando Asensio, pasa por una cuestión cultural, el hincha siempre está expectante al espectáculo, a recordarle las mejores jugadas del fin de semana por encima del balance financiero de su equipo y todo lo que puede repercutir en su situación económica.

Los grandes titulares deportivos no iniciarán sus programas acerca del seguimiento del dinero que le llegó al Atlético Junior con la venta de Luis Díaz al Oporto de Portugal, aparte de la dificultad del acceso de cuentas de los clubes, no es un tema que prometa un rating esperanzador para los canales. El deporte que se ha visto como un espectáculo rodeado del entretenimiento, las informaciones técnicas no les interesan a las personas.

Uno de los ejemplos que enmarca Orlando Asensio se trataba sobre el manejo de los medios sobre el futuro de los futbolistas más reconocidos, “La novela de James Rodríguez” estuvo más encaminada en generar expectativa sobre el futuro del volante colombiano después de terminar su sesión en Bayern Munich especulando sobre su relación con sus entrenadores, pero no dando las cifras de qué representa la transferencia de James Rodríguez dentro de la economía y metas deportivas de los clubes europeos involucrados. Para el subeditor de deportes de El Tiempo, esta información de transferencia pasa a ser una novela que genera rating y se olvida de los datos reales, que, para prolongar expectativa, se buscan pequeños datos para darle más ‘capítulos’ a la ‘novela’.

Es precisamente la gran crítica de la periodista argentina Eugenia Micheltsen, de hecho, uno de sus últimos libros de investigación como ‘La brecha de las noticias’ concluye que el periodismo en sí tiene la intención de informar integralmente pero que las audiencias prefieren los temas superficiales y por eso, la necesidad del periodismo de tratar esos temas para no perder en los índices de rating.

Los primeros pasos para mejorar el fútbol colombiano

Para los futbolistas colombianos, jugar fuera del país es un sueño, no es solo por las propuestas futbolísticas en continentes como Europa, sino por las ofertas económicas como en norte américa o Asia. Y ante los sueños de los futbolistas y el fuerte colchón económico del fútbol internacional, la liga colombiana, antes de pretender medirse ante el fútbol mundial, debería buscar recursos que consoliden su fútbol como un juego auténtico, diferente y le apropie un sentido de identidad y pertenencia más sólida.

Para eso habría que atender, que antes del espectáculo exterior, a la hinchada y a los ojos del mundo, hay que atender los puntos como los que los futbolistas, bajo el respaldo de Acolfutpro y el llamado de FifPro han reclamado atención para sostener una calidad de fútbol digno como profesión y el show. Los reclamos de los gremios tienen que ver con el estatus e impide al fútbol colombiano explorar su máximo potencial a nivel competitivo.

Entre esos puntos, está la modificación del calendario del fútbol colombiano, uno de los más apretados, lo que no solo les permite un descanso y preparación adecuada a los atletas, las consecuencias de poner en un primer plano, cantidad de partidos por encima de calidad ha provocado la exposición de los futbolistas a lesiones y una seguidilla de viajes que impide la preparación adecuada de los jugadores para dar lo mejor atléticamente.

Para revertir esta situación, valdría modificar el torneo del fútbol colombiano a un solo torneo anual, de fase todos contra todos de ida a vuelta, lo que haría que todos los equipos jugaran un total de 38 partidos anuales. El mismo número de partidos que juega un equipo que no clasifica a cuadrangulares dentro de los dos torneos que se juegan actualmente. Esto permitiría tener una mejor planificación de juego y transporte para los equipos, y podría ser flexible para que los equipos colombianos que nos representan tanto en la Copa Libertadores como en la Copa Sudamericana, puedan tener una mejor representación para el país.

Este sería un paso para alejar al amante del fútbol a la inmediatez, de ver dos torneos anuales que ha traído consigo calendarios apretados y exceso de partidos, que, detrás de eso repercute en fatigas para los futbolistas y una calidad menor al público.

Sería una liga proyectada a la calidad y al espacio para que Colombia se pueda representar mejor internacionalmente. Aunque siempre estará la discusión de muchos que una liga anual puede apaciguar la emoción, al poderse prever al campeón con anticipación y nubla la expectativa del torneo. A pesar de eso, es precisamente Europa quien mantiene los mejores registros de asistencia a los estadios porque más allá de los resultados todo está enfocado en apropiarse un espectáculo, así seas un equipo de media tabla sin nada porque luchar a mitad de año. El mensaje de la liga colombiana debe transmitir apoyo y facilidades para que los clubes afronten los torneos nacionales e internacionales con la mejor preparación posible, reconociendo que la geografía tanto de Colombia como del continente, hace más complicado el traslado.

La organización de la liga debe ser amigable con los futbolistas y sensibilizarse bajo las condiciones que implica ser un profesional del fútbol, una carrera corta y llena de vértigos. Por qué no pensar en una liga donde los futbolistas salgan a cumplir sus sueños, no sin antes sentirse agradecidos por los programas de estudios y formación financiera, algo que genere sensaciones de agradecimiento, y no ver la liga colombiana como un obstáculo de donde se debe emigrar, lo más pronto posible.

Carlos Valdés, ex futbolista de la selección colombiana que participó en el mundial de Brasil de 2014, y militó en equipos como América de Cali e Independiente Santa Fe. así como tuvo experiencias en el fútbol internacional en equipos como Philadelphia Union de Estados Unidos, San Lorenzo de Argentina y Nacional de Uruguay y ahora, actual miembro del consejo directivo e Acolfutpro, aclaró que los puntos no solo se tratan sobre la organización sino también de las condiciones de los futbolistas respecto a temas de bienestar tales como pólizas complementarias de salud, la reestructuración del sistema de competición, la regulación del fútbol femenino, entre otros.

Ahora bien, según las tendencias y las dinámicas del mercado internacional, Colombia seguirá exportando futbolistas a las demás ligas del mundo, no por menos, es el cuarto país con mayor crecimiento de número de transferencias internacionales entre los años 2017 - 2018. Este es un fenómeno que el fútbol colombiano y los clubes no deben dejar de lado, por lo cual, sea cuál sea la filosofía y objetivos particulares de cada equipo, deben tener en cuenta que se han convertido en un mercado emergente y atractivo.

Muchos de los futbolistas que triunfan en el exterior tuvieron un recorrido corto en la liga colombiana, no se alcanzan a apreciar en el mismo país donde se han formado. Por eso, valdría la pena fortalecer la calidad de la organización tanto de la liga, como de la vida profesional del futbolista, de modo que sientan que tengan las bases y herramientas necesarias para formarse y consolidar su fútbol antes de emigrar. Así, podríamos tener a los futbolistas durante un tiempo más prolongado.

Ahora, también se trata de un tema de mentalidad, detrás de ese futbolista que está consolidándose en el fútbol colombiano para después ir al exterior, debería haber un proceso de formación de jugadores que le dé a los clubes la tranquilidad, de que el día que emigre ese jugador protagonista, haya una amplia oferta de jugadores jóvenes y talentosos esperando su oportunidad, y así consolidar los procesos de manera cíclica, viable, sólida y de garantías.

Por último, los medios de comunicación deben pensar cómo hacer frente a la inmediatez de la cultura colombiana, no se debe dedicar únicamente a mostrar los mejores goles y todo lo colorido y atractivo que consigo, trae el fútbol, por la pasión que transmite y el espectáculo que puede aportar. Esa misma pasión e interés de todos quienes aman el fútbol, también debería enfocarse en detenerse y pensar qué se está haciendo bien y qué no. A la audiencia no le sentaría nada mal saber que detrás del balón hay decisiones administrativas que las aficiones desconocen.

Aunque los clubes sean, finalmente, empresas privadas, existe el deber, por parte de los clubes, por el hecho de tener en sus manos, a una afición que los respalda; de rendirle cuentas, no solo en lo futbolístico sino en saber qué está pasando con el dinero que va del hincha que paga una entrada domingo a domingo, compra la camisa o paga una suscripción. Ahí es donde debería actuar la prensa deportiva en Colombia, lo cierto es que, en una liga donde se están vendiendo los derechos deportivos de sus futbolistas, valdría saber a dónde se van esos dineros, de cara del fortalecimiento de los clubes, tanto de sus estructuras, la formación de jóvenes promesas como de la compra de nuevos jugadores que vengan a reforzar la plantilla de los clubes. El cubrimiento del fútbol, que se emociona con los mejores goles de la semana, también debería salir del área de juego, entrar a los camerinos e indagar sobre los movimientos internos de los

clubes, que, a fin de cuentas, terminan influyendo en el desempeño de los clubes como participantes del mejor deporte del mundo.

CAUSAS Y EFECTOS DE LA EXPORTACIÓN

CAUSAS



- ➔ La condición de que el dinero de las transferencias sean una entrada significativa dentro de los ingresos de los equipos colombianos
- ➔ El sueño de los futbolistas de jugar en el exterior
- ➔ Formato de la competición
- ➔ Condiciones de los futbolistas como empleados
- ➔ La liga colombiana como un mercado emergente que va en alza
- ➔ La situación geográfica de Colombia

EFFECTOS



- ➔ La precipitación del proceso formativo en los jóvenes promesas
- ➔ Más visibilización de los futbolistas colombianos en el exterior
- ➔ Salida de los jugadores destacados de la liga colombiana
- ➔ La percepción del futbolista como un producto

VI. Referencias

Aguirre, M (2017). *Modelo estadístico de valor de mercado de un futbolista profesional* (Tesis de pregrado). Guayaquil: Universidad de especialidades Espíritu Santo, Guayaquil, Ecuador.

Álvarez & Ossorio. (2014). Fútbol y manipulación social. Sevilla, España: X Congreso de historia del deporte.

Almeida, P. (2004). *Intervenção Psicológica no Futebol em Reflexões de uma experiência com uma equipa da Liga Portuguesa de Futebol Profissional*. San Pablo, Brasil: Cuadernos de Psicología del Deporte.

Arbena, J. (1988). *Sport and Society in Latin America. Diffusion, Dependency, and the Rise of Mass Culture*. Nueva York, Estados Unidos: Greenwood.

Archetti, E. (2008). *El potrero y el pibe en territorio y pertenencia en el imaginario del fútbol argentino*. Buenos Aires, Argentina: Horizontes Antropológico.

Ávila, R. (2005). *Sujeto, cultura y dinámica social*. Bogotá, Colombia: Antropos.

Azuaga, F., & Rodrigues, F. (2008). *Análise das percepções dos jogadores sobre as transferências internas e externas de futebolistas Brasileiros depois do fim do passe*. Curitiba, Brasil: 1º encontro da ALESDE.

Azul & Blanco Millonarios FC S.A. (2014). Prospecto de Información (900.430.879-9). Recuperado de: http://www.millonarios.com.co/uploads/default/document_extra/Azul-Blanco.pdf

Bauman, Z. (2013). *La sociedad sitiada*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de cultura económica.

Camino, J. R., & Ayala, V. M. M. (2012). *Marketing y fútbol: el mercado de las pasiones*. Ciudad de México, México: Esic Editorial.

Cárdenas, J. A. M. (2008). El fútbol nos une: socialización, ritual e identidad en torno al fútbol. *Culturales*, 4(8), 101-140.

Carvalho, C., de Santana Gonçalves, J. C., & de Alcântara, B. (2003). *A transformação do futebol: da diversão à hegemonia do mercado*. Pernambuco, Brasil: Universidade Federal de Pernambuco.

Castoriadis, C. & Vicens, A. (1989). *La institución imaginaria de la sociedad*. Barcelona, España: Tusquets.

Colomer, J. (2013). Fútbol contra el enemigo. *Cultura, Ciencia y Deporte*, 8(23), 157-158.

Costa, O., Paula, H., Coelho, E., Ferreira., & Werneck, Z. (2014). *O efeito da idade relativa: análise da Copa do Mundo FIFA 2014*. Ouro Preto, Brasil: Universidade Federal de Ouro Preto.

Dávila, A., & Londoño, C. (2003). *La nación bajo un uniforme. Fútbol e identidad nacional*. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

Dunning, E. (2003). *El fenómeno deportivo*. Barcelona, España: Paidotribo.

Duque, A., & Andres, C. (2014). *Estimación de un modelo de precios hedónicos para identificar características determinantes del precio de las transferencias de jugadores del fútbol europeo*. Bogotá, Colombia: Universidad de los Andes.

Eco, H. (1984) Alto, Medio, Bajo en *Apocalípticos e Integrados*. Madrid, España: Lumen.

El Heraldo (18 de febrero de 2018). El Mapa de los futbolistas colombianos en el mundo.

Eslava, G. (2011). Las barras bravas. Un acercamiento sociológico a un fenómeno urbano. *Lúdica pedagógica*, 2(16).

ESPN (productor). (2011) *Capitales del fútbol* [serie de televisión] Buenos Aires, Argentina: Disney & ESPN Media networks Latin America.

Fernández Cortés, M. (2017). *Contratación laboral de los jugadores de fútbol en Colombia*. Bogotá, Colombia: Universidad Católica de Colombia.

Ferreira, J. (2011). Projeto de Formação de Jovens Futebolistas... Um exemplo no SC Salgueiros. *Treino Científico*, 2, 7-9.

Fierro, D. (2017). *Efecto fútbol en el mercado financiero colombiano* (Tesis de grado). Bogotá, Colombia: Universidad de los Andes.

Folgado, H. A., Caixinha, P. F., Sampaio, J., & Maças, V. (2006). Efeito da idade cronológica na distribuição dos futebolistas por escalões de formação e pelas diferentes posições específicas. *Revista Portuguesa de Ciências do Desporto*, 6(3), 349-355.

Galvis, A. (2008). *100 años de fútbol en Colombia*. Bogotá, Colombia: Planeta.

García Barrio, P & Pujol, M (2007). El papel del fútbol en la sociedad actual. Fútbol, ocio y negocio. *Revista Empresa y Humanismo*, XI, 89-108.

Gomes, A. R., Pereira, A. P., & Pinheiro, A. R. (2008). *Liderança, coesão e satisfação em equipas desportivas: um estudo com atletas portugueses de futebol e futsal*. Braga, Portugal: Universidade do Minho.

Gutiérrez, A., & Pardo, J. (2017). *El derecho al trabajo y a la seguridad social del futbolista profesional colombiano* (Tesis de pregrado). Universidad de San Buenaventura, Cali, Colombia.

La República. (14 de noviembre de 2017). Colombia es el cuarto país que más exporta futbolistas en la región. *La República*.

Leoncini, M. (2001). *Entendendo o negócio futebol: um estudo sobre a transformação do modelo de gestão estratégica nos clubes de futebol* (Tesis doctoral). Escola Politécnica, San Pablo, Brasil.

LFP (2000), *Un gol al futuro: claves del fútbol profesional para el siglo XXI, Liga Nacional de Fútbol Profesional*. Madrid, España: Fundación de fútbol profesional.

Londoño, A. (2010). *Derecho y contratación deportiva* (Tesis de Pregrado). Bogotá, Colombia, Universidad del Rosario.

Maciel, M. (2003). *O contrato de trabalho do jogador de futebol: leis versus realidade. Faculdade de Direito* (Tesis de pregrado). Centro Universitário Ritter dos Reis, Canoas, Brasil.

Martínez, S. (2010). *Fútbol: espectáculo, cultura y sociedad*. Bogotá, Colombia. Universidad Iberoamericana.

Martínez, L. C., Salgado, J. J. C., Lago, E. D., & Peñas, C. L. (2004). *Relación entre parámetros antropométricos y manifestaciones de fuerza y velocidad en futbolistas en edades de formación*. Vigo, España: Universidad de Vigo.

Medina, F. (2009). El fútbol y la vivencia festiva de la nacionalidad. *Razón y palabra*, 14, 69.

Mombaerts, E. (2000). *Fútbol: del análisis del juego a la formación del jugador*. Bogotá, Colombia: Inde.

Moreira, M. V. E., & Hijós, M. N. (2013). *Clubes deportivos, fútbol y mercantilización: los casos de Boca Juniors e Independiente en la Argentina*. La Plata, Argentina: Universidad de la Plata.

Nuño, J. (1996). Razón y pasión del fútbol. *Letra internacional*, 44, 36-41.

Olmedilla, A., Bazaco, M. J., Ortega, E., & Boladeras, A. (2011). Formación psicológica en futbolistas juveniles con el bienestar psicológico percibido, la ansiedad y la satisfacción. *Revista electrónica de Psicología*, 12, 221-237.

Paredes, P. (2006). Fútbol y economía: dos fuerzas del mundo moderno. *Biblioteca del Fútbol Ecuatoriano-III: Mete Gol, Gan: El Fútbol y la Economía*, 53,85- 87.

Perico, D., Beltrán, M., & Gómez, D. (2012). *Análisis del derecho deportivo desde la perspectiva del derecho comercial* (Tesis de especialización). Bogotá, Colombia, Pontificia Universidad Javeriana.

Porres, V. (2014). *Diseño de un Sistema de Información para la Toma de Decisiones Gerenciales basado en indicadores de desempeño de jugadores orientado a la optimización de procesos de contratación en el fútbol profesional colombiano* (Tesis doctoral). Universidad Tecnológica de Pereira, Pereira, Colombia.

Pujals, C., & Vieira, L. F. (2002). Análise dos fatores psicológicos que interferem no comportamento dos atletas de futebol de campo. *Journal of Physical Education*, 13(1), 89-97.

Quitíán, L. (2015). Del invento inglés al criollismo patrio: el desarrollo del fútbol en Colombia. *Olhares para a profissionalização do futebol: análises plurais*. Rio de Janeiro, Brasil: *Multifoco*, 6, 295-316.

- Quitíán, D. L. (2013). La economía del fútbol colombiano: de la ilegalidad y el crimen al glamur globalizado. Bogotá: *Polémika*, 10(1) 60-65
- Rivera, J., & Molero, V. (2012). *Marketing y fútbol: el mercado de las pasiones*. Madrid, España: Esic.
- Roldán, D. L. Q. (2013). Deporte y modernidad: caso Colombia. Del deporte en sociedad a la deportivización de la sociedad. *Revista Colombiana de Sociología*, 36(1), 19-42.
- Rinke, S., Ruiz, C., & Hofmann, N. (2007). ¿La última pasión verdadera? Historia del fútbol en América Latina en el contexto global. *Iberoamericana*, 7(27), 85-100.
- Rivera, Jaime (2012). *Marketing y Fútbol: el mercado de las pasiones*. Madrid, España: Esic.
- Rodrigues, F. (2004). *Sociologia do Trabalho e a Sociologia do Futebol: subsídios para uma análise da flexibilização das relações de trabalho no futebol brasileiro e dos os impactos do fim do passe (2001-2002)*. Córdoba, Argentina: Universidad de Córdoba.
- Salvatore, D., Pando, J., & Mancera, A. (1992). *Microeconomía*. Ciudad de México, México: McGraw-Hil.
- Salcedo, M. T., & Ruiz, Ó. F. R. (2007). *Emoción, control e identidad: las barras de fútbol en Bogotá*. Bogotá, Colombia: Instituto Colombiano de Antropología e Historia.
- Santa Cruz, E. (1995). *Origen y futuro de una pasión: Fútbol, cultura y modernidad*. Santiago de Chile, Chile: Arcis.
- Santos, R. (2009). Principios y elementos de organización de la cantera de un equipo de fútbol. *Dilnet*, 2, 65-79.
- Silva, C. (2011). *A formação do futebolista de elite. Proposta de um modelo de intervenção com base num estudo de caso referencial* (Tesis doctoral). Universidade do Porto, Porto, Portugal.
- Scher, A. (1996). *La patria deportista: Cien años de política y deporte*. Buenos Aires, Argentina: Planeta

Smelser, N. (1989). *Teoría del comportamiento colectivo*. Bogotá, Colombia: Fondo de Cultura Económica.

Soares, A., De Melo, L., da Costa, ., Bartholo, T., & Bento, O. (2011). Jogadores de futebol no Brasil: mercado, formação de atletas e escola. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, 33(4), 905-921.

Szymanski, Stefan (1998), Why is Manchester United so Successful. *Business Strategy Review*,9 (4), 47-54.

Vilalta, J. (2006). *El espíritu del reportaje*. Barcelona, España: Universitat Barcelona.

Zimbalist, J., Zimbalist, M. (2011). The two Escobars [documental] Buenos Aires, Argentina: Disney & ESPN Media networks Latin America.