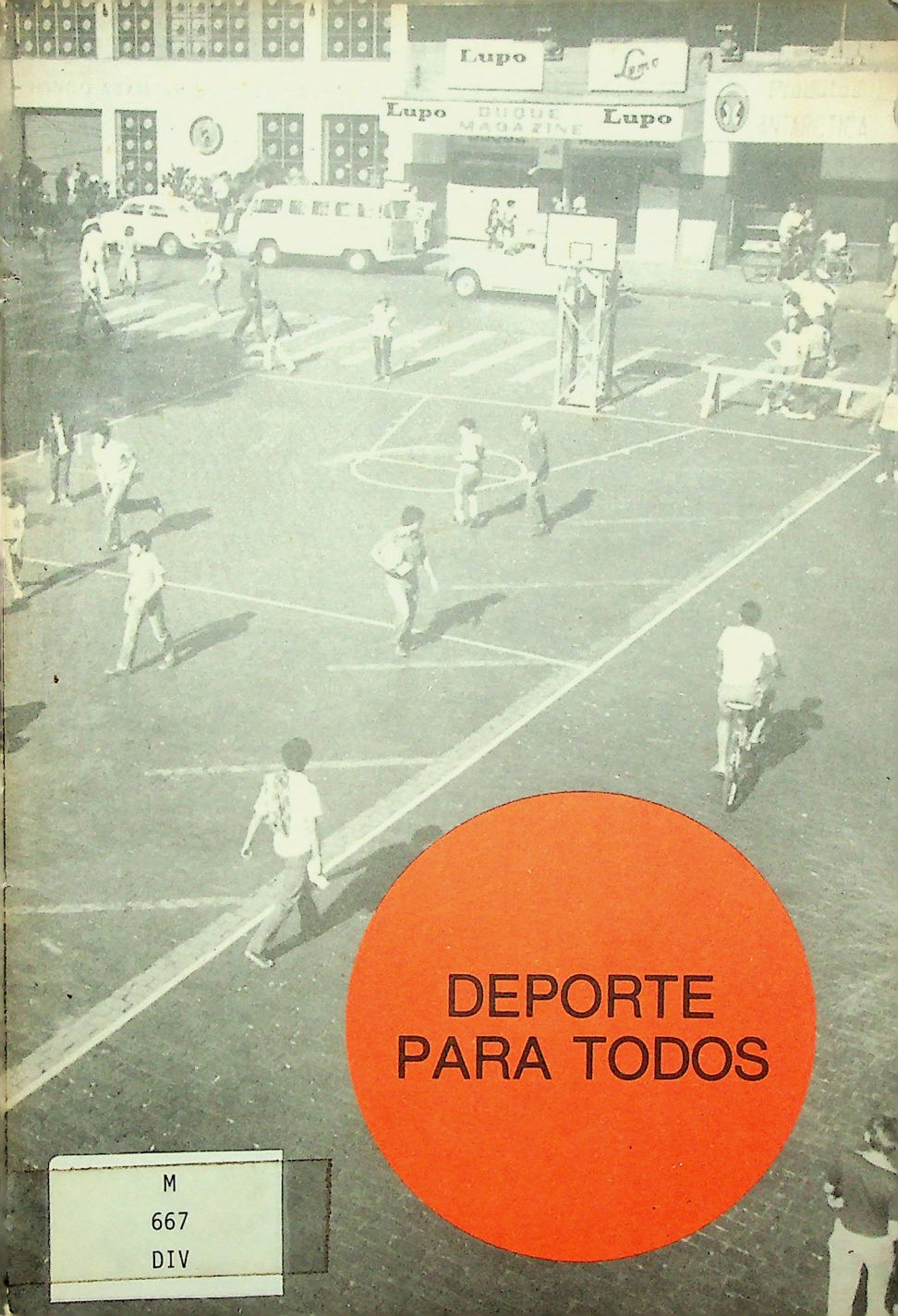




DEPORTE PARA TODOS

M
667
DIV

PRESIDENTE DA REPÚBLICA
João Figueiredo

MINISTRO DA EDUCAÇÃO E CULTURA
Rubem Ludwig

DEPORTE PARA TODOS

Ministerio de Educación y Cultura del Brasil
Secretaria de Educación Física y Deportes - SEED/MEC
Fundación Movimiento Brasileño de Alfabetización - MOBRAL



PRESIDENTE DE LA REPUBLICA
João Batista Figueiredo

MINISTRO DE EDUCACIÓN Y CULTURA
Rubem Ludwig

SECRETARIA DE EDUCACIÓN FISICA Y DEPORTES
Péricles de Souza Cavalcanti

SUSECRETARIA DE DEPORTE PARA TODOS
Newton Hieráclio Ribeiro

Orientación Técnica
George Takahashi

Editor
Lamartine Pereira da Costa

Producción
Sonia Silveira

Equipo Técnica
"Comunidade Esportiva"

Direcion Postal para contatos
Secretaria de Educación Física y Deportes
Via N-2 - Anexo 1 do MEC - 2º andar
70.047 - Brasília - DF/Brasil

Revista "COMUNIDADE ESPORTIVA"
Rua Voluntários da Pátria, 53 - Botafogo
22.270 - Rio de Janeiro - RJ/Brasil

COPYRIGHT C 1982 - SEED/MEC - Brasil

ÍNDICE

1º CAPÍTULO - DEFINICIONES Y OBJETIVOS

- 1.1 - FINALMENTE: QUE ES EL DEPORTE PARA TODOS? 9
Lamartine Pereira da Costa
- 1.2 - PRINCIPIOS DEL DEPORTE PARA TODOS 15
Lamartine Pereira da Costa

2º CAPÍTULO - PUBLICIDAD

- 2.1 - BASES INSTITUCIONALES DEL DEPORTE PARA TODOS 25
Lamartine Pereira da Costa
- 2.2 - LA DIMENSIÓN PUBLICITARIA DEL DPT 35
Lamartine Pereira da Costa
- 2.3 - PUBLICIDAD DE ARTESANÍA 45
Lamartine Pereira da Costa

3º CAPÍTULO - METODOLOGIA

- 3.1 - POR UNA NUEVA METODOLOGÍA DEPORTIVA DE BASE 55
Lamartine Pereira da Costa
- 3.2 - COMO OCURRE EL DPT EN LA COMUNIDAD 57
Person Cândido Matias
- 3.3 - PRESUPUESTOS BÁSICOS PARA ACTIVIDADES DE DPT 73
Lamartine Pereira da Costa
- 3.4 - MINI DEPORTE SESC 93
Equipo Técnico - SESC/SP
- 3.5 - MACRO GIMNASIA 101
Darcymíres Rego Barros
- 3.6 - PROGRAMA DE GIMNASIA MATINAL 107
Equipo Técnica de la Fundación Ishibrás
- 3.7 - MINI VOLLEY-BALL: NUEVOS CAMINOS PARA LA INICIACION 113
Valdebi Romani
- 3.8 - COLONIA DE VACACIONES 119
Equipo Técnica de la Comunidad Deportiva
- 3.9 - COLONIA DE VACACIONES - VISION COMUNAL 125
Person Cândido Matias
- 3.10 - EQUIPOS PARA TODOS 129
Equipo Técnica de la Comunidad Deportiva

3.11 - PROYECTO SALUD	135
<i>Maurício Bicalho</i>	
3.12 - SUPERMERCADO BOULEVAR	139
<i>Sonia Silveira</i>	
3.13 - SERVENCO	143
<i>Sonia Silveira</i>	
3.14 - ITAPIRA - UN GRAN EJEMPLO	149
<i>Sonia Silveira</i>	

FINALMENTE:
QUE ES EL DEPORTE PARA TODOS?

CONSEJO NACIONAL DE DEPORTE

1.º CAPITULO DEFINICIONES Y OBJETIVOS

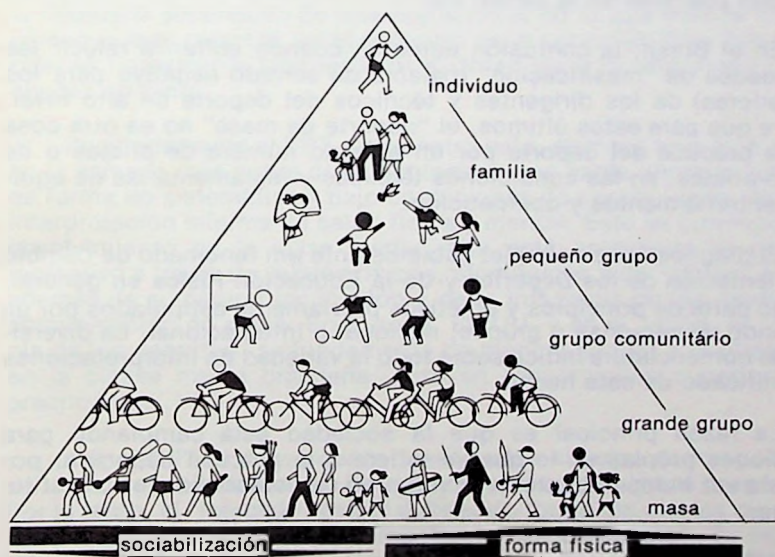


El Consejo Nacional de Deporte, en cumplimiento de sus funciones, ha elaborado este documento con el fin de definir los conceptos y objetivos del deporte para todos.

1.1

FINALMENTE: QUE ES EL DEPORTE PARA TODOS?

LAMARTINE PEREIRA DA COSTA



El DPT, o por extenso, el Deporte para Todos, es apenas un nombre entre varios que convergen para puntos de identificación

comunes. De la UNESCO recibimos la denominación "deporte de masa", de la SEED-MEC "deporte de recreo" y son coherentes las expresiones "deporte recreativo", "deporte comunal", "deporte para cualquier persona", "recreo deportivo", "iniciación deportiva", etc.

Recientemente, en Río de Janeiro, la Universidad Gama Filho introdujo la denominación de "Educación Física Permanente" nomenclatura de gran creatividad para el actual momento de la evolución de la Educación. Además, la mayor parte de las organizaciones brasileñas que realizan iniciativas en área del DPT, prefiere dar nombre específico a la promoción "per se", sin vinculación al género de actividad. Curiosamente algunas otras organizaciones trabajan con el DPT, desconociendo este hecho...

En el ámbito internacional, la situación no es diferente. A pesar de existir el *Sporte for all/Sport pour tous*, nacido en Europa, la mayoría de los países que adoptaron los principios del movimiento prefiere la adopción de nomenclatura propia para sus actividades y campañas. En los países escandinavos hay un término medio: la actividad deportiva para cualquier persona es TRIM; las campañas son TRIM o reciben identificaciones propias, mientras que las modalidades simplificadas para la masa se adjetivan peculiarmente: trim-volley-ball, trim-hockey, trim-orientering (carreras de orientación), lauf-trim (carreras en la calle), etc.

En el Brasil, la confusión aumenta cuando entran a relucir las ansiedades de "masificación" (palabra de sentido negativo para los educadores) de los dirigentes y técnicos del deporte de alto nivel. Ocurre que para estos últimos, el "deporte de masa" no es otra cosa que la práctica del deporte por un elevado número de atletas o de pseudo-atletas, en las condiciones técnicas y reglamentarias de equipos, entrenamientos y competición.

El diagnóstico es simple: estamos ante um fenómeno de cambio de orientación de los Deportes y de la Educación Física en general, que no parte de principios y objetivos previamente estipulados por un comando de personas o grupos, nacional o internacional. La diversidad de nomenclatura indica sobre todo la variedad de interpretaciones y significado de este hecho.

La razón principal es que la sociedad está cambiando para posiciones propias en lo que se refiere a la práctica deportiva, por primera vez independiente de la voluntad de personalidades o instituciones.

Así es válida la afirmación común de que el deporte para todos existió siempre. Con efecto, las comunidades, en los diferentes países y regiones, presentaron siempre manifestaciones espontáneas en el deporte de naturaleza cultural y, muchas veces, en el estilo y

proporciones de masa. El foot-ball de canchitas o el volley-ball de playa son ejemplos brasileños dignos de mención.

En la actualidad, lo que está apareciendo es un conjunto de iniciativas para atender a las fuerzas de la demanda social cuanto al recreo activo. Esta solicitud - individual, comunal y de masa al mismo tiempo - se verifica en grados y estilos diversos, simplemente en razón de la variedad natural de las tendencias y disponibilidades materiales de las personas, así como de la diversificación de los medios y modos de la práctica deportiva que surgió en los últimos años.

Una forma de llevar adelante esta análisis, sería con la adopción de los modelos de marketing: "el mercado" (en este caso la sociedad) está en evolución para una autonomía; "el producto" (las actividades deportivas), ya no es más monopolizable por categorías profesionales e institucionales ante la creciente circulación de informaciones sobre el asunto y el surgimiento de "embalajes" (percepción de los beneficios y características del deporte) y de "contenido" (maneras y métodos de la práctica) más accesibles a la "compra".

Es evidente que la apreciación de las causas de este fenómeno huye a la intención de las presentes notas, pero cabe dar importancia a la necesaria separación de interpretaciones de lo que sucede con las personas más carentes, en el conjunto de la sociedad. Esta preocupación es típicamente brasileña teniendo en vista la disparidad de los niveles de renta.

Inusitadamente el DPT, en nuestro país, siempre tuvo más fuerza en la camada más pobre de la población, que hasta ahora lo practica de forma no sistemática y bajo condiciones de simple juego, con una interpretación mínima de salud física y mental. Esto se contrapone al involucramiento de la clase media, que está aceptando el deporte recreativo a través de valores físicos, psicológicos y de "status" social, además de su natural inclinación y de la influencia de los medios de comunicación de masa. En Europa, EE.UU. y en el Japón, la "nueva ola de los deportes" se fundamenta de manera similar a la observada en la clase media brasileña, pero en proporciones superiores de practicantes.

Así, el DPT es convergente cuanto a los anhelos de los pobres y de la clase media del Brasil, divirgiendo apenas en ciertos propósitos. Por lo tanto, el "mercado" existe cubriendo todos los niveles de renta, variando el "producto" en su "embalaje" y su "contenido". Se explicaría de esta manera el éxito de las diferentes iniciativas del Deporte para Todos, en cualquier Municipio en todas las regiones del país, cuando las personas son realmente movilizadas y hay un mínimo de organización.

La atención a estas constataciones, por medio de la experiencia o de la lógica, nos lleva naturalmente a algunas previsiones. La primera, pesimista por razones históricas, es la del aumento de la amenaza de intervenciones excesivamente sistematizadoras por parte de entidades del gobierno o particulares, deseosas de actuar en el mercado. Esto puede acarrear fracasos que serán obviamente atribuidos al DPT y no a las iniciativas.

La segunda, optimista ante la necesidad de la sobrevivencia del deporte amateur y profesional de alta categoría en el país - es la adhesión cada vez más rápida de los dirigentes y técnicos a los principios del DPT. La innovación de las promociones deportivas para cualquier persona no fue entendida en un primer momento, pero progresivamente aparece como la salida para una crisis que amenaza volverse crónica.

Además de esta dimensión política, el deporte de alto nivel está recibiendo la influencia del exterior, donde técnicamente ya se sabe que el atleta de alto nivel es un ser desarrollado. La iniciación deportiva en sus métodos tradicionales, procuraba, justamente, formar en masa pseudo-atletas, en la infancia o en la juventud, según la modalidad.

Para ello, una infra estructura adecuada de recursos humanos, técnicos y científicos, instalaciones y equipos fue una condicionante que algunos pocos países ricos consiguieron montar para dar cobertura a los atletas fenómenos que surgieron a través de la iniciación deportiva y de las respectivas competiciones sistemáticas.

Hoy la experiencia del uso de estos recursos muestra que la mejor alternativa es la de máxima ampliación del número de practicantes a través de los juegos simplificados, imitadores de las modalidades deportivas y potencializadores del apareamiento de practicantes excepcionales. Se trata de una solución mucho más barata y eficaz, ya que alcanzó el consenso técnico de que la formación múltiple, y lo más natural posible, ofrece mejores resultados que el chaleco de fuerza de la iniciación deportiva tradicional.

En estos términos, estamos ante una coincidencia de rumbos entre el DPT y la "masificación" deportiva que ya está materializándose en países como la Alemaña Oriental y que promete repetirse en el Brasil. Ejemplos oportunos y que sirvan de fundamento para esta afirmación es la expansión del mini-volley-ball recreativo, a partir de la ciudad de Campinas, en São Paulo, y la realización de festivales de natación en ciudades del interior de Río de Janeiro, por iniciativa de la Federación Acuática de este Estado.

Tales conclusiones explican también la fuerza ideológica - en términos de ideales deportivos - que algunos profesionales y personas aficionadas toman al informarse adecuadamente sobre el DPT. Hay,

finalmente, un camino que atiende tanto a las reclamaciones comunales cuanto al idealismo del deporte, actividad tradicionalmente de la nata de la sociedad, pero incluida entre las necesidades básicas humanas. Hasta los más indiferentes pueden percibir que la solución del DPT puede constituir un nuevo aliento en la Educación Física y en los deportes brasileños.

Si se aceptan los argumentos anteriores, el problema siguiente es el de acelerar el desarrollo del Deporte para Todos, que hoy está benéficamente fragmentado por todo el país, en iniciativas muy variadas en género y grado. La acción preliminar en el caso, es la de saber mezclar en proporciones iguales, o como mínimo sin contradicciones, el uso de agentes (voluntarios, profesores, técnicos, dirigentes, etc) con el grado de intervención de las diferentes instituciones y con el uso de los medios de comunicación de masa, sin olvidar la forma adecuada de los mensajes publicitarios.

De manera simétrica a esa mezcla tendremos que analizar el "mercado" procurando establecer, en términos generales, lo que se llama de compuesto de marketing (marketing mix). El ejemplo es típico de marketing social, versión moderna y adaptada de la mercadología empresarial. Aparentemente sofisticados, el ejercicio es simple y debe anteceder a cualquier proyecto, sea de promoción o de política global de actividades.

Nuestra propuesta para la segmentación del mercado está esquemática por la pirámide de los grupos sociales y que ilustra las presentes anotaciones. El modelo es bastante genérico y se consolidó a partir de la observación del DPT y del deporte tradicional, en el Brasil e en el exterior.

De manera diferente del marketing empresarial, el "mercado" de practicantes deportivos está segmentado más por grupos naturales y operacionales, con referencia a la actividad, que por renta. Así, las carreras en las calles se ajustan predominantemente a individuos aislados, al paso que los paseos a pie o en bicicleta son actividades características de masa.

Los juegos, dependiendo de sus características, se ajustan a las familias, a los pequeños o grandes grupos, a aún a los llamados grupos comunales, de 30/40 personas aglutinadas por razones de interés y sujetos e lideranzas naturales.

La grande cantidad de alternativas de actividades deportivas simplificadas se ajustan en grados diferentes a los niveles de la pirámide, que en verdad son interpenetrables y no sobrepuestos, como puede hacer pensar el esquema. Así, el individuo forma parte de todos los demás niveles y estos de los que se suceden. También resulta evidente que a medida que los niveles suben a partir de la masa, más operacionales y, por consecuencia, más orientadas para la forma

física se presentan las actividades. En sentido contrario - del individuo para la masa - el grado de socialización aumenta.

Como ambas condiciones - la organización social y el aumento de la forma física - son básicas para la actividad deportiva, los sentidos divergentes deben ser dosados de manera a obtener el máximo de rendimiento por modalidad DPT a promoverse.

De cualquier manera, la obtención del mercado por un determinado movimiento deportivo sólo podrá ocurrir al conseguirse alcanzar todos los niveles de la pirámide de forma simultánea y mediante el desdoblamiento de las actividades. Así, las actividades típicas de masa - como paseos ciclísticos - son despreciables técnicamente en términos de Educación Física, ya que no son sistemáticas y metodizadas, siendo, sin embargo, del más elevado valor sico-social, más que las actividades de gimnasia individual, debidamente organizadas y conducidas.

En síntesis, todos los niveles se interpenetran cuanto a las actividades diversificadas disponibles y ofrecen un resultado global mayor que el de la simple suma de las desagregaciones de la organización social. Tenemos entonces el "efecto de masa" que debe ser el objetivo-medio para el desarrollo del DPT.

El deporte de alto nivel, en el caso, es el receptor, en condiciones ideales, de los individuos de calificación excepcional que surgen de manera espontánea del flujo de bajo para arriba en las actividades referenciadas a la pirámide.

Evidentemente, esta pirámide de niveles inter-penetrantes es apenas el inicio de la segmentación del "mercado" que necesita ser observado también a través del perfil de rentas, de los grupos por edades, de la socialización espacial, etc. En este contexto, las actividades - la línea de "productos" del DPT - son los elementos de ligación con los "vendedores" (agentes, instituciones, gobiernos y medios).

Después de estas explicaciones podemos responder técnicamente al título desafiador del presente trabajo: El DPT es el conjunto de todas las actividades deportivo-recreativas que visen, en grados diferentes, a la sociabilización y a la forma física de los practicantes; que ocurren en locales y con equipos improvisados y bajo orientación o auconducción simplificada; y que tengan acceso a todos los grupos naturales de la sociedad, sin limitaciones excesivas de condiciones económicas, de sexo o de edades.

Y por último, pero no menos importante: el DPT es cualquier actividad deportiva que no sea practicada en condiciones de alto nivel, pero que le pueda servir de apoyo cuando así fuere deseable.

1.2

PRINCIPIOS DEL DEPORTE PARA TODOS

LAMARTINE PEREIRA DA COSTA

PROPOSITOS

La demanda social de prácticas deportivas crece en todo el mundo. Se trata de una tendencia que se vincula tanto a las actividades al aire libre, como a la valoración del tiempo de recreo. Por otra parte, las presiones de la vida moderna provocan en las personas solicitudes por contacto social y por compensaciones de ejercicios físicos; así, la sociabilización y el estado físico nortean el deporte moderno, sea del lado de la práctica en masa y paralelas a las versiones más tradicionales de alta competencia y del escolar. El "DEPORTE PARA TODOS" (DPT) es un movimiento que busca el encuentro con estas solicitudes, hoy categorizadas como deporte de masa y comunal.

ORIGENES

En Brasil, el Deporte para todos nació con la versión no formal del foot-ball - en el baldío, entre 1910 y 1920. En la década del 30 la Escuela de Educación Física del Ejército introdujo la Colonia de Vacaciones, siguiéndose las calles de Recreo de la antigua División de Educación Física del MEC, al final de los años 50. A partir de 1973 se inició un movimiento para expandir el DPT que redundó en su reconocimiento legal en 1975. En este mismo año, fue lanzada la campaña MUEVASE por la televisión; en 1977 la campaña DEPORTE PARA TODOS implantó el DPT en todo el país (SEED-MEC/MOBRAL/ SECRETARIA DE EDUCACIÓN), transformándose en movimiento a partir de 1979 de diversas entidades y personas reformistas.

DEFINICIONES

La experiencia brasileña, ya con 70 años, indica que el DPT es un medio término entre las modalidades deportivas tradicionales y los juegos no formales, es decir, actividades con un mínimo de organización y de técnicas que permitan un máximo de participación. Así, en una primera aproximación, se comprende el DPT en el Brasil como el conjunto de todas las actividades deportivo-recreativas que visen, en grados diferentes, a la sociabilización y la forma física de los practicantes; que ocurren en locales y con equipos improvisados y bajo la orientación o auto conducción simplificada; y que tengan acceso a todos los grupos naturales de la sociedad, sin limitaciones excesivas de condiciones económicas de sexo o de edades. Además, en una perspectiva más amplia: el DPT es cualquier actividad deportiva que no sea practicada en condiciones de alto nivel, pero que la pueda servir de apoyo, cuando así fuere deseable.

OBJETIVOS

Hay varias versiones y nomenclaturas para el DPT, teniendo en vista las condiciones sociales y peculiaridades culturales de cada país o región. En el Brasil el DPT asumió conformaciones regionales y naturales, tanto en la práctica de las actividades como en el estilo de la organización de los eventos. Por lo tanto, los objetivos del DPT, en nuestro país, ha sido el de las actividades, variando según los deseos de grupos sociales o de organizaciones y personas promotoras. Esto es semejante a lo que sucede con la Educación Permanente, cuyos objetivos van siendo creados a partir de las diferentes soluciones efectivadas en diversos países. Una tendencia ya identificada, tanto en el Brasil como en el exterior es la de denominar cada promoción o campaña ("Domingo Alegre", "Muévase", "Domingo para Todos", "Playa de vacaciones", etc.).

LOCALES

Como fenómeno de demanda social el DPT debe suceder en el contexto natural de los grupos sociales donde se sitúan las comunidades: calles, plazas, parques, playas, parqueamiento de coches, campos y áreas libres de una manera general. Eventualmente locales formales de práctica deportiva y de Educación Física (clubs, escuelas, cuarteles, etc) pueden ser adaptados para actividades simplificadas y de amplia participación.

El área libre es la llave del futuro del DPT, ya que las comunidades son limitadas en padronización, sincronización y continuidad de las actividades, al contrario de las prácticas formales que se apoyan en estas características.

CLIENTELA

Los grupos formales (alumnos en clases, equipos en clubs, etc) pueden practicar modalidades simplificadas y de manera no formal, dentro de las condiciones del DPT, sin embargo la apertura para la comunidad significa ir al encuentro de los grupos sociales. Así, la corrida en la calle ("Cooper") se adapta a individuos aislados, al paso que los paseos a pie o en bicicleta son actividades características de grandes grupos. Los juegos, dependiendo de sus peculiaridades, se ajustan a la familia, a grupos grandes o pequeños, o aún a los llamados grupos comunales, de 30 a 40 personas reunidas por razones de interés y sujetos a lideranzas naturales. Cabe destacar que los grupos sociales son interpenetrantes, o sea, el individuo forma parte de todos los demás niveles y estos de los que se suceden hasta la dimensión de masa. Esta representa el conjunto de todos los grupos sociales y tiene reacciones propias, diferentes de la simple adición de los grupos componentes.

ACTIVIDADES

Considerándose los grupos sociales naturales (individuos, familia, pequeño grupo, grupo comunal, grupo grande se ajustan a las peculiaridades de cada uno, (hábitos, donde se sitúan, como se trasladan, donde pueden aglutinarse, etc.). En el caso, la práctica en masa es el resultado global. Además, a medida en que el nivel del grupo sube a partir de la masa hasta el individuo, las actividades son más pertinentes para la obtención de la forma física. En sentido opuesto del individuo para la masa-el grado de sociabilización aumenta. Además de los ya tradicionales eventos de las colonias de vacaciones, calles de recreo, gimnasia de padres e hijos, macro-gimnasia e iniciación deportiva, ya fueron levantadas en el Brasil cerca de 60 modalidades deportivas simplificadas (foot-ball-DPT, volley-ball-DPT, basket-ball-DPT, etc.) inclusive las versiones del mini volley y del mini basket-ball, más suavizadas en sus exigencias. Los paseos en bicicleta, a pie y otros son denominados de "impacto", mientras que las anteriores son de apoyo o de permanencia, dependiendo respectivamente de objetivar consciencia y motivación (eventos de duración media), o involucramiento de larga duración (iniciación deportiva, por ejemplo).

MOVILIZACION

Movilizar significa buscar adhesiones y participación para determinadas acciones a ser desarrolladas y que, de una manera general, necesitan de colaboración voluntaria. En el DPT, las actividades necesitan ser promovidas, o sea, anunciadas a los participantes con las indicaciones de referencia (lo que es, dónde, cómo, cuándo, etc.); por otra parte, la organización de eventos solicita la adhesión de personas

(voluntarios, profesionales, semi-profesionales) y de entidades (órganos del gobierno, empresas, sociedades, etc), que también deben ser procuradas, motivadas e informadas, para cooperar. Esto es la esencia e la acción comunal - la base del desarrollo social - que encuentra ahora el deporte, tradicionalmente ligado a grupos cerrados en todos los países. Los propios principios del DPT pueden constituir una forma de movilización si fueren interpretados como una ideología, es decir, un conjunto de ideales, por parte de aquellos que creen en el deporte y en su mudanza necesaria.

LINEA DE MASA

Se llama "línea de masa" las costumbres o idealizaciones de uso corriente en el pueblo. Movilización en la línea de masa significa buscar adhesiones y organizar acontecimientos que vengan de encuentro a los deseos populares. El DPT cumple sus propósitos cuando entra en la línea de masa y no cuando es presentado como una innovación, una nueva actividad que debe ser impuesta a las comunidades. El riesgo de seguir la línea de masa es el de crear interpretaciones de manipulación, como en cualquier otra actividad que busca contacto popular.

PUBLICIDAD

La publicidad es el medio principal del DPT, para movilizar, ya que alcanza un número mayor de personas con sus mensajes y exposición de motivos. El deporte tradicional está organizado para ser procurado por las personas, al paso que el DPT está propuesto para adaptarse a las necesidades de aquellas. La publicidad, en el caso, permite que esto ocurra a medida que observa el retorno de la aceptación popular a las actividades y altera el contenido de los mensajes, y si fuere necesario, la propia actividad.

DIMENSION CULTURAL

El DPT es más cultura que educación, ya que se apoya en usos y costumbres populares. Así, el desdoblamiento de las actividades del DPT, en diferentes nuevas modalidades y juegos, es una consecuencia normal del modismo cultural que es también dinámico, mutable y pasajero. Ya el hábito, de donde se originan los modismos, es estático, duradero y aspira a la continuidad. El DPT, como el deporte de un modo general, es una costumbre, al paso que sus promociones pueden ser moda. Por otro lado, la organización de eventos de DPT junto a las comunidades es una otra manera de educación, la no formal.

DIMENSION EDUCATIVA

La organización de eventos del DPT en el seno de las comunidades, obedeciendo a su cultura y su autonomía, es educación no formal que obedece menos a normas pedagógicas tradicionales. Tenemos así lo que se llama de "pedagogía social" que interpreta las técnicas de las actividades desarrolladas, no solamente deportivas, como también otras de naturaleza social, a la luz de la movilización comunal. No existiendo educación formal neutral, (siempre hay una ideología en ella) la no formal es menos tendenciosa, especialmente habiendo una permanente adaptación a los deseos y a las posibilidades de las personas. Además, el DPT es la versión deportiva que corresponde a la cultura de masa, un fenómeno actual provocado por los medios de comunicaciones modernos que permiten el acceso de la masa a los bienes culturales cuando estos son simplificados.

DIMENSION DE LA COMUNICACION

Las condiciones para que el mensaje pueda ser asimilado por la audiencia de los modernos medios de comunicación de masa (radio, televisión, diario, etc) son la simplificación, la sintetización y la masificación. El DPT atiende a estos pre-requisitos a medida en que se constituye en símbolo ya perteneciente al repertorio del público (como cualquier juego); sintetiza por ser de rápido consumo, encuadrándose en el tiempo disponible de las personas de un modo general; y masifica ya que puede ser entendido por todos. En vista de ello, el DPT es la solución para el futuro de la Educación Física y los deportes y no un problema de abastardamiento por la simplificación: las mismas fuerzas (los medios de comunicación) que masifican crean nuevas aspiraciones que cambian el sentido original; los nuevos practicantes obtienen auto afirmación, independencia y, sobre todo, un medio de expresión.

DIMENSION DE LA SALUD

El hecho de entender el deporte como factor de salud, acompaña de cerca la interpretación del deporte como medio educacional. El desdoblamiento del deporte en la comunidad, en la comunicación, en el recreo, en la política, etc. condujo las atenciones para el campo social, reduciendo entonces la percepción de salud por parte de la opinión pública. Sin embargo, con el DPT las personas son atraídas para el deporte por su valor social, descubriendo así un camino personal de salud. Esta es entendida en la definición de la Organización Mundial de Salud como una "situación de completo bienestar físico, mental, social y espiritual" la cual puede ser alcanzada por la ejecución de actividades sin exageros para obtener una forma física,

siempre comportando medios de sociabilización (la unión de personas con finalidades recíprocas).

EDUCACION FÍSICA PERMANENTE

La Educación Física Permanente es el proceso educativo que relaciona las actividades deportivas y de Educación Física a los hábitos cotidianos de la vida, abarcando cualquier persona, en cualquier edad y en cualquier oportunidad. El movimiento DPT es un medio para llegarse a las finalidades de la Educación Física Permanente y esta para volverse una realidad busca: igualdad de oportunidades, permanencia de la actividad física, orientación individual y colectiva, auto formación y auto conducción, sugestión, improvisación de actividades y locales, carácter comunal y movilidad de los participantes.

CANTIDAD X CALIDAD

El DPT busca el efecto de masa, la universalización y la democratización, por lo tanto es esencialmente vinculado a la cantidad. Esta, sin embargo, no debe ser entendida como una reducción de calidad que es la condición de la propia sobrevivencia de la Educación Física y de los deportes. La solución está en el medio, en la adopción del llamado modelo dualista: máxima dispersión de las actividades de masa conviviendo y apoyando una super concentración de actividades de la nata deportiva. Antes de la realización del DPT, la tendencia brasileña era la de hacer exactamente lo contrario, es decir, dispensar la nata y concentrar en pocas promociones las modalidades simplificadas. El resultado fue el de haber inhibido estos polos de desarrollo que representan el equilibrio entre los sistemas formales y las actividades no formales. Esto indica que el futuro dependerá de la integración de la masa (cantidad) con la nata (calidad).

AGENTES

La dimensión cultural del DPT y su adaptación comunal implica en la utilización de agentes: personas o grupos que darán sentido de orientación y de información (cómo, dónde, cuándo, por que, etc), a las actividades ya establecidas y aceptadas.

Así, el DPT es una propuesta y no una imposición; la repetición de esta propuesta, materializada con eventos, creará la conscientización, sostén final para la práctica habitual. Los agentes son endógenos cuando pertenecen a la propia comunidad y exógenos en la situación de influencia externa. El ideal del DPT es la utilización del

profesional de Educación Física y de deportes como agente exógeno, elemento multiplicador de agentes endógenos. Las composiciones de agentes, sin embargo, son pertinentes a los diferentes pasos de la evolución del DPT en cada región. De cualquier forma, el marcado de trabajo para la Educación Física y para los deportes aumenta con la apertura para la comunidad, repercutiendo también en el desarrollo de las actividades escolares y de la nata, receptoras naturales del efecto de la masa.

COSTOS

Los costos representan la justificativa principal del DPT, bajo el punto de vista administrativo. Como programa del gobierno o de entidad particular, las actividades deportivas simplificadas son altamente factibles en razón del bajo costo unitario por participante. Esta condición completa los propósitos de universalización y democratización del DPT. Se identifica, por otro lado, una tendencia de algunas entidades del campo social en realizar "proyectos de prestigio", o sea, acciones sujetas a costos elevados y de atendimento limitado. Siendo el DPT una actividad naturalmente selectiva de las comunidades y una propuesta de máxima participación, no puede ser entendido como deporte reducido y controlado, para efectos puramente publicitarios de las entidades patrocinadoras. De cualquier manera, los costos reducidos permiten la adopción del DPT por empresas particulares que busquen medios de desarrollo de sus empleados. Esto puede constituir la base del involucramiento de organizaciones industriales y comerciales de alto nivel de competición, como desdoblamiento natural de la masa interna practicante.

PRIORIDAD SOCIAL

En un país como el Brasil, que muestra diferenciaciones sociales de importancia, es natural que sea discutible cualquier actividad que no esté incluida entre las prioridades de las personas carentes. El DPT, sin embargo, pertenece a las necesidades básicas de la población más pobre si comprendemos que la recreación activa es complementación del propio alimento y del trabajo. En realidad, el DPT es una actividad electiva y de derecho de las personas con menor recurso y con eso en vista, el movimiento brasileño organizó sus bases, de forma diferente de las campañas extranjeras. Estas afirmaciones son comprobadas por la práctica del foot-ball en canchitas, hoy adoptada en masa por la población pobre de nuestro país. Además, el DPT no debe ser interpretado como actividad típica de asistencia social pero como medio de desarrollo comunal; algunas organizaciones en estas condiciones usan actividades del DPT para hacer contacto con las

comunidades pobres que lo aceptan con mayor facilidad que a otras prácticas sociales.

CONTINUIDAD Y DESCONTINUIDAD

La utilización de campañas, promociones de impacto, publicidad, agentes, etc. es nueva en la Educación Física, y en la Educación de manera general. Los educadores se preocupan con la continuidad de las actividades, interpretando estos nuevos medios de abordaje del DPT, que no son continuos del mismo modo que el comportamiento comunal - como simple demostraciones sin posibilidades de asimilación para la formación de hábitos. La pedagogía social, sin embargo, obtuvo resultados concretos en varios países, exactamente debido a la insistencia y a la repetición de campañas y promociones diversas. Cabe resaltar que la experiencia de los países muestra que la continuidad pedagógica es un mito ante la burocracia que se instala en las entidades y de las carencias de los medios adecuados. El resultado es el crecimiento de un simulacro de las actividades que son continuas por imposición, sin interés o condiciones reales de realización. Hay, además, soluciones intermediarias compuestas del fijo (continuidad) con el móvil (descontinuo) como está propuesto en versiones de la Educación Permanente; Aparentemente ahí está el desafío del DPT y otras versiones de Educación Permanente, es decir, equilibra las necesidades de continuidad con la movilidad natural de los grupos sociales.

2º CAPITULO PUBLICIDAD

2.1

BASES INSTITUCIONALES DEL DEPORTE PARA TODOS

LAMARTINE PEREIRA DA COSTA

En el Brasil, desde 1934, surgieron diversas iniciativas de parte de instituciones particulares y gobiernos de ciudades y Estados que adoptaron parte o connotaciones de las características del DPT. Intuitivamente esas organizaciones procuran dar evolución al deporte tradicional, con bases en aspectos populares y folklóricos.

En 1957, por ejemplo, surgieron las "calles de recreo" - vías cerradas al tráfico, donde son realizados juegos recreativos y actividades deportivas improvisadas - objetivando la popularización del deporte en locales sin instalaciones y orientación especializada.

Del punto de vista del Gobierno Federal, el Ministerio de Educación y Cultura, a través del Departamento de Educación Física y Deportes (DED), estableció en 1976, el Plan Nacional de Educación Física y Deportes (PNED) que abordó la cuestión deportiva de masa.

La legislación correspondiente, a su vez, confirmó el plan legalizando del propalado tripode del deporte: estudiantil, alto nivel y de masa. Prevalece en el primer caso la Educación Física involucrando la orientación de Profesores, de curriculum, de instalaciones, equipos, etc; enseguida, tenemos el deporte organizado que exige reglas, disciplina, orientación especializada, instalaciones, estadios, equipos, etc; la tercera actividad, propuesta como sostén de las otras dos, se refiere a las actividades deportivas improvisadas, sin formalismos, de práctica espontánea y recreadora, al alcance de cualquier persona.

El PNED característicamente se apoyaba en la fragilidad básica del deporte nacional: el recreo deportivo, practicado por gran cantidad de personas, aún no existía en proporción y diversificaciones suficientes como para originar entusiasmo y sostén para el deporte estudiantil o para el de alto nivel, creándose así un círculo vicioso con la falta de recursos humanos, financieros y de organización.

En 1977, como consecuencia del PNED, se dió partida a la campaña "Deporte Para Todos" en todo el territorio nacional, teniendo como vehículo el MOBREAL (Movimiento Brasileño de Alfabetización) asumiéndose en ese momento los objetivos característicos del deporte de masa, en sus diversas dimensiones de atendimento.

1. Diversión

Orientar el tiempo libre para la práctica deportiva con placer y alegría, de modo voluntario y sin perjudicar las demás posibilidades educacionales y culturales.

2. Salud

Crear oportunidades para mejorar la salud del pueblo, en lo que se refiere a la práctica de actividades físicas y recreativas en medidas posibles y adecuadas a las condiciones locales de las diferentes comunidades.

3. Desarrollo Comunal

Perfeccionar la capacidad de organización y movilización de las comunidades para el trabajo en conjunto, integrados y dentro del necesario sentimiento de vecindad, de barrio, de región y de Municipio.

4. Integración Social

Estimular la congregación y la solidaridad populares, dando énfasis a la unidad familiar, a las relaciones entre padres e hijos, a la participación femenina y a la valorización del niño y del anciano.

5. Civismo

Reforzar el sentimiento del pueblo de nacionalidad y de integración nacional.

6. Humanización de las Ciudades

Crear medios de practicar deportes recreativos con la participación de gran número de personas, conscientización general cuanto a los beneficios de las áreas libres en los grandes centros urbanos.

7. Valorización de la Naturaleza

Orientar la práctica de deportes al aire libre, principalmente en los niños, de manera a dar valor y a preservar áreas verdes, parques, bosques, florestas, playas, ríos, lagos, etc.

8. Adhesión a la Práctica Deportiva

Crear oportunidades y actividades deportivas simple e improvisadas, de modo a ampliar el número de practicantes, diversificar deportes a ser practicados y aumentar el uso de las instalaciones y áreas ya existentes.

9. Adhesión al Deporte Organizado

Entusiasmar, a través del contagio de emociones de la práctica con gran número de personas, el apoyo y la participación en las actividades de Educación Física estudiantil y del deporte en clubs y otras entidades.

10. Valorización del Servicio a la Comunidad

Congregar el apoyo popular a las entidades públicas y particulares que participan de los emprendimientos deportivos.

En vista de las definiciones y objetivos propuestos hasta aquí, conviene destacar el problema de la nomenclatura. Usamos inicialmente la expresión "deporte de masa", evolucionando después para "deporte para todos". Hay, efectivamente, alguna confusión terminológica, típica de una actividad aún no consolidada, y sujeta a diferentes interpretaciones.

Deporte de masa es el nombre técnico adoptado para identificar la alternativa de la práctica fuera del ambiente escolar o de la organización deportiva formal (club, federación, liga, etc). En algunos países socialistas, la expresión pierde su sentido una vez que el deporte estudiantil, el comunal (clubs) el del trabajador y otros, asumen dimensiones de masa y se confunden.

Deporte para todos es una expresión usada para designar la filosofía de los diversos movimientos surgidos en Europa en la década de 60, buscando una mayor informalidad y al mismo tiempo retirar su creciente tendencia para ser exclusivo de la nata.

En la actualidad la tendencia es la de adoptar "Deporte para todos" en vez de Deporte de masa en razón de la connotación negativa de "masa" (que muchas veces aparece más negativamente aún como "masificación").

Las circunstancias de definiciones, objetivos y terminología nos llevan a observar la evolución ideológica del "Deporte para Todos". Históricamente es digna de mención la llamada "Carta Europea del Deporte para Todos" que se caracteriza por sus propios enunciados, transcritos en la íntegra a seguir.

TEXTO ADOPTADO N.º 1

(Recomendación relativa a la adopción de la Carta Europea del Deporte para Todos)

Los Ministros Europeos responsables por el Deporte,

1. considerando que el objetivo del Consejo de Europa es conseguir una unión más estrecha entre sus miembros a fin de salvaguardar y promover los ideales y principios que constituyen su patrocinio común, así como favorecer su progreso económico y social de manera concreta mediante la busca de objetivo común con vistas a la protección y al desarrollo de la cultura europea,

2. recordando la recomendación 588 (1970) de la Asamblea Consultiva al desarrollo del Deporte para Todos y a la creación de estructuras de coordinación en ese ámbito, así como la Recomendación 682 (1972) relativa a la Carta Europea del Deporte para Todos,

3. conscientes de que el Deporte, además de ofrecer actividades creadoras y ocupaciones recreativas, puede contribuir para el desarrollo personal y social,

4. reafirmando que el hombre tiene necesidad para su equilibrio fisiológico y psicológico de un mínimo de ejercicio físico,

5. reconociendo el atractivo que ofrece el Deporte en todas las esferas de la población y su especial valor en un mundo en rápida transformación y que se caracteriza no sólo por un aumento de tiempo libre sino también por una urbanización y desarrollo tecnológico que tiende a disociar al hombre de su contorno natural,

6. considerando que el concepto del Deporte para Todos, formulado por primera vez en 1966 por el Consejo de Europa en el cuadro de esfuerzos realizados para promover la educación permanente y el desarrollo cultural, intenta extender los beneficios del Deporte al mayor número posible de personas,

7. destacando la naturaleza global de este concepto que abarca numerosas y variadas formas del Deporte que van desde la actividad física recreativa a la alta competición,

8. comprobando que el Deporte para todos establece ciertos problemas que no pueden ser resueltos de manera satisfactoria en un cuadro puramente nacional,

9. estimando, para este fin, que la adopción de principios comunes permitiría una armonización progresiva de las políticas nacionales,

10. felicitando el trabajo realizado por el Consejo de Cooperación Cultural y otros órganos internacionales, en el sentido de poder relevar varios principios comunes,

11. considerando que una Carta Europea del Deporte para Todos define estos principios y que podría constituir una base común para la acción de los gobiernos y otros órganos interesados, recomiendan al Comité de Ministros de Europa:

A. adoptar la Carta Europea del Deporte para Todos cuyo texto figura a continuación;

B. solicitar a los Estados, partes contractantes en la Convención Cultural Europea, que se comprometan a respetar, en la conducción de su política nacional, los principios de la Carta, tomar, tanto a nivel nacional como a nivel europeo, tantas disposiciones cuantas fueren necesarias, inclusive, si fuere el caso, medidas legislativas, para dar efecto a las obligaciones que dependen de la Carta.

Artículo I - Todos tienen derecho a la práctica del Deporte.

Artículo II - La promoción del deporte, como factor importante del desarrollo humano, debe ser incentivada y debidamente mantenida por fondos públicos.

Artículo III - El Deporte, por ser uno de los aspectos del desarrollo socio-cultural, debe ser tratado a nivel local, regional y nacional, juntamente con los otros órganos que intervienen en las decisiones de política general, como también en el planeamiento de Educación, Salud, Asuntos Sociales, límites de áreas y actividades recreativas.

Artículo IV - Es de la competencia de cada gobierno favorecer la cooperación permanente y efectiva entre las autoridades y los organismos voluntarios e incentivar la creación de estructuras nacionales que permitan desarrollar y coordinar el Deporte para Todos.

Artículo V - Deben tomar medidas que protejan el Deporte y los deportistas de cualquier tipo de explotación con finalidades políticas, comerciales o económicas y de prácticas abusivas y aviltantes, inclusive el uso de drogas.

Artículo VI - Dado que la amplitud de la práctica del Deporte depende, entre otras cosas, del número de instalaciones, de su variedad y de las posibilidades de acceso a ellas, el planeamiento global de estas instalaciones debe ser considerado como algo primordial y de responsabilidad de las autoridades públicas que deben llevar en cuenta las necesidades locales, regionales y nacionales, tomando medidas que tiendan a asegurar el pleno uso de las instalaciones existentes o a ser construidas.

Artículo VII - Deben establecerse disposiciones e inclusive medidas legislativas que aseguren el acceso de la naturaleza con la finalidad de la práctica de actividades recreativas.

Artículo VIII - En todo programa de desarrollo del Deporte, debe reconocerse como indispensable la creación de cuadros cualificados en todos los niveles de gestión técnico-administrativa.

TEXTO ADOPTADO N.º 2

(Resolución relativa al papel de las autoridades públicas, en lo que se refiere al desarrollo del Deporte para Todos)

Los Ministros Europeos responsables por el Deporte,

- recordando los principios de la Carta Europea del Deporte para Todos,
- estimando que las autoridades públicas ejercen un papel preponderante, en lo que se refiere a las promociones del Deporte y del bienestar de la población, adoptan las siguientes resoluciones:

1. Las responsabilidades de las autoridades públicas.

1.1. Sin perjuicio del derecho de iniciativa, el papel de las autoridades públicas es antes de todo complementar y debe ser ejercido para el sostén de las acciones particulares en beneficio de todos, mediante la creación de condiciones que favorezcan la práctica del Deporte, por el mayor número posible de personas.

1.2. El Deporte debe ser parte integrante de los programas de desarrollo cultural, educativo y de salud.

1.3. Una política deportiva eficaz sólo puede ser determinada y puesta en práctica mediante una cooperación de todas las instituciones particulares y públicas, implicadas de manera directa e indirectamente en el deporte, tanto voluntario como obligatorio.

1.4. Debe ser incentivada la formación y perfeccionamiento de

cuadros cualificados.

2. Participación de diversos grupos sociales.

2.1. En una perspectiva de educación permanente deben ser establecidas relaciones más estrechas entre la Educación Física, el Deporte Escolar y el Deporte Voluntario.

2.2. Las autoridades públicas deben incentivar, en la medida de lo posible, la práctica del Deporte en los jóvenes trabajadores y aprendices, así como los alumnos y estudiantes, a las personas que tienen obligaciones particulares en el cuadro profesional y familiar, los deficientes físicos, mentales y sociales, a las personas que se encuentren en la tercera edad y a los emigrantes.

3. Las condiciones materiales en la práctica del deporte.

3.1. Los proyectos de cada Estado deben incluir elementos de planeamiento de construcción de instalaciones deportivas.

3.2. Las legislaciones deben proporcionar actividades en contacto con la naturaleza y en una medida compatible para su protección, así como establecer reservas suficientes de espacios para juegos en los conjuntos habitacionales, aprovechando los proyectos de renovación urbana.

3.3. Es necesario posibilitar la creación de instalaciones que favorezcan la práctica del Deporte Escolar y del Deporte Voluntario y, cuando posible, la integración de las instalaciones culturales y deportivas.

4. Financiamiento del Deporte.

4.1. Las autoridades públicas deberán auxiliar de manera diversificada el Deporte Voluntario.

4.2. Los principios de la intervención publicitaria serán aceptables cuando atiendan a los intereses del deporte y de sus practicantes, y que estos, de ninguna manera, consideren como factor principal el auxilio financiero.

4.3. La responsabilidad económica de las autoridades públicas locales tendrán que estar comprometidas como la de las autoridades centrales y estatales.

5. Protección de la integridad del Deporte y de los deportistas.

5.1. Debe haber preocupación de todos para que el Deporte no

sea motivo de comportamiento excesivo ni un instrumento de propaganda política, ni un factor de enajenación individual y social, ni tampoco un medio de distraer la atención de la población, sobre los grandes problemas económicos y sociales.

5.2. Las legislaciones nacionales deben garantizar al deportista el máximo de libertad compatible con la permanencia de la organización del Deporte.

TEXTO ADOPTADO N.º 3

(Resolución relativa a las formas de cooperación)

Los Ministros Europeos responsables por el Deporte, de acuerdo con la resolución relativa al papel de las autoridades públicas en lo que se refiere al desarrollo del Deporte Para Todos,

- esperando que esta resolución esboce la diversidad de los órganos que, en el caso, se presten a acciones comunes
- invitan para la Reunión Consultiva ad hoc esperando su transformación en Consejo de Desarrollo del Deporte con el fin de:

1. estudiar la posibilidad de comprometerse con acciones centralizadas en uno o varios de estos ambientes, siguiendo un orden de prioridades y quedando en cooperación con las solicitudes del Consejo de Europa, en materia de Educación y Cultura, autoridades locales, medio ambiente, adecuaciones de áreas, salud pública, asuntos sociales, etc.

2. Dedicar una atención especial a las siguientes formas de cooperación:

2.1. Intercambio de informaciones, invitando los Estados miembros a colaborar estrechamente, asegurando la eficacia concreta del Clering House, mediante la participación activa de las reparticiones de comunicación.

2.2. Coordinación de los esfuerzos de los Estados miembros, objetivando la investigación científica, difusión de informaciones sobre los programas de investigaciones efectuadas en curso previsto, con el fin de favorecer la colaboración entre los países, así como los investigadores y evitar, de esta forma, una dualidad de actividades; creación de una división de trabajo para colocar en práctica el proyecto de investigación sobre temas prioritarios elegidos por la Reunión Consultiva ad hoc haciendo su transformación en Consejo para el desarrollo del Deporte.

2.3. Intercambio de personas, actos, informes, etc.

2.4. Volver común las experiencias de construcción y gastos de instalaciones deportivas.

2.5. Estudio común de medidas legislativas y reglamentarias, así como económicas, visando a asegurar, por un lado, la promoción del deporte para todos, y por otro lado, la protección del deporte y de los deportistas.

2.6. Ayuda en favor de los países que expresan el deseo de recibirla.

2.7. Dar importancia a un método de evaluación que permita una fácil comparación de los resultados prácticos de los deportistas.

TEXTO ADOPTADO N.º 4

(Resolución relativa a las estructuras de cooperación)

Los Ministros Europeos responsables por el Deporte,

- considerando el Deporte un elemento importante para el desarrollo de la Educación y la Cultura,
- afirmando su seguridad en los principios enunciados en la Carta Europea del Deporte para Todos,
- reconociendo que la aplicación de estos principios depende de la cooperación entre los gobiernos miembros y que implica concretamente en reuniones periódicas extra oficiales entre los Ministros responsables por el Deporte y la constitución de grupos de trabajo a nivel ministerial, encargados de examinar sectores particulares de la política deportiva,
- considerando que esta cooperación necesita de la creación de estructuras apropiadas,
- recomiendan que la Comisión de Ministros del Consejo de Europa transforme la Reunión Consultiva ad hoc en Consejo para el Desarrollo del Deporte dotado de un estatuto que le confiera el máximo de prestigio y autoridad en el panorama de estructura del Consejo de Europa y que asegure una cooperación eficaz con otros órganos de este Consejo.

Y confían al Secretario General del Consejo de Europa la tarea de determinar en nivel y la importancia de la gestión administrativa necesaria para el funcionamiento eficaz del Consejo para el Desarrollo del Deporte y en la preparación de futuras conferencias ministeriales.

Considerando la Educación Física tradicional, las nuevas formu-

laciones del Deporte para Todos son realmente revolucionarias, siendo la principal innovación el enfoque de la Educación Permanente (Primera Conferencia Internacional de Ministros y Altos Funcionarios encargados de la Educación Física y del Deporte" - UNESCO, abril de 1976).

Para entendimiento de este nuevo cuadro de referencia por parte de los profesionales de Educación Física y Deportes, hicimos una síntesis comparativa representada en sus aspectos llave en el cuadro que se sigue.

Aún en este contexto es importante registrar los desvíos de interpretación que han confundido a los profesionales de la Educación Física y de los deportes. En primer lugar, tenemos una série de nuevos proyectos, que pasaron a apelar para la nomenclatura de "Deporte de Massa" pero que en realidad son actividades para la nata de la sociedad.

En segundo lugar tenemos los pragmáticos exacerbados (resultados a cualquier costo) que disminuyen la importancia de la ideología Deporte para todos, realzando la ausencia de objetivos palpables en las promociones. Evidentemente, dicha corriente de pensamiento no alcanza la necesidad de la creación de una conciencia deportiva de fondo popular, que hará factible cualquier iniciativa de práctica en gran escala.

Estos desvíos no son peculiares al Brasil, siendo encontrados internacionalmente, aún en países socialistas.

2.2

LA DIMENSIÓN PUBLICITARIA DEL DPT

LAMARTINE PEREIRA DA COSTA

La publicidad es un medio de movilización que por su importancia merece atención en separado.

De manera bastante común las personas que organizan promociones se inclinan a creer más en la divulgación a través de los grandes medios de comunicación (radio, TV, diarios, etc.) que en la movilización por contacto personal. Se sabe, sin embargo, que estos medios de comunicación estimulan a las personas, pero no lo suficiente para que haya participación. Lo ideal es que los contactos de personas sean preparados y facilitados por los grandes medios de comunicación, o sea, que los dos caminen juntos en la movilización. Ahí está la importancia del Voluntario Deportivo que, como ya fue dicho anteriormente, es la promoción transformada en persona, representada por su acción y sostenida por sus contactos con otras personas.

Otra condición que debe ser recordada es la de como la divulgación organiza sus mensajes para que realmente sean movilizadores.

En primer lugar es necesario repetir algunos elementos para que el público tenga orientada su atención para la identificación simple y rápida del mensaje.

Además de estos elementos comunes a todos los mensajes, hay la necesidad de que estos motiven e informen. Esto significa que debe haber un llamado a la participación seguido de como, donde y cuando habrá la oportunidad.

Está claro que, también en este caso, las circunstancias locales indicarán la manera mejor de organizar los mensajes, inclusive con respecto a las diferentes formas de divulgación (tópicos en los diarios, radios y altoparlantes; noticiarios sobre personas y entidades afiliadas; resultados de las promociones, etc.).

Esta misma preocupación debe existir cuanto al medio en que el mensaje es lanzado.

Así, una campaña está iniciada cuando se organiza la divulgación en los dos grandes niveles en que se distribuyen los diferentes medios de comunicación: el amplio y el local.

El primer nivel incluye los grandes medios de comunicación que pueden alcanzar toda una Provincia, o, por lo menos, un gran número de Municipios de una Provincia; varias provincias, o todo el país.

Allí encontraremos los diarios de circulación provincial y nacional, las cadenas de televisión, las estaciones de radio y de televisión más importantes en las provincias, las cadenas de radio, las revistas de circulación local o nacional.

En este caso el espacio o el tiempo de duración para los mensajes son reducidos o necesitan ser dedicados al interés de un gran número de Municipios. Por lo tanto, los mensajes apropiados deben ser llamamientos sobre la promoción (repetición de las frases de movilización, por ejemplo) o noticioso sobre los resultados.

El nivel local, a su vez, considera apenas los medios de comunicación limitados en alcance según la lista a seguir:

- diarios de la ciudad o de la región;
- estaciones de televisión locales;
- radios del Municipio;
- revistas de la ciudad;
- servicios de altoparlantes (fijos o móviles);
- diarios murales;
- carteles (impresos, semi-impresos e improvisados)
- establecimientos de enseñanza (transmisión de noticias por profesores y alumnos);
- cantores populares;
- espectáculos de circo;
- puertas de cines;
- traseras de ómnibus, camiones o automóviles;
- puertas y vidrieras de tiendas;
- super mercados (entradas y cajas registradoras);
- patios de parqueamiento de automóviles;
- estaciones de ómnibus municipales;
- mercados de alimentos y artesanía;

- fiestas populares, de clubs, iglesias, kermeses;
- cajas de banco y agencias de correos;
- billetes de pago de empresas, reparticiones, etc.;
- paradas y desfiles;
- minuta de restaurantes;
- cuentas de luz, gas, teléfono;
- reuniones de carácter religioso;
- centro de enseñanza, culturales, etc.

Para estos casos los mensajes ya no son tan dependientes de duración y de espacio, pero sí de propiedad al medio que se está usando.

Un servicio de altoparlantes puede hacer llamamientos cortos, pero un noticioso sobre la cooperación de la entidad militar local en la organización de una Colonia de Vacaciones es más adecuado en un diario.

Los carteles en las traseras de ómnibus, puertas de cine, estaciones de ómnibus municipales, deben indicar la promoción, el local y la época, mientras que los billetes de pago y las cuentas de luz deben comunicar frases de movilización.

De cualquier manera el objetivo de la divulgación es el de obtener repercusión sobre los habitantes, no solo para auxiliar la movilización, sino también para aumentar la participación en cada promoción.

La propia promoción, incluso, ya constituye un elemento de repercusión cuando hay una gran participación popular.

El Deporte para Todos, así, vive de una serie de acontecimientos de repercusión en la comunidad. Por esto, la propuesta de un programa nacional que pueda despertar atenciones de una manera amplia, dando refuerzo al programa y a la divulgación local.

También por iniciativa local, hay la misma posibilidad de obtener repercusiones dentro de la misma orientación del programa nacional, siendo esto posible, a través de campañas de refuerzo, como por ejemplo: La busca del atleta — campaña de descubierta de nuevos valores para los clubs locales; una cancha en cada calle — campaña para recuperar terrenos baldíos y hacerlos canchas o campos para la práctica de deportes o pintura de canchitas en calles de recreo, campaña para organizar la hinchada en plazas, ante aparatos de TV, o alto parlantes, en ocasión de los campeonatos nacionales o la Copa Mundial.

En el caso particular de la Campaña Deporte para Todos, fue adoptado un "slogan" único para todo el país — al propio nombre de la campaña o la versión "el deporte es para todos" y también un simbolismo único; una pancarta común con las frases de la campaña.

La pancarta fue elegida porque, además de permitir el desarrollo de la llamada propaganda de artesanía, transmitía el significado de:

- campaña
- improvisación
- movimiento popular
- participación
- promoción
- deporte
- fiesta
- civismo
- trabajo conjunto
- simple reproducción
- simple interpretación

En síntesis, el problema de la publicidad es usar la comunicación de masa de modo a motivar, tratando de informar simultáneamente el mínimo de elementos necesarios para referencia de los clientes.

Una enseñanza interesante de campañas, en el mundo subdesarrollado, es la de la utilización del llamado "mass line" (línea de masa). Esto significa usar como orientación general de la campaña, empezando por el slogan, si es posible, el concepto de que la sabiduría popular ya había alcanzado el mensaje vehiculado; la campaña apenas refuerza... el pueblo prefiere creer en el propio pueblo...

Es claro que la comunicación de masa permite muchas variaciones, siendo relativa en el tiempo, espacio, clientela y vehículo.

Una buena alternativa para evaluación es la ya citada campaña "TRIMM" de Alemania Occidental.

En esta campaña la información es siempre explícitamente orientada para "es fácil hacer" e implícitamente para "todos pueden hacer".

La opción de la motivación fue el niño... por eso el muñeco TRIMMY, símbolo de la campaña y la música característica... Como los publicistas saben, el niño motivado puede guiar la familia...

La conjugación motivación-información, por otro lado, se apoya en un mensaje básico, o sea, un mensaje simple, directo y único, de "consumo" universal... Es necesario sintetizar en pocas palabras la base, la filosofía, el significado u objetivo de la campaña... es la

técnica del "slogan"... por eso el ejemplo del "DEPORTE PARA TODOS"...

Además es necesario prever el desdoblamiento de los vehículos (radio, carteles, etc) la descentralización de promociones (la comunidad también hace comunicaciones) y las grandes promociones de impacto para que haya un flujo continuado de repercusiones que puedan apoyar los vehículos y las pequeñas promociones comunales. Por lo tanto, una campaña, aún con un buen mensaje, y teniendo un gran vehículo como apoyo, termina reduciendo su empuje, si no hubiere una descentralización y impactos sucesivos.

El mensaje aislado tiene efecto relativo; lo ideal es prever los dos elementos de forma conjugada; la movilización garante el sostén de la campaña.

El deporte de masa debe ser un movimiento comunal; la asociación de personas en el deporte es una condición natural; el énfasis es para dar mayor fuerza al movimiento.

Las campañas europeas del deporte de masa son esencialmente comunales. Como ya vimos, en la campaña TRIMM se eligió al niño como blanco, pero se desdobló para la familia y para la formación de grupos.

La experiencia de esas campañas (sueca, finlandesa, alemana, etc.) muestra que la organización de grupos sociales es más viable habiendo una conjugación de "como organizar" tales grupos con los modelos de actuación y los locales (tipo de área libre). Por ejemplo:

— el mensaje de TV muestra como es fácil andar en bicicleta, niños y ancianos, hombres y mujeres, (modelo de actuación) — en colores, no excesivamente pedagógica y con música alegre de fondo...

— tampoco hay problemas cuanto a las áreas cuando se sabe elegir (locales); el campo es una buena sugestión...

— todo se vuelve mejor si la familia pedalea en un final de semana, o en las vacaciones, terminando, quien sabe, con un picnic al aire libre...

— mucho mejor aún si fuere un grupo grande, nuestra familia y nuestros amigos, vamos a invitarlos la próxima vez? (como organizar).

Es posible imaginar otras conjugaciones: juegos de pelota en la vecindad (en la calle, en un terreno baldío, en el parque) volley ball, partidos de foot-ball, caminatas, etc.

Es claro que también es necesario entender la realidad de la

comunidad (lo que tiene validez para Bahía, puede no tenerlo para Paraná...) para establecer conjugaciones viables...

En este contexto la movilización muda bastante de estilo y técnica en los países de condiciones diferentes; en las sociedades avanzadas las imágenes de TV pueden por sí mismas alcanzar resultados, mientras que en el mundo subdesarrollado es necesario introducir el contacto directo.

Es necesario repetir una vez más, que en el conjunto de la motivación-información-movilización, entra en escena el Agente. Este es orientado por padrones de actuación bien definidos (lo que se espera que él haga) y por una estrategia de acción (como él debe actuar), que cambia de acuerdo con las circunstancias de tiempo, espacio y clientela, de preferencia con alternativas.

Para ello él necesita ser entrenado, este último elemento ha demostrado eficiencia cuando, en un sistema, es establecida una multiplicación descendiente y una movilidad de los "entrenadores" que también son agentes.

En este aspecto y ya entrando en el elemento organización, es necesario que haya un flujo de decisiones, siempre vinculado a la estrategia (secuencia y propiedades de acciones en el tiempo, con alternativas) y dejando margen para la acción táctica del agente.

Todo esto funciona bajo una orientación permanente que establece el contacto directo necesario y viable, en el retorno a las bases del sistema, la realimentación para los puntos de decisión.

Las otras providencias esenciales a ser tomadas son: red autónoma, pocos escalones de decisión, centralización de decisiones, descentralización operacional y flujo de informaciones eficazmente establecido.

Esta esquematización es razonablemente eficaz cuando bien cumplida y fue establecida originalmente por San Ignacio de Loyola, hace cuatro siglos, entre los jesuitas y fue poco modificada...

Es posible, también, notar que ya estamos habiando en "sistema" y "organización"; en realidad, la movilización, si realizada en masa, necesita de un sostén institucional, (residiendo ahí la diferencia fundamental del movimiento DEPORTE PARA TODOS entre los países en desarrollo y en vía de desarrollo).

Concluyendo, tenemos en el Brasil las condiciones mínimas de viabilidad: la adhesión de los medios de comunicación de masa; las técnicas de movilización y la voluntad gubernamental. Vamos enton-

ces observar las perspectivas de la introducción del deporte de masa en el Brasil, dentro de la experiencia pasada.

El primer gran emprendimiento de alcance nacional, dentro de este orden de ideas, ocurrió en 1975, mediante la campaña MUÉVASE. Este movimiento fue llevado por la mayor cadena de televisión del país (una audiencia de 50 millones de personas en los horarios principales) con patrocinio comercial.

El estilo de los avisos de televisión era semejante a aquellos ya conocidos de la Campaña TRIMM alemana, pero no fue organizado el sostén de los mensajes por acciones junto a las comunidades.

También, en 1975, la Municipalidad de São Paulo inició una serie de promociones de deportes de recreación sin finalidad de competición. Lo mismo sucedió el año siguiente, en diversos locales del país, bajo la dirección de la Fundación MUDES, entidad particular, orientada para proyectos de desarrollo social.

En el caso de São Paulo, la opción fue por la práctica de un único local. Con esto, la adhesión popular creció en grandes proporciones, para sorpresa de los propios organizadores. Al paseo a pie, en 1976, en una distancia de ocho kilómetros, acudieron 150 mil personas; en el paseo en bicicletas, en ese mismo año, hubo 80 mil participantes.

En los actos de la Fundación MUDES, la participación fue también significativa, pero sin el mismo impacto y aporte de público del caso anterior. Al contrario de la iniciativa de São Paulo, las promociones fueron de actividades diversas, bajo la dirección de instructores, y en locales diferentes.

Es digno de mención que la acción de São Paulo fue de generación espontánea, sin conocimiento de los movimientos TRIMM y fundamentada en las necesidades peculiares de una ciudad sensiblemente deshumanizada por la industrialización. Lo mismo no ocurrió con el grupo MUDES, que intentó encontrar caminos nacionales conforme la filosofía y los modelos de la operación DEPORTE PARA TODOS.

La comparación entre los casos mencionados, muestra una diferencia fundamental: la participación en masa dió lugar a un proceso en el cual la masa servía de medio de interés y movilización de ellas misma. Con efecto, una gran participación popular en una actividad deportiva al alcance de todos, ocupando las calles centrales de una gran ciudad, es siempre una promoción de impacto. Esta, a su vez, se constituye en una noticia que moviliza los medios de comunicación de masa. Las noticias de ahí surgidas, inducen a una mayor participación, cerrando el ciclo del proceso que pasa a depender de la

institución que le dió origen, sobre todo cuanto a la programación y a la divulgación de nuevos actos.

Evidentemente, la masa puede ser un medio de comunicación, pero siempre dependiendo de otros medios que le dan origen y orientación. El fenómeno, en este caso, es de realimentación: la masa necesita de un espejo que le muestre su propia fuerza, su voluntad y su éxito.

Esta constatación, no constituye novedad, en absoluto. Las religiones y los partidos políticos, a través de los tiempos, usaron las grandes concentraciones populares como medias con respecto al propio público. Es posible que las medias electrónicas e impresas de la actualidad, como también la propia organización de la vida moderna, todas característicamente individualizadoras, hayan colocado en segundo plano la alternativa de la masa como media.

Tratándose del movimiento DEPORTE PARA TODOS, es necesario enfatizarse el valor de la masa como media. La emoción y la subjetividad que la caracterizan, en grado mucho más elevado que en el de los demás vehículos de comunicación, ofrecen ventajas con relación a la predisposición para la mudanza de costumbres.

En estas circunstancias cabe registrar que la percepción de la masa como media, no forma parte del sentido común. Las interpretaciones sobre el ruidoso éxito de las promociones de São Paulo se desplazaron más en el sentido de peculiaridades sociológicas y no como el resultado de un fenómeno de comunicación de masas.

Sin embargo, los mismos organizadores de São Paulo tuvieron la oportunidad de promover un paseo a pie en otra concentración urbana con condiciones bastante diferentes de las halladas anteriormente.

El local fue Salvador, ciudad con un millón de habitantes, centro turístico, que posee extensas playas y con intensa programación de fiestas populares.

Al contrario de São Paulo, los habitantes de Salvador son conocidos por su alegría de vivir, permanente decontracción y una gran variedad de opciones para diversión. Aún así, 10 mil personas se desplazaron para el centro de la ciudad, en un domingo, para participar de una marcha de ocho kilómetros.

Llama aún nuestra atención, en estas circunstancias, el hecho de que la movilización por los diarios, televisión, radio, etc., fue discreta en todos los casos citados, con excepción del MUÉVASE. De ello sería posible concluir, sin ser inédito, que debe haber una dosis ideal para el uso de las medias para el interés popular, de acuerdo con las circunstancias de cada comunidad.

Conclusión semejante fue alcanzada por intermedio de un movimiento de divulgación de música clásica, el conocido Proyecto Acuaris, desarrollo hace 5 años, por el Ministerio de Educación. Concentraciones populares al aire libre, cada vez más numerosas para asistir a conciertos sinfónicos, crearon el sentimiento de participación en masa, hoy adoptado como llamamiento principal para la divulgación de las promociones del Proyecto.

Estas experiencias orientaron, en 1977, la organización de la Campaña DEPORTE PARA TODOS, primer movimiento de amplitud nacional realizado en el Brasil, dentro de la ideología adecuada.

Los actos de impacto de la Campaña fueron propuestos como promociones de una única actividad, realizados simultáneamente en todo el país, en los feriados nacionales, buscándose el sentimiento de adhesión en masa.

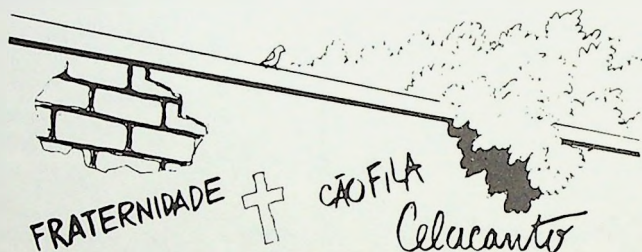
Estas actividades servirían de apoyo para la divulgación y movilización de los demás, de carácter permanente y diversificado, orientados para juegos de naturaleza cultural y local.

En conclusión, 2 millones y 300 mil personas participaron del primer paseo en bicicletas, con apenas un mes de movilización y 2 millones y 200 mil personas comparacieron al paseo a pie, realizado cuatro meses después.

2.3

PUBLICIDAD DE ARTESANÍA

LAMARTINE PEREIRA DA COSTA



PUBLICIDAD DE ARTESANÍA

- Iniciada hace miles de años, por iniciativa de movimientos religiosos y de personas o de grupos aislados.

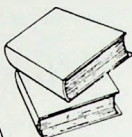
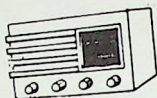
- Necesidad de crear la denominación propuesta aquí, para dar énfasis a la divulgación de actividades deportivas cuando no fuere posible el uso de canales comerciales o industriales de publicidad normal.



*Abaixa
posição*

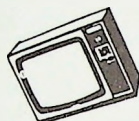
Muito - 12.12.12

- "Publicidad alternativa" comunicación amplia, a veces de massa:
 - no siempre obediente a los preceptos legales (pintar paredes)
 - con frecuencia ataca al público
 - nuestra publicidad de artesanía trata de funcionar dentro del orden público

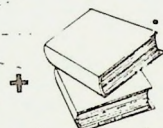


• Es necesario conocer preceptos técnicos para organizar ideas cuanto al objetivo de la sistematización:

- medios de comunicación de masa, generalmente electrónicos (radio, TV, etc) o impresos (diarios, libros, carteles, etc)
- algunos objetos y personas pueden ser considerados "medios", caso vinculen mensajes para alcanzar a muchas personas.



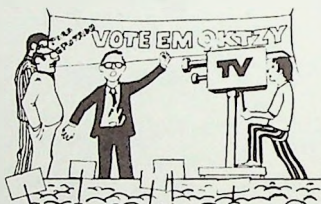
+



=

MAIOR
ASSIMILAÇÃO
DAS MENSAGENS

• "Compuesto de medios": conjunto de medios de comunicación que producen un efecto más grande que uno aisladamente.



• Es posible combinar medios electrónicos o otros, con medios de artesanías (campañas políticas).

• En las promociones de la Campaña Deporte para Todos, grandes grupos de participantes de los eventos (paseos en bicicleta, a pie...) fueron medios.

• Ganó significación a través de pancartas llevadas por los propios participantes.

• En esta campaña se buscó combinar la publicidad formal con la de artesanía de varias maneras: filmetes de TV, piezas de divulgación producidas en los locales de las actividades deportivas no convencionales; y acción de los voluntarios deportivos (agentes de la campaña).



• Agente

- El elemento más importante en un compuesto de medias de artesanías.

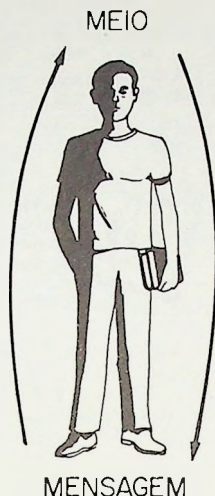
- Solidifica el medio que transmite el mensaje.

- Representa el propio mensaje.

- A ún con compuesto de medias avanzadas, tiene fuerza superior para asimilar los mensajes.

- En algunos casos de acción comunal, el agente es miembro del propio grupo para el cual realiza la comunicación - n.º reducido de personas.

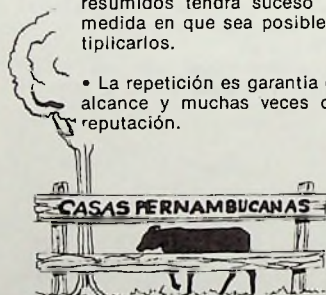
- Comunicación boca a boca: medio de artesanía eficaz de uso de agentes (inferior a las medias electrónicas); mensajes resumidos; comunicación con alguna intimidad: vendedores de diarios, de quiniela, carteros, vendedores callejeros, etc.



MAIOR PARTICIPAÇÃO
MAIOR IDENTIFICAÇÃO
MAIOR REPRESENTAÇÃO
MAIOR APOIO POLÍTICO
MAIOR ETC
MAIOR

• El uso de agentes en mensajes resumidos tendrá suceso en la medida en que sea posible multiplicarlos.

• La repetición es garantía de su alcance y muchas veces de su reputación.



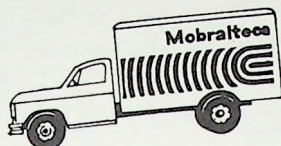
• Algunas empresas brasileñas ya usaron publicidad de artesanía con objetivos comerciales y tuvieron resultados satisfactorios.

• Otra forma de optar por personas como media es la de una agregación en pequeños o grandes grupos.

• El pueblo quiere verse a sí mismo materializándose en multitudes, paseos colectivos, reuniones, etc. (fenómeno conocido técnicamente como "línea de masa").

• La iglesia católica busca este tipo de movilización realizando procesiones o grandes concentraciones populares.

1º MAIO
DIA DO TRABALHO

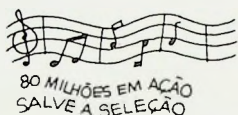


- La publicidad de artesanía tiene como base referencias para las comunidades, sean eventos, personas, edificios, etc. (media y medio de movillización al mismo tiempo).



- Las actividades comerciales utilizan algunas de estas técnicas: "Día de las Madres" y días santificados (eventos-referencia).

ESPORTE PARA TODOS



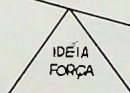
- La referencia única para toda la comunidad adquiere más fuerza.
- Puede cubrir una ciudad, una provincia y hasta un país (Copa del Mundo).



- Los movimientos políticos adoptan dichas alternativas en plena era de la comunicación en masa.

- Es posible mover toda una nación habiendo una ideafuerza que pase de boca en boca.

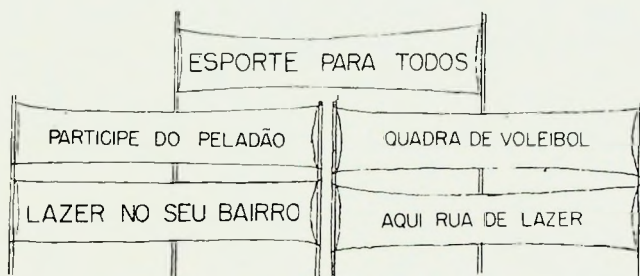
- Las religiones utilizan los artificios de comunicación hace ya muchos siglos, mucho antes de aparecer las medias electrónicas e impresas.





- El agente, la referencia y la repetición en torno de la idea-fuerza constituye un conjunto de acciones, esfuerzos, para alcanzarse un fin determinado de comunicación o de acción comunal - una campaña - o una utilización aislada.

- Una campaña es eficaz cuando complementa una actividad fija y sujeta a alguna continuidad.



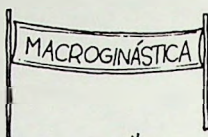
- Existen, además, las campañas sucesivas, típicas de las áreas donde la población es carente, esencialmente móvil y inestable.

- Cualquier actividad fija no consigue ajustarse a la comunidad.

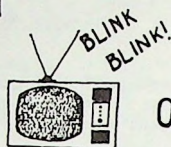
- Varias campañas de corta duración crean impacto y permiten, a largo plazo, mudanzas de hábitos.

- El Deporte para Todos hizo esto con gran suceso - concentración de personas en las calles, plazas, parques y en actividades deportivas de recreo.

- La publicidad de artesanía puede complementar la pedagogía convencional.



NÓS



OUTROS

• Esta propuesta tendrá éxito sabiendo organizar un padrón de comunicación que crie familiaridad con el público.

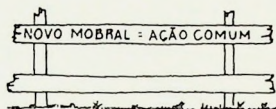
• Hay cuatro pasos para el establecimiento padrón DPT de comunicación:

- mensaje emitido en forma de artesanía a nivel de la acción comunal - agentes y grupos se utilizan de pancartas, carteles pintados a mano, etc.;

- mensajes más largos: boca a boca, reuniones de grupos, entrenamiento por multiplicadores, etc.;

- idea-fuerza: la propia comunidad a través de la realización de personas y de grupos (campañas y actos-referencia) realimentan idea-fuerza;

- es posible la utilización de medias avanzadas a nivel local, regional, o aún nacional, permitiéndose una realimentación mucho más poderosa.

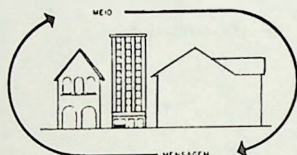
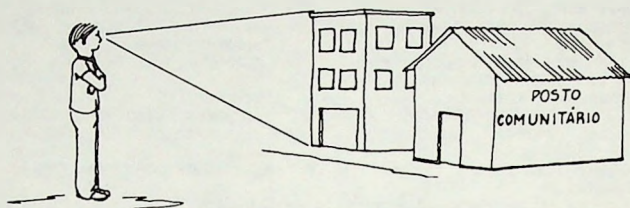


MOBRAL - COMUNIDADE



• Un ejemplo de la utilización del padrón propuesto de comunicación es la directiva que sigue esta publicación - trata de realzar hechos de personas y grupos a través de las técnicas del testimonio, del hecho y de la entrevista además del noticioso variado.





• El testimonio es la declaración de la persona que trabaja, realiza tareas o presencié acontecimientos. Es una de las formas más eficaces de transmitir un mensaje.

• El caso es una descripción del acontecimiento a través del realce de las personas involucradas (enfoque metodológico).

• La entrevista es una forma intermedia entre el testimonio y el caso, cuando se busca personalizar el acontecimiento y dar condiciones metodológicas a la descripción.

Finalmente, para una mejor reflexión y posicionamiento de la publicidad de artesanía, presentamos un cuadro comparativo:

PUBLICIDAD FORMAL

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Inspira apatía • Gran adaptación comercial • Costos elevados • Medias envolventes • Pocas alternativas de medias • Producción técnica y concentrada • Adaptación a mensajes largos • Dilución rápida de los mensajes • Símbolos visuales y sonoros sofisticados de gran efecto • Agentes: vendedores • Objetivo: crear predisposiciones • Repetición: Uso del tiempo y del espacio gráfico • Gran abarcamiento en periodos cortos • Impacto cada vez más difícil | <ul style="list-style-type: none"> • Despierta simpatía • Reducida adaptación comercial • Costo mínimo • Medias participativas • Gran número de medias • Producción emotiva y descentralizada • Limitada a mensajes cortos • Dilución lenta de los mensajes • Símbolos simple de poco efecto • Agentes: adeptos • Objetivo: movilización • Repetición: uso de espacio comunal • Gran abarque solamente en largos periodos • Impacto garantizado cuando audaz o imaginativa |
|---|--|

PUBLICIDAD DE ARTESANÍA

- Orientada para el consumidor
- Acceso difícil por parte de los interesados
- Tarea de equipos Técnicos y de organizaciones sofisticadas
- Tecnología avanzada

Orientación comercial y industrial

- Fuente productora fácilmente identificada
- Reacción de las personas a la saturación del número excesivo de mensajes
- Denota repetición alienable
- Llega a las personas a través de artefactos, papeles y algunos objetos
- Menor credibilidad

- Orientada para el ciudadano
- Acceso fácil para cualquier productor de mensajes
- Tarea al alcance de cualquier persona
- Tecnología de la escasez, como materiales de fácil disponibilidad
- Orientación para los sectores sociales
- Fuente productora de difícil identificación
- Curiosidad y desbloqueo para las midias no convencionales
- Denota poder popular
- Las personas llegan a ella
- Mayor credibilidad

3º CAPITULO METODOLOGIA

3.1

POR UNA NUEVA METODOLOGÍA DEPORTIVA DE BASE

LAMARTINE PEREIRA DA COSTA

Hace poco, el futurólogo Alvin Toffler visitó el Brasil, a fin de participar de un seminario organizado por la Federación de Comercio del Estado de São Paulo. Toffler, autor bastante conocido por su libro "El Choque del Futuro", corre el mundo presentando una tesis que encuentra comprobaciones por todas partes: está aumentando, entre las personas, la conciencia y la resistencia a la masificación.

La diferenciación de hábitos y de productos consumidos es hoy una tendencia generalizada. A esto, el escritor norteamericano está denominando de "tercera ola" - después de la que fue producida por la revolución industrial y, antes de ella, la primera, originada por la revolución agrícola - que consistiría básicamente en colocar en sus debidas proporciones la padronización, la maximización y la sincronización.

Toffler afirmó que el modelo industrial que viene dirigiendo nuestra vidas hace 300 años, está en decadencia: la masificación es repudiada por personas intelectualizadas, se buscan dimensiones económicas para el ambiente material, y cada vez menos tiene sentido la disciplina exagerada en el uso del tiempo. Buscamos más libertad, en último análisis, sin perder de vista la dosis adecuada de racionalización que nos dá la sobrevivencia.

Encontramos diariamente ejemplos de reacciones a los sistemas mecanicistas que vienen dirigiendo nuestras vidas tanto del lado de los ricos como de los pobres, siendo éstos los más sacrificados por

el exagero del "progreso" material. Ya hay, inclusive, una posición ideológica sintetizada en la frase: mayor diversificación como opciones en abierto para las personas, y condiciones más apropiadas y cerradas para la tecnología.

Si los participantes del seminario citado - "Brasil, el Futuro Inminente" - conocieran el Deporte para Todos (DPT) en su versión brasileña, concluirían que, por lo menos en el sector de Educación Física y de los deportes, ya se trabaja en la "Tercera ola". Descubrimos en la práctica, que repasar para los grupos naturales de personas (individuos, familias, pequeños y grandes grupos, comunidades y el conjunto de todos estos, la masa) los preceptos tradicionales de la actividad física organizada, equivale a un mínimo de efectos o mismo una agresión, en el caso de los menos favorecidos.

La soluciones del DPT surgieron del óbvio: estamos aprisionados en sistemas rígidos de organización y métodos, dentro del ámbito de la teoría y dentro de la confusión y bajo nivel técnico, en la práctica. Antes de la colocación hecha por Toffler ya se percibía que el futuro de la educación física y de los deportes estaba en la simplificación de la práctica en masa, con un máximo de libertad y concentración apropiada de esfuerzos en alto nivel. O aún: apertura de oportunidades para todos y selección de los mejores, gastando menos y produciendo más.

Sin embargo, persiste aún el mito de la continuidad entre los profesionales de nuestra área, reflejando las exigencias de maximización de los resultados de los ejercicios. Nos falta, en el caso, conciencia de que las comunidades y las personas asumen más eficazmente la continuidad a través del hábito adquirido por el gusto de la práctica discontinua y natural.

Otro mito, aún más importante, es el de la instalación deportiva, objetivo histórico y obsesivo de la mayoría de nuestros dirigentes. El transporte de los recursos existentes para construcciones, que rendirían lo mismo o menos que simple improvisaciones, está retardando el desarrollo deportivo, tanto en su base como en la cumbre.

Es evidente que nos encontramos ante colocaciones generales, necesitadas de más género, número y grado, sin embargo suficientes para demostrar la faceta más importante del impase hoy percibido por todos con relación al deporte y a su correspondiente marco: la educación física.

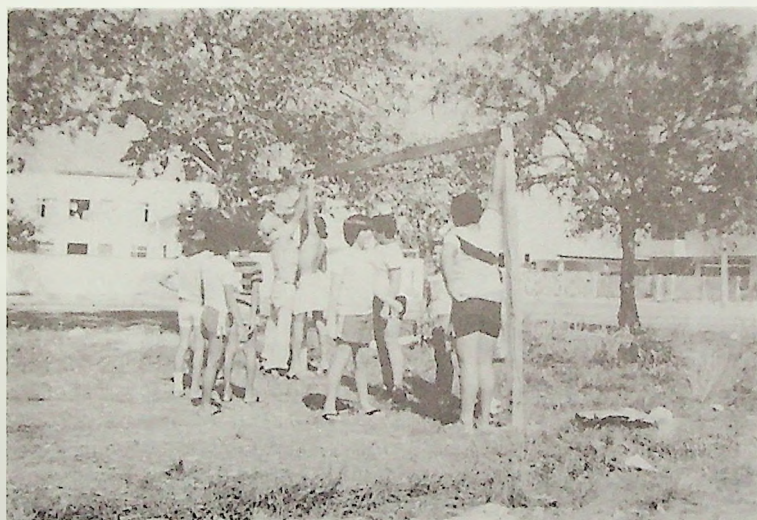
Así, nos sobre solamente un camino: el de la tercera ola, de la innovación metodológica y del deporte para todos...

3.2

COMO OCURRE EL DPT EN LA COMUNIDAD

PERSON CÂNDIDO MATIAS

LEVANTAMIENTO



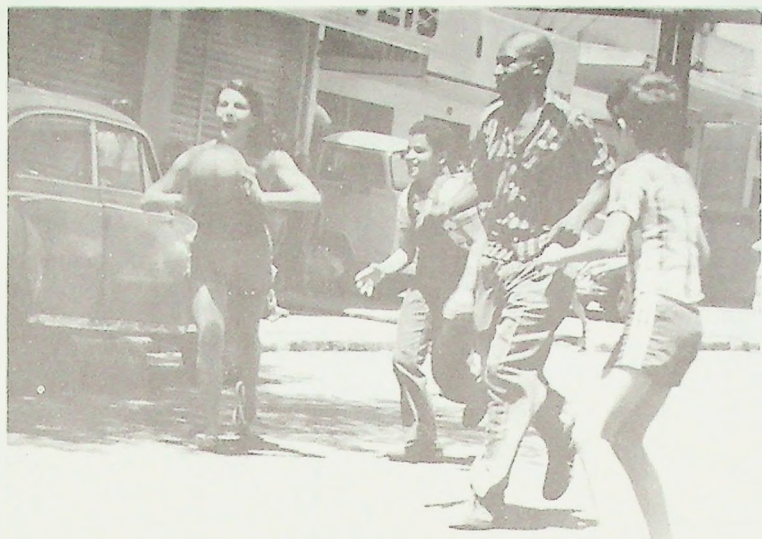
Es la investigación descriptible, lo más detallada posible, considerando, no solo las necesidades básicas, como también peculiaridades y posibilidades de la comunidad.



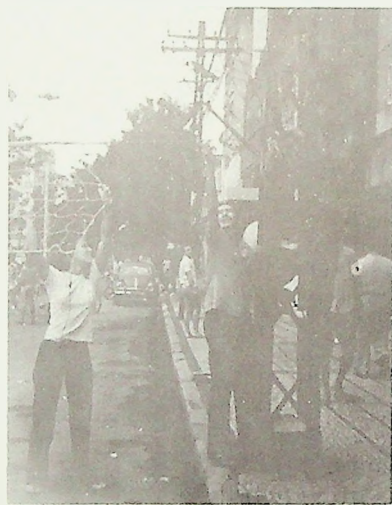
Investigar detalladamente es procurar llegar a la situación más próxima de la realidad de la comunidad...



... tratando siempre que fuere posible de captar los diferentes tipos de deseos o aspiraciones que, en plano de Educación Física, pueden estar representados en las manifestaciones de alegría, movimiento, participación, etc.

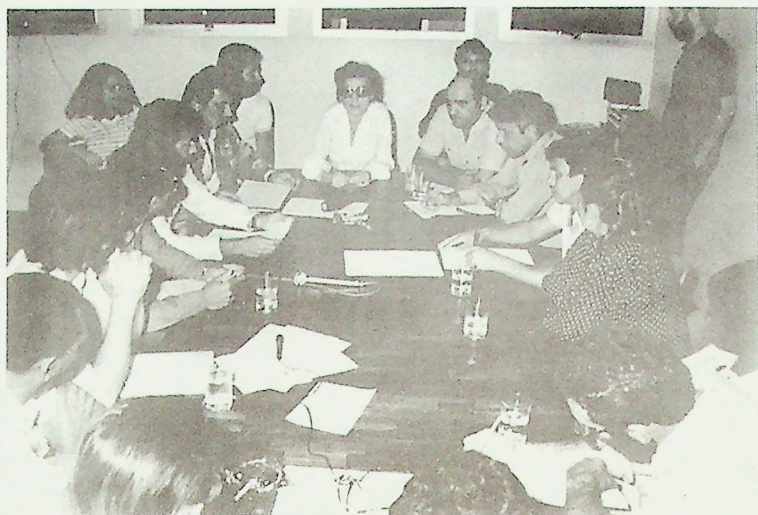


La valorización de las peculiaridades debe reconocer los diferentes fenómenos que se verifican a nivel social, económico, cultural, etc. de la comunidad.



Comprender también las posibilidades físicas, materiales, afectivas, en fin, todas las energías que pueden ser movilizadas o no, es factor preponderante en un buen levantamiento comunal.

DIAGNOSTICO



Es fundamental que este proceso de análisis esté totalmente relacionado a una investigación de base participativa de la comunidad, con la comunidad y para la comunidad.

PLANEYAMIENTO



Consiste en la determinación clara de los objetivos a ser alcanzados, en las formas de evaluación y en las mejores estrategias a ser empleadas para mejor eficiencia del trabajo de acción comunal.



Los objetivos deberán siempre estar orientados en el sentido de provocar la acción de la comunidad, es decir, la participación efectiva de sus miembros.



La evaluación más funcional es hecha por la observación no sistemática, cíclica y continua...



... de los aspectos de relevancia general o sea, los datos del contexto...



... de los aspectos intermedios que reconozcan los modelos aislados del comportamiento de grupos...



... y evaluar también los aspectos particulares, aquellos que alcanzan los modelos de conducta individuales.

ESTRATEGIA



Es la forma por la cual se procesará todo el funcionamiento del trabajo comunal. En términos de Educación Física, puede presentarse por conducción directa, por orientación y acción totalmente indirecta.

PREVISIÓN Y SELECCIÓN DE RECURSOS



Es la etapa de carácter operacional, de metodología, que trata básicamente de maximizar su utilidad y capacidad.



Esta maximización solamente será alcanzada a medida en que el recurso sea cuidadosamente analizado y interpretado en sus diferentes grados de posibilidades.



Independiente de este análisis sobre los recursos, es importante considerar, en términos de acción comunal, el potencial de movilización que estos recursos representan.

PREPARACIÓN



Consiste en tornar possível a consecução de los objetivos por el perfeccionamiento y la adaptación de las estrategias y de los recursos a ser utilizados.



La manera de conseguir mejor preparación debe seguir una orientación en el sentido de siempre procurar amoldar las estrategias y los recursos a los tipos específicos de actuación y de sus variaciones.



Este moldaje debe ser mejor conseguido cuanto más grande fuere la carga de adiestramiento aumentada en la capacidad de uso de las estrategias y de los recursos.

DIVULGACION



Es entendida como el proceso que lleva la información al conocimiento del público. Puede ser desarrollada de dos maneras: por vía directa de comunicación (formal) en la que es difícil identificar con exactitud las personas que realmente reciben la información...



... y por vía indirecta (Informal) como el contacto de persona a persona.

MOVILIZACIÓN



Es percibida como una acción particular independiente de su divulgación (aunque se relacione con ella) que antecede la ejecución del trabajo propiamente dicho de la acción comunal, que procura atraer el participante para la actividad.

EJECUCION



Se representa por la acción que se observa del movimiento comunal en un proceso de integración social.



Este proceso sucede de manera simple y viable...



... en una situación envolvente y atractiva, en la cual todas las personas pueden participar...



... en las innúmeras opciones que se ofrecen.

EVALUACION



Es comprendida como un final, que trata de retroceder en el registro de todos los pasos ejecutados durante el proceso, con el propósito de poner en evidencia todas las metas alcanzadas, las deficiencias sentidas y las sugerencias para futuras nuevas realizaciones.

3.3

PRESUPUESTOS BÁSICOS PARA ACTIVIDADES DE DPT

LAMARTINE PEREIRA DA COSTA

A. EN CUANTO A LA PRÁCTICA

Las actividades del Deporte para Todos son siempre de tres categorías que pueden ser observadas aisladamente o combinadas: individuales, familiares y colectivas. En cualquier circunstancia es prevista la auto-dirección de las acciones, la simplicidad del movimiento, el uso fácil de los locales y equipos y la aplicación bastante accesible de cargas.

Los medios más conocidos para orientar la práctica individual y/o familiar son:

- manuales simplificados de instrucciones
- cartones de conteo de puntos por actividades
- carteles con figuras de los ejercicios
- avisos de madera o metal en los parques, florestas, playas, etc.
- discos y cintas magnéticas
- folletos de instrucciones
- historia en tiras cómicas
- instrucciones directas a través de monitor o profesor.

Es oportuno aclarar que anuncios de media impresa (diarios, revistas, etc), filmetes y TV y otras piezas publicitarias visan más a entusiasmar la motivación, la pre-disposición para el movimiento, que propiamente la información de como realizar las acciones o juegos.

Tratándose de profesionales de la Educación Física y de los Deportes, no hay novedades a ser presentadas cuanto a la manera;

apenas es digno de mención la creciente importancia de la matro-gimnasia, sea como orientación familiar, o como práctica de grandes grupos.

Ya cuanto al aspecto colectivo, el educador físico - en la mayoría de los casos - no está familiarizado con la práctica de orientación de grandes grupos. Considerándose que las actividades colectivas ofrecen características de motivación por contagio y que en cualquier campaña la práctica en grupo repercute sobre la acción individual - creando nuevas actitudes y comportamientos - es importante conocer las peculiaridades de los grupos humanos.

En principio es necesario delinear el pequeño *grupo institucional*, más familiar a cualquier profesor, en sus aspectos clave:

- las relaciones son funcionales, incidiendo eventualmente simpatías mutuas o de leader natural;
- La orientación es incorporada a través de disciplina, orden, planeamiento o eventualmente mística;
- la conducción ocurre a través del leader funcional y de los medios de comunicación formales y no formales;
- la referencia para la conducción es el propósito u objetivos de actividades y los objetivos personales de los participantes del grupo.

El agrupamiento natural - normalmente se realiza con más o menos 12 personas - contrasta con el pequeño agrupamiento sujeto a conducción institucional:

- las relaciones humanas son intensas;
- las características principales son la espontaneidad y la busca de innovaciones;
- la conducción es realizada a través del leader natural y del intercambio de informaciones;
- las referencias para la conducción son los intereses convergentes y el sentido de protección y mutuo auxilio.

Cuando el número de personas sube de 12 para 500, tenemos un agrupamiento coloquialmente denominado de *multitud*. Esta disposición se revela en los siguientes aspectos:

- las relaciones humanas son superficiales y hay una tendencia al sub-agrupamiento teniendo un semejante como referencia;
- las reacciones son agresivas y sujetas a cambios bruscos, habiendo también resistencia pasiva y acciones limitadas;
- la conducción se verifica a través del leader situacional que establece objetivos indicativos y sub-divisiones;
- las referencias para la conducción son ansiedades y motivos circunstanciales.

Entre 500 y 1.000 personas se situó el límite inferior de *masa* que alcanza la escala de millones. Ahora las circunstancias son:

- el relacionamiento interno ocurre por contagio de emociones (ver manifestaciones de toda la nación brasileña durante los campeonatos mundiales de foot-ball);
- las características clave son la apatía y la idolatría que pueden cambiar en condiciones extremas;
- la conducción se desarrolla a través de los medios de comunicación de masas y por leaders carismáticos siempre directivos;
- la referencia para la conducción es el inconsciente colectivo de la población.

Teniendo en vista estas condiciones, la observación de las diversas realizaciones en el área del Deporte para Todos muestra diferencias dignas de atención.

La simple difusión de informaciones de "como hacer" no ofreció resultados importantes en Inglaterra y en el Japón. Contrariamente en Alemania Occidental, Suecia, Noruega, Austria y Suiza, donde hubo movilización comunal, a través de monitores voluntarios, y de promociones de masa, los resultados fueron bastante promisorios y estables.

Por otro lado, la combinación de "*como hacer*" y el intenso de divulgación presentó resultados en el Canadá y Australia. A juzgar por la experiencia brasileña en la conducción de proyectos sociales (MOBRAL, por ejemplo) este último caso ocurre en sociedades afluentes de alto nivel educacional para las poblaciones de baja renta y nivel educacional; es indispensable el uso del agente - monitor voluntario o semi-profesional - como vector del sotén de las promociones.

Por estas experiencias es posible entender la razón de la realización del Deporte para Todos a través de campaña y en estas promociones de masa.

En la campaña brasileña "Deporte para Todos" la organización consideró el uso de monitores - el llamado "voluntario deportivo" - los medios de comunicación de masa, de la información individual a través de folletos y de las promociones de masa, cerrando el círculo de los elementos motivadores. Para ello fueron ocupados los feriados nacionales pasibles de festividades: 1º de mayo y 7 de septiembre.

Las actividades propuestas para estos días fueron, en el primer caso, paseos en bicicleta y en el segundo, paseos y corridas a pie. Estos eventos fueron programados para ser realizados en todo el país de manera a crear el impacto de las grandes promociones de masa.

Como suplemento fueron indicadas algunas actividades para concentraciones en algunos días o épocas del año: 12 de octubre - diversas actividades en el día del niño, en las escuelas; junio - torneos gigantescos de foot-ball (fines de semana); julio, enero y febrero - colonias y playas de vacaciones.

Las calles de recreo fueron establecidas como actividades para todo el año, dándoles una dimensión de permanencia en la campaña.

Como se puede observar, los movimientos del tipo "Deporte para Todos" constituyen composiciones de elementos diversos y conocidos de acuerdo con las peculiaridades de cada país o región. La base ideológica y la mezcla correcta de sus elementos viables condicionan el desarrollo y el sostén de las acciones. La campaña brasileña se aprovechó de esta experiencia y optó por la descentralización de las promociones de modo a alcanzar la dosificación regional óptima. Con este propósito se incentivó la conjugación de actividades deportivas comunales típicas locales (pelota, "malha", "peteca", etc), con la programación nacional.

Así, podemos examinar las condiciones prácticas para las promociones de masa. Estas son definidas en síntesis, como acontecimientos deportivos de naturaleza recreativa, con la participación de elevado número de personas; son eventos que reclaman alguna organización y comando, aunque sean acontecimientos espontáneos e improvisados en su desarrollo.

Así siendo, antes de cada promoción son necesarias algunas providencias, entre las cuales podemos dar ejemplos importantes que pueden ser de aplicación general.

El primero de ellos, es en cuanto al local; habitualmente las promociones de los Municipios (fiestas, desfiles, ceremonias, etc) se verifican en lugares donde el pueblo pueda asistir a los acontecimientos. En el presente caso el problema es el de la práctica por parte de gran número de personas y no de la instalación de espectadores.

Las calles, plazas y áreas libres, no deben ser elegidas para concentrar las personas sino para distribuir las y permitir actividades para las promociones deportivas.

Es claro que la asistencia es motivadora y natural, y, así siendo, debe ser prevista al curso de las actividades. También es evidente que cada tipo de promoción tiene una forma diferente de distribución de actividades; de esta forma es necesario examinar cada promoción como un problema aislado.

Otra consideración necesaria es sobre el tamaño del área urbana del Municipio; siendo una gran ciudad, las promociones deben ser

realizadas al mismo tiempo en áreas diferentes, para dar participación al mayor número posible de practicantes.

Sin embargo, en algunos casos es necesario obtenerse repercusión junto a la población (principalmente en el comienzo de un programa) y en este caso se aconseja la promoción en un único local, con gande número de participantes.

La segunda providencia es en cuanto a la apertura. En muchas promociones el inicio de las actividades solicita una ceremonia. Se sugiere en este caso un mínimo de acontecimientos, realizados de forma simples y directa; es necesario tener presente que la propia actividad deportiva ya constituye una convocatoria general, necesitando de complemento de efectos reducidos.

La tercera providencia es la de la organización de las categorías de practicantes.

La cuarta providencia es en cuanto a los premios. Generalmente lo más conveniente es la entrega de certificados y de diplomas simple e de costo bajo, para los participantes. En este caso está la mejor opción de un auspicio comercial, una vez que el mensaje publicitario alcanzará un gran número de personas bien entusiasmadas.

Habiendo competiciones, y por lo tanto vencedores, conviene distribuir copas y medallas, también con auspicio y por cuenta de la entidad organizadora.

Los ejemplos pertinentes de promociones de actividades de masa, son "paseos y corridas en bicicletas" y "paseos y carreras a pie", que son los más universalmente aceptos y los que consiguen gran efectividad en la obtención del impacto promocional. Por el lado de las actividades para agrupamientos medios y pequeños, citaremos las "calles de recreo" y la "colonia de vacaciones", las dos contribuciones brasileñas para el conjunto de promociones del movimiento "Deporte para Todos".

Paseos y Corridas en Bicicletas

— Local

Las calles, avenidas y plazas a ser elegidas deben permitir la demarcación de un trayecto adecuado al tráfico de bicicletas, sin esfuerzos excesivos. De acuerdo con la previsión del comparecimiento, deben también tener anchura suficiente para los participantes formar un flujo constante desde el punto de largada. Es posible realizar un trayecto sobre carreteras, caminos, playas, etc. en los casos en que se desee realzar las bellezas naturales existentes en la región.

- Horario

Las primeras horas de la mañana son las más convenientes, pero, tratándose de un feriado y habiendo otras conmemoraciones en la ciudad, es posible dislocar el evento para otro horario.

- Participantes

El paseo es, naturalmente, abierto a cualquier tipo de participación, al paso que las corridas deben ser orientadas, cuando organizadas para categorías de competidores. Así, pueden ser previstas categorías por edad, masculinas y femeninas, de hasta 12 años, de 13 a 15, de 16 a 18, y de 19 años en adelante. Otra categoría a tener en cuenta es el tipo de vehículo: bicicletas de paseo, de carrera, de entregas comerciales y de triciclos.

- Organización

Dependiendo de las posibilidades e intereses locales, es posible realizar el paseo seguido de competiciones de bicicletas. En el paseo puede ser usado cualquier tipo de bicicleta para la participación; para las carreras es recomendable la división en categorías conforme el punto anterior (participantes).

Al contrario del paseo, las carreras necesitan un mayor control, antes y durante su realización.

Las inscripciones, por ejemplo, son importantes y deben ser realizadas con antelación en local, o locales, de amplio conocimiento de los habitantes.

Con base en las inscripciones, listas de participantes pueden ser organizadas estableciéndose ya la división por categorías. De allí saldrá una programación, marcándose un horario para la realización de cada corrida y definiéndose también los locales, los árbitros y los controladores (marcadores de vueltas, fiscales de trayecto, cronometristas, mesarios, etc.).

Tanto en el paseo como en la carrera, una medida que se impone es la de bloquear las diferentes vías que delimitan el trayecto. Esto es normalmente pedido ante el órgano de tránsito de la Municipalidad, Regiones Administrativas, o sus equivalentes en las grandes ciudades.

El policiamiento en muchas ocasiones es esencial, debiendo ser providenciado con anticipación, con base en el programa; una ambulancia, para posibles accidentes, dará tranquilidad a los promotores, participantes y asistentes.

Las marcaciones de "Salida" y "Llegada" deben estar bien

visibles, como también las señales del trayecto, pancartas, carteles, placas y banderillas.

La extensión del trayecto del paseo debe variar de acuerdo con las características del local, pero un trayecto largo es el que vá de 8 a 10 kms, así como el trayecto medio se sitúa entre 5 y 8 kilómetros. Para corridas, se recomienda la distancia de 2.500 metros hasta los 15 años, aumentándose el trayecto a partir de ahí para las diferentes categorías y considerándose la anchura de las vías y el número de inscripciones.

Para motivación del evento, pueden ser citadas algunas complementaciones. Una de ellas se la corrida de velocipedos para niños en distancias cortas. La otra es la gimcana de bicicletas; en esta prueba varias tareas pueden ser cumplidas durante el trayecto previamente establecido, con base en la dificultad de su realización.

- Premios

La emisión de diplomas por parte del patrocinador local es conveniente para reforzar la participación y para el reconocimiento del esfuerzo de los practicantes.

Paseos y Corridas a pie

- Local

Como fue sugerido en lo referente a las bicicletas, los paseos y carreras a pie deben ser realizados en calles, avenidas y plazas de fácil acceso y que permiten la organización de un trayecto con la participación de gran número de personas.

- Horario

las primeras horas de la mañana, o al caer de la tarde, son los periodos más apropiados del día para este género de actividades en grupo.

- Participantes

Para el paseo no hay distinción entre las personas, una vez que uno de sus objetivos es justamente la integración de las personas comunes en una actividad deportiva en conjunto. Habiendo carreras y gimcanas, se sugiere la separación por categorías, siguiendo criterios de sexo e de grupos de edad.

- Organización

La partida y la llegada deben ser localizadas en plazas, de manera

a permitir la concentración de los participantes. Se recomienda que la salida sea orientada por una autoridad, o personalidad conocida en el Municipio, y que se constituya en una especie de guía del desplazamiento de los practicantes. La distancia para el paseo se sitúa normalmente entre 5 y 10 kilómetros.

- Providencias Preliminares

Puede ser seguida la misma orientación dada para el paseo en bicicletas.

- Algunas alternativas

Paseo a pie con banda de músicos: podrán ser invitadas bandas de músicos de los barrios o de la ciudad, en el caso de Municipios pequeños; bandas militares, escolares, de entidades particulares, etc.

- paseo con movimiento rítmico de gimnasia: durante el trayecto, en determinados puntos, los participantes harán algunos movimientos de gimnasia dirigidos por Voluntarios Deportivos o por Profesores de Educación Física.
- carrera de media distancia: se determina un trayecto de 2 a 3 kilómetros. Todos los participantes saldrán juntos, divididos previamente de acuerdo con sus edades, y corriendo dentro de pistas pre-establecidas.
- carreras de más o menos 400 metros, dividiéndose los participantes en grupos por las categorías ya mencionadas.

Colonias de Vacaciones

Se llaman "Colonias de Vacaciones", en el Brasil, al conjunto de actividades recreativas desarrolladas en un determinado local por un gran número de niños, durante el periodo de las vacaciones escolares, y son generalmente organizadas y dirigidas por profesores de Educación Física o por profesores primarias.

- Tipos de Colonia de Vacaciones:
 - (a) de medio periodo (una mañana o una tarde).
 - (b) de periodo integral (mañana y tarde)
 - (c) Colonia de Vacaciones propiamente dicha (inclusive durmiendo).

- Local

Una Colonia de Vacaciones puede ser ealizada en locales como plazas, parques, jardines o calles arboladas. Las playas pueden ser también usadas, pero teniendo mucho cuidado con los chicos y su seguridad. No es necesario tener instalaciones deportivas para de-

sarrollar un programa recreativo de iniciación a la práctica del deporte; basta un poco de sentido de improvisación para aprovechar las condiciones existentes.

- Duración

La Colonia de Vacaciones más fácil de ser organizada es aquella de apenas un periodo, o sea, una mañana o una tarde; normalmente funciona de lunes a viernes y su duración es de 2 a 4 semanas.

- Horarios

Para establecerse los horarios, es importante considerar el clima de la región en el periodo de las vacaciones: julio o enero-febrero. En el verano se aconseja iniciar las actividades entre 7:30 y 8:00 horas y acabarlas entre 10:30 y 11:00 horas. En el invierno, puede ser establecido un horario de 9:00 a las 12:00 horas. Se recomienda que se determine un gran intervalo, de 20 a 30 minutos, para que los niños descansen, de preferencia en la sombra, para beber agua o hacer una leve merienda.

- Edad de los Niños

Generalmente las Colonias de Vacaciones funcionan para niños de 4 a 12 años. En el caso de haber poca disponibilidad de profesores, podrá establecerse el límite de 6 a 12 años, ya que los chicos en el periodo de 4 a 5 años exigen más cuidados.

- División de Grupos

De acuerdo con el número de profesores, los grupos podrán ser divididos, observándose un máximo de 50 niños por grupo. Los grupos podrán ser mixtos o separados femeninos y masculino. Se aconseja que, después de los 6 años, se hagan grupos de niños para algunas actividades físicas, pero en otras actividades recreativas, los grupos podrán ser mixtos, o sea pueden juntarse un grupo masculino a otro femenino.

- Material

Es posible desarrollar un programa recreativo con un mínimo de material, pues todo puede ser improvisado: pelotas, cuerdas, elásticos, bastones, pañuelos, etc.

- Actividades

Las actividades de una Colonia de Vacaciones para niños se dedican principalmente a la iniciación deportiva a través de juegos simple y recreativos, además de otras actividades recreativas.

- iniciación deportiva: paseos y corridas a pie; pequeños juegos con base en los varios deportes; grandes juegos (volley, basket, hand-ball, foot-ball, "peteca", etc.) juegos acuáticos y otros.

- actividades recreativas: gimcanas, paseos a lugares turísticos; juegos y cantos de rueda; bandas, coros, bailes folklóricos; teatro infantil y de marionetas, cuentos infantiles, dibujos y pinturas; escultura en la arena, etc.

- Participación de los Padres e Responsables

casi siempre los padres o responsables que llevan los chicos quedan esperando y viendo sus actividades. Siendo posible, en algunas actividades, es importante dar oportunidad a estas personas, a participar en los juegos y ejercicios. Otra alternativa es la de ofrecer actividades como gimnasia para señoras o charlas de orientación sobre la importancia del deporte para el crecimiento del niño.

- Organización

La organización debe ser hecha con un poco de antecedencia para garantizar el éxito de la Colonia. Para ello, la entidad organizadora hará la indicación de los responsables por la organización y dirección, con, por lo menos, 1 mes antes del inicio. Después se determina el periodo de duración y se elige el local, prefiriendo los lugares amplios y al aire libre. Después se verifica el número de profesores para poder calcularse más o menos el número de niños a ser recibidos. Es necesario, también, hacer una lista del material disponible para las actividades recreativas.

- Providencias Preliminares

- elección de tipos de actividad
- división del local en áreas de actividad
- distribución de las actividades por el periodo de duración de la Colonia;
- orientación a los profesores;
- siendo posible, preparar algunas instrucciones para los padres o responsables;
- apertura de las inscripciones.

Después de la elección de las actividades que tratan de ofrecer a los niños, siempre que fuere posible, una gran variedad de juegos recreativos (deportivos, musicales, dramáticos, etc), se hace una división del local. Es importante hacer un programa de distribución de las actividades de recreación elegidas para el periodo de duración de la Colonia, pensando también en una pequeña fiesta de encerramiento. Después de elaborar el programa es necesario una orientación de los profesores, aclarando los objetivos de la Colonia y los cuidados que deben tener en la actuación ante los niños. Caso sea posible, la

preparación de algunas instrucciones para los padres o responsables ayudará bastante en el desarrollo de la Colonia. Las inscripciones son necesarias para tener un mínimo de orden y posibilitar las providencias preliminares.

- Algunas alternativas

Cuanto a la orientación dada por los profesores, la Colonia podrá ser organizada y dirigida por:

1. apenas una profesora primaria;
2. un grupo de profesoras primarias;
3. alumnos de Educación Física y profesoras primarias;
4. profesores y alumnos de Educación Física;
5. profesores de Educación Física y universitario de diversas áreas.

- Calles o Áreas de Recreo

Calles de Recreo son vías interdictadas al tránsito en domingos y feriados, y donde los moradores de las proximidades pueden desarrollar actividades recreativas por cuenta propia o con la orientación de voluntarios o profesores.

- Duración y Horario

Las calles de Recreo son promociones permanentes, funcionando durante todo el día, o sea, desde las 8:00 a las 18:00 horas.

- Organización

- Pedido de los moradores: Para crear una calle de Recreo es suficiente que los vecinos, hagan una lista firmada, pidiendo su uso en los domingos y feriados, para actividades deportivas y recreativas, y dirijan el pedido a la Municipalidad. Esta, por su turno, podrá eventualmente organizar estas listas firmadas a través de un funcionario, de un vecino invitado, de un voluntario, etc. Se hace un levantamiento del área para verificar las condiciones del tránsito y asimismo se realiza una consulta a los moradores de las proximidades para evaluar la aceptación de la idea. Durante 4 domingos, la calle funciona en carácter experimental.
- implantación de la Calle de Recreo: cuando el pedido es aceptado, se coloca una placa en la entrada de la calle diciendo "Calle de Recreo" - Interdictada al Tránsito, a los Domingos y Feriados, de 8:00 a las 18:00 horas". Se recomienda que el tamaño de la calle sea de un mínimo de 100 metros y de un máximo de 300 metros. Para el cierre de la calle, las placas y los caballetes son concedidos por el DETRAN por intervención o auspicio de la entidad local.

- orientación para los dirigentes de la comunidad y voluntarios: tiene por finalidad mostrar, en líneas generales, que el trabajo en una Calle de recreo visa, principalmente, a incentivar las iniciativas comunales de recreo de acuerdo con el interés de los moradores.

- Providencias preliminares

- división de la calle en áreas de actividades: aprovechar el aspecto para la realización de actividades variadas es fundamental. La simple división de la calle con canchitas pintadas ya tiene un gran poder llamativo para la participación de los vecinos.
- preparación de algunas actividades: cuando posible, es importante un pequeño programa de manera a ofrecer actividades recreativas tanto para los niños, como para los jóvenes, adultos y ancianos, tratando siempre de aproximar las personas de diferentes grupos de edad.
- improvisación del material: se puede contar con la colaboración y la creatividad de la propia comunidad para improvisar el material necesario: latas, cajas e cajones vacíos, embalajes y bolsas plásticas, palos de escoba, pedazos de madera, neumáticos, pedazos de paño, elástico, cordones, etc.

- Algunas Alternativas

Las Calles de Recreo funcionarán de acuerdo con las posibilidades de cada Municipio, y entre estas citamos:

1. cerrar la calle y marcar el suelo, áreas para las actividades como canchas de volley y basket-ball, y para los menorcitos rayuelas y caracol;
2. adiestrar los moradores del local para orientar las actividades de recreo;
3. organización y dirección por voluntarios;
4. organización y dirección por aprendices de diversas áreas;
5. orientación de profesores remunerados;

B. CUANTO A FUNCIONALIDAD:

Constituyen aspectos dignos de atención en las promociones Deporte para Todos, la espontaneidad, el espíritu de improvisación y el sentido popular y comunal.

Además de la práctica individual o familiar que pueden verificarse en el interior de residencias, en fondos de terreno, cuando existente, o en locales públicos, el movimiento colectivo - en juegos o paseos, de actividad constante - transmite, sobre todo, un ideal o bien una fuerza para adelante. Para que esto suceda de manera adecuada, es neces-

rio, siempre, una adaptación regionalista.

En los casi 4 mil Municipios brasileños, hay una gran diversificación de situaciones, entre ellos y dentro de ellos. Hay aún tendencias y trazos culturales a respetar. Así, la adaptación de las promociones a las condiciones de cada localidad depende de sus habitantes y de sus leaders, así como de sus condiciones económicas y del tiempo libre disponible. Por eso no se deben iniciar las actividades con prácticas complicadas y desconocidas del ciudadano común, del hombre del pueblo. Ya sabemos que hay una predisposición natural: el foot-ball, para citar el ejemplo más reconocido, acontece en cualquier lugar del Brasil, donde sea posible improvisarlo.

Por lo tanto, las promociones se apoyan en actividades que ya son realizadas o que sean de fácil comprensión, siempre de acuerdo con los gustos y peculiaridades locales. Para ello, la interpretación local debe llevar a soluciones simples y que permitan un máximo de participación.

Es necesario dar realce a esta orientación, teniendo en vista el elevado número de personas en el Brasil que confunde deporte, con ser espectador de partidos de foot-ball o de otros tipos de competición. La construcción de grandes estadios y gimnasios deportivos constituye un sacrificio financiero para cualquier Municipio brasileño y crea distorsiones porque limita la práctica. El pueblo que se mueve tiene más salud y alegría.

Esto sólo no fue comprendido de manera amplia, porque son pocas las oportunidades de prácticas con gran número de participantes. En los locales donde se ligó el deporte a la participación popular, independiente de capacidad económica y local de habilitación, hubo gran adhesión y suceso en la iniciativa.

Lo que se puede constatar con facilidad en cualquier lugar del país, es que las iniciativas de práctica deportiva generalmente se vuelven para los mejores participantes, que representan sus entidades y ciudades en competiciones. Mismo en los clubs, una minoría de socios participa en las competiciones internas.

Esto es natural y debe ser preservado, pero es lo mínimo que se puede esperar del deporte. Más allá de la simple selección del vencedor, hay otras riquezas en las actividades físicas y recreativas que deben ser explotadas.

Así siendo, la recuperación y activación de áreas libres en las ciudades con finalidad deportiva es una solución barata y de gran repercusión ante la población.

Debe quedar bien entendido, también, que una mayor participa-

ción no significa apenas el aumento en el número de atletas-practicantes, pero sobre todo una adhesión de las personas comunes: niños, adolescentes, jóvenes, adultos y ancianos, hombres y mujeres.

El hecho de aparecer, en estas circunstancias, el participante fuera de lo común es natural y deseable. Ellos existen en gran cantidad por todo el país, y deben ser encaminados a los clubs y otras entidades del deporte organizado.

Otro aspecto a ser observado cuanto a la participación es la diversidad de situaciones que se encuentra en los diferentes Municipios brasileños. Es claro que en una localidad pequeña, con la mayor parte de la población dispersa en la zona rural, ofrece posibilidades reducidas para la realización de promociones de la manera preconizada.

En el lado opuesto encontramos la gran ciudad, generalmente la Capital Estadual y sus Municipios vecinos, donde la población es grandemente concentrada y por lo tanto más fácil de movilizar.

Entre los dos extremos hay un gran número de alternativas - tal vez tantas cuanto los casi 4 mil Municipios brasileños - sin embargo, la promoción será funcional, es decir, oportuna y apropiada para el local, si constituye una opción de recreo en las localidades de pocos medios, una prioridad de naturaleza social en los grandes centros urbanos.

Esta idea gana un significado mayor examinando la cuestión a partir de las personas comunes habitantes del Municipio.

Si observamos el niño, debe haber funcionalidad para la mayoría de los Municipios, una vez que la Colonia o la Playa de Vacaciones admite improvisaciones bastante simple.

Habiendo un área que se pueda aislar del tráfico; una profesora primaria decidida; una pequeña organización de inscripciones, horarios y días de funcionamiento; una serie de actividades cívicas (canto del Himno Nacional, de la bandera, y de canciones regionales), gimcanas, juegos de rueda y pequeños juegos de prenda, excursiones (de preferencia a pie y en grupos) a locales culturales e históricos, y ya tenemos la Colonia en funcionamiento...

De este mínimo es posible admitir grados diversos de movilización de medios, personas y entidades hasta alcanzar las grandes Colonias apoyadas por entidades militares, Secretarías de Educación, Sindicatos, SESI, SENAC, etc. de medio día de duración, de un día entero o con pernocte.

Con respecto a las demás personas comunes, las alternativas de

prácticas deportiva improvisada no se presenta dirigidas para un determinado grupo de edad como sucede con la Colonia o la Playa de acaciones, dentro de la tradición brasileña.

Así, puede haber mayor o menor funcionalidad en la medida en que se establecen categorías de participación de acuerdo con la naturaleza de las promociones, como por ejemplo: veteranos, viejos, casados, solteros, dueñas de casa, joven mamá, joven guardia, grupo joven, jovencitos, niños y niñas, etc.

Las áreas, parques y calles de recrea, para examinarse uno de los casos, son actividades diversificadas de recreación para las personas habitnates de una determinada región, dentro de las posibilidades del alcance por medio de una caminata. Si el área de recreo es grande se recomienda el establecimiento de categorías, al paso que en las calles de recreo esto no siempre es posible.

Por último, tan importante cuanto las demás condiciones de funcionamiento, es la necesidad de establecer posición, con referencia al tipo y a la cantidad de trabajo físico de las promociones. Como la orientación básica es la de participación y no la de selección, cualquier actividad que represente más competición que recreación, debe quedarse fuera de los planes de la Campaña.

Se sabe que el juego, la competición es espontánea en los seres humanos, y por lo tanto constituye un fuerte elemento de atracción en el deporte. Esto es apropiado y oportuno, hasta el límite que no constituya una presión para las personas comunes y que la participación pase apenas para los individuos excepcionales. El campeón es sólo un resultado natural y no la razón de ser de las promociones.

Algo semejante debe suceder con la cantidad de trabajos físicos: los exageros son nocivos para las personas comunes no habituadas al deporte. Esto es muy importante para ser observado, especialmente cuanto a la participación de ancianos.

Así, una vez más, la duración de una actividad, la distancia a recorrer, el número de partidos de un Torneo, etc, deben ser nivelados por bajo para tornarse convenientes al mayor número de personas comunes o, aún, estipulados de manera a regular, a dar criterio a las actividades de diferentes categorías.

Estas circunstancias llevan naturalmente al problema de la participación de las personas pobres, en muchas ocasiones carentes de condiciones apropiadas de alimentación adecuada a la práctica deportiva.

Al contrario de lo que pueda parecer a un primero y superficial exámen de la cuestión, la actividad es más funcional justamente para

estas personas que para las de mayores recursos.

Siendo más recreación que propriamente ejercicio físico, las promociones, de la forma aquí recomendada, constituyen opciones, elección de recreo y oportunidad de un contacto social, que se incluyen entre las necesidades básicas de los grupos menos favorecidos de la población.

La simple observación de los objetivos ya señalados comprueba estas propuestas, una vez que visan al desarrollo de hábitos que necesitan de un mínimo de gastos para los participantes y de costos reducidos para las Municipalidades y demás entidades.

La promoción de las bicicletas, que aparenta ser una excepción de lo que fue dicho arriba es en verdad una gran demostración para el País de adhesión al vehículo popular que tanto necesita de la adaptación de nuestras ciudades a su tránsito.

En resumen, la funcionalidad, o la propiedad y oportunidad ante la diversidad de situaciones en los Municipios y de la propia población brasileña, debe llevar en cuenta lo siguiente:

- mayor énfasis en la participación y no en la selección;
- tamaño y recursos del Municipio;
- establecimiento de categorías de practicantes;
- tipos y cantidad de trabajo físico de las promociones;
- énfasis en la participación de las personas más carentes.

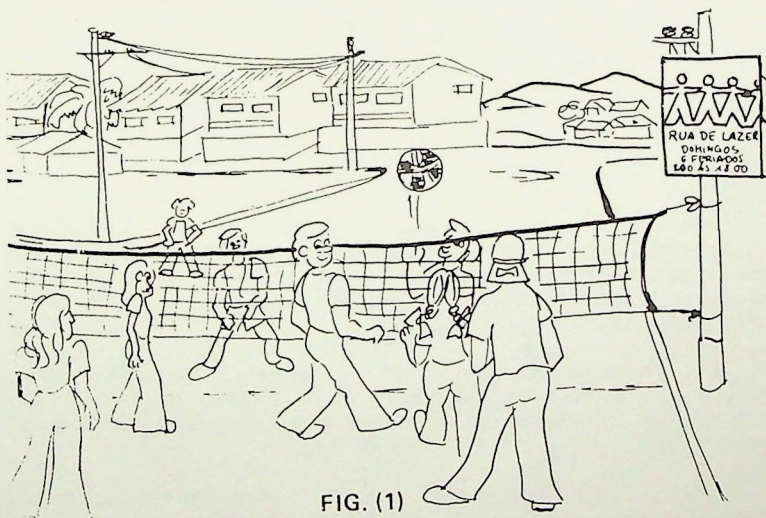


FIG. (1)

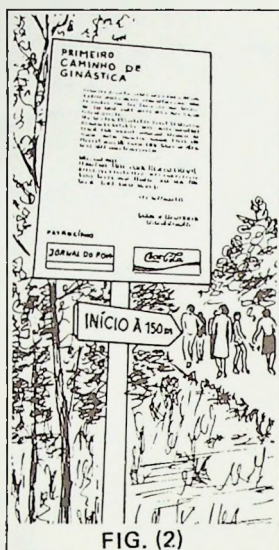


FIG. (2)



FIG. (3)

El dibujo (1) esquematiza una calle de lazer; la improvisación y la espontaneidad es la tónica de esa actividad del Deporte para Todos. El cartel es la referencia para el tránsito que deve ser bloqueado por cavaletes. En el nordeste brasileño se descubrió la "calle rotativa de lazer" por la alternancia sistemática de locales, para evitarse la fatiga comunitaria. En el dibujo (2) tenemos un cartel con instrucciones, ubicada en un camino y con publicidad comercial. En el dibujo (3) vese un juego de facil instalación y bajo custo.

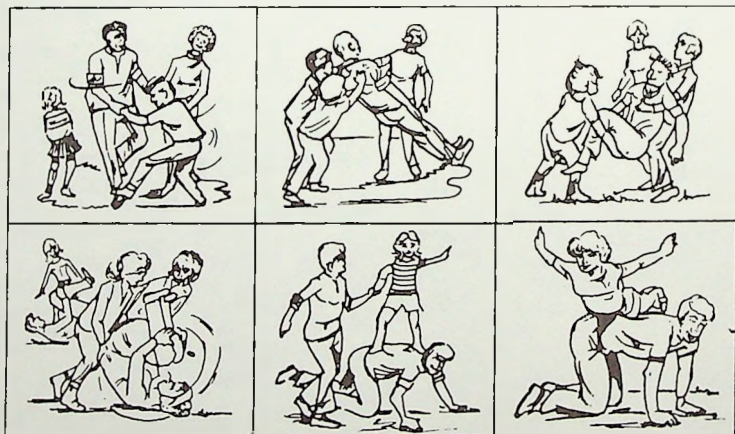




FIG. (4)

La matrogimnasia es una de las actividades de gran futuro en el campo del Deporte para todos. En el dibujo (4) vemos algunos ejemplos de ejercicios sencillos para la practica en familia.

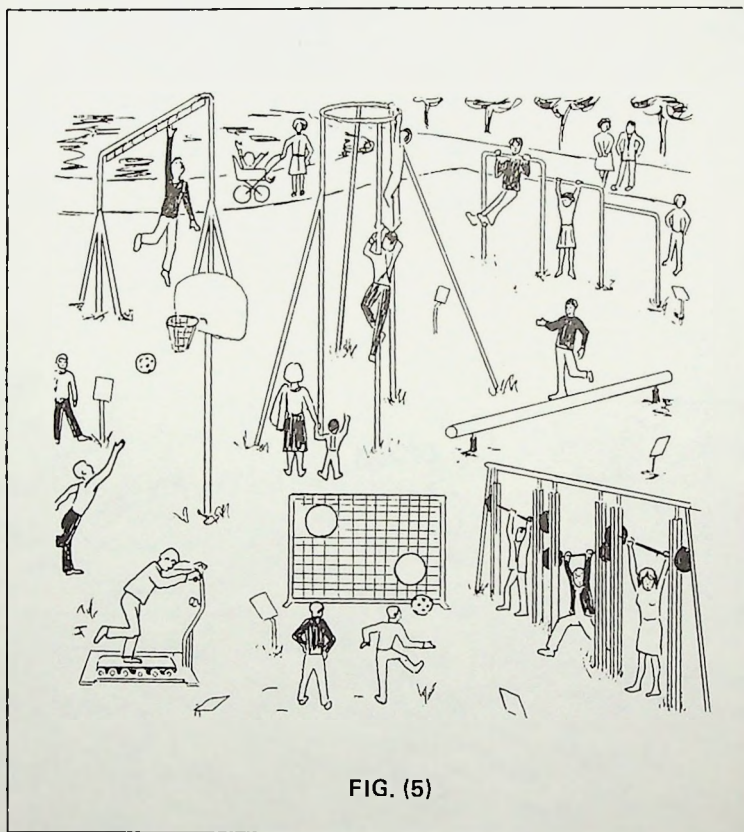


FIG. (5)

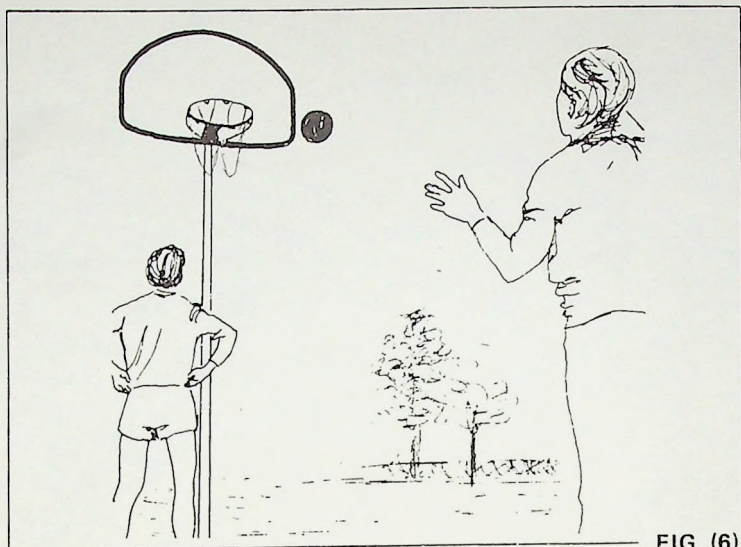
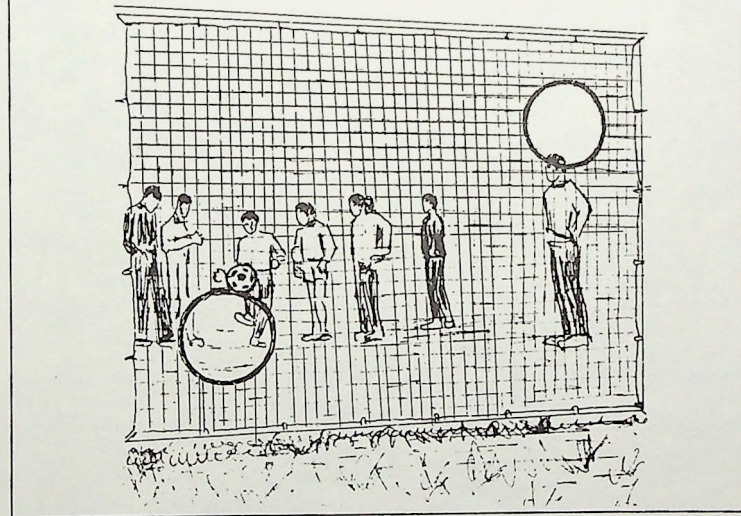


FIG. (6)



El dibujo (5) indica algunos aparejos de campo, de bajo costo y construcción sencilla para la utilización voluntaria. La propia existencia de aparejos lleva a la práctica. El vandalismo es común en todos los países que adoptan esa forma de Deporte para todos. En el dibujo (6) vemos dos conjuntos viables de improvisación y mucha atracción.

3.4

MINI DEPORTE SESC

EQUIPO TÉCNICO - SESC/SP

El mini deporte es una — y posiblemente la más importante — contribución brasileña a las modificaciones de los deportes en el sentido de la simplificación y popularización. En la vasta gama de alternativas que surgen en el Brasil entre el deporte tradicional y el “para todos”, el mini deporte se sitúa en el medio, buscando un equilibrio entre factores educacionales y una amplia participación.

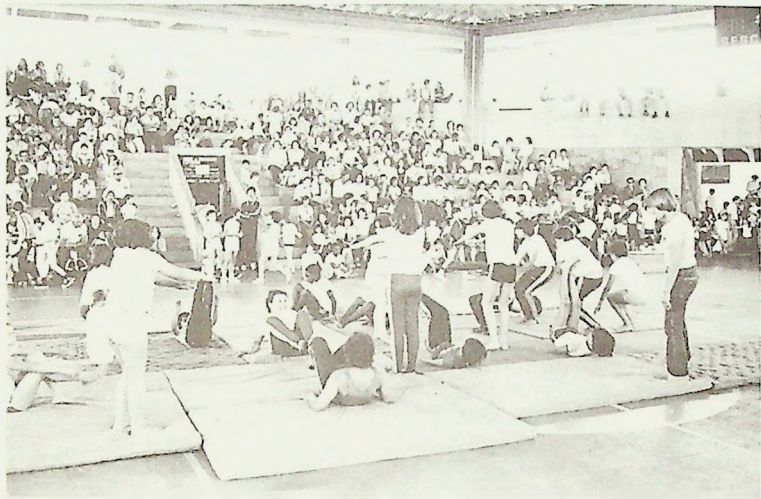
El “laboratorio” para esta nueva modalidad DPT, es el Servicio Social del Comercio (SESC) de São Paulo, cuya evolución en sus iniciativas en los últimos diez años explica la fundamentación del mini deporte: de la acción comunal se pasó para los centros de actividades y de estos para la educación permanente, allí entendida como la oferta de actividades deportivas de recreación al alcance de todos.

Por lo tanto, la generación del mini deporte fue natural y progresiva a través de la experiencia de un grupo de profesionales de Educación Física y de diversas especialidades.

Hay que poner en evidencia que el SESC nacional usó, en 1979, 357 profesores de Educación Física en 88 centros deportivos y 9 colonias de vacaciones, con São Paulo contribuyendo con 85 profesores y más 60 pasantes para operar el programa del mini deporte. Esto representó, en 1979, cerca de 10.000 niños inscriptos y 4.060 hasta abril de 1980. Son 11 modalidades de mini deporte que se constituyen simplificaciones de las reglas, instalaciones y equipos; además, la metodología del aprendizaje fue mezclada con iniciativas diversas de fondo comunal, para mejor eficacia.

José Papa Jr. (Presidente del Consejo Regional del SESC) es el ejecutor del programa por su constante incentivo y apoyo.

Aún considerando, entre nosotros, la existencia de una "mono cultura" deportiva de foot-ball, se nota un crecimiento calitativo y cuantitativo de la práctica deportiva, demostrado por la diversificación de modalidades, por el aumento de los índices técnicos y por la



Minideporte: ablandamiento de las normas de equipos.

mejora de los niveles técnicos — pedagógicos de los programas. Este crecimiento, sin embargo, tiene algunos desequilibrios. Entre ellos el aumento más acelerado del número de espectadores sobre el de los practicantes, el predominio de la población masculina sobre la femenina y, además, el predominio de los más hábiles sobre los menos hábiles. Estos desequilibrios son también agravados, por la implantación de "modelos" de iniciación deportiva, sin preocupación con las peculiaridades del practicante y presentando, inclusive, un carácter selectivo cuanto a las habilidades y condiciones socio-económicas, carácter este formal y ascético, en detrimento de las tendencias naturales y de la busca de la salud física y que, especializando prematuramente, niega al individuo oportunidades de vivir y desarrollar aptitudes reales.

Con referencia a los métodos y técnicas de iniciación deportiva, ellos se han limitado al simple desarrollo de los entrenamientos de selectos adultos y juveniles, notándose, además, una super valorización del deporte de performance como finalidad, en nivel de competición y de espectáculo.

Sin embargo, la creciente preocupación con la implantación de metodologías y técnicas de base — que, aún buscando un aumento del rendimiento deportivo, valora el deporte como medio de desarrollo socio-cultural — ha encontrado gran receptividad entre técnicos e instituciones, especialmente del SESC.

El SESC, entendiendo el deporte como medio de educación sócio-cultural y como interés del recreo, propone un valor nuevo de participación, a nivel de práctica, de educación para el espectáculo y del aumento de conocimiento, dando énfasis a la necesaria democratización en el acceso a las actividades físico-deportivas. En este sentido trata de orientar su acción por el equilibrio entre los valores de diversión y los del desempeño y competición representativa, reafirmando la necesidad de innovación y perfeccionamiento de métodos y técnicas de trabajo desarrollado específicamente por el deporte escolar y por el deporte de alta competición.

OBJETIVOS

El Mini deporte SESC es una propuesta de esta entidad para acompañar y evaluar el desarrollo de los niños, a partir de un trabajo de destreza sicomotora con base en el desarrollo de habilidades deportivas futuras; esto a través de un programa de deportes dirigido a un público cuya edad varía de 6 a 13 años, con el objetivo de facilitar su participación en las diferentes modalidades deportivas.

Trata de poner al alcance de los niños las ventajas y valores educativos del deporte de modo a no contrariar su naturaleza, sus posibilidades, sus intereses y tampoco a exigir esfuerzos incompatibles con la edad de los participantes.

El Mini Deporte SESC se propone a dimensionar los intereses físicos-deportivos, en el cuadro general de los intereses culturales en el recreo, proporcionando el aumento de los niveles de "participación" en todos los géneros del deporte — nivel de práctica, espectáculo, conocimiento — y en todas las modalidades que fueren ofrecidas en las Unidades del SESC.

El Proyecto, al mismo tiempo que es una propuesta innovadora en el campo de la iniciación, perfeccionamiento, entrenamientos y desarrollo socio-cultural por el deporte, objetiva también a simplificar las técnicas, reglamentos, implementos y equipos, aproximando las modalidades deportivas de las peculiaridades de los niños.

El Mini Deporte SESC se caracteriza por su "poli deportividad", y pretende aumentar la oferta deportiva con vista a un aumento de la cultura y práctica, manteniendo y preservando el equilibrio entre los valores de una diversión y los de una competición y desempeño,

tratando de atender a los niveles diferentes, tanto en las habilidades físico-técnicas, como en las de interés.

El programa que tiene como objetivo la creación de un "modelo" simplificado de iniciación deportiva, visa, además, a dar más valor a los recursos de la Entidad, disminuyendo los subsidios financieros, obteniendo más eficacia y eficiencia de ocupación de equipos y perfeccionando y valorizando al animador específico.

EL PROGRAMA

Dirigido para niños y niñas de 6 a 13 años de edad, el programa tiende a la iniciación, al perfeccionamiento y al entrenamiento en las modalidades de mini volley-ball, mini basket-ball, mini judó, mini natación y water-polo, mini foot-ball, mini foot-ball de salón, mini gimnasia olímpica, mini ajedrez, mini tenis, mini gimnasia rítmica y mini hand-ball.

Todas las modalidades fueron adaptadas al nivel de los reglamentos, implementos y equipos, inclusive en la propia metodología, para aproximarlas de las peculiaridades infantiles. Dentro de estos principios el programa tendrá, entre otros, los siguientes aspectos innovadores: menor duración del tiempo de juego, más tiempo de descanso, menores exigencias de los árbitros, disminución de las canchas, adaptación del tipo y tamaño de la pelota y de otros materiales deportivos, uso intenso de recursos audio-visuales, etc.

La iniciación, el perfeccionamiento y los entrenamientos orientados, se dividen en dos temporadas de 4 meses cada una, durante el año. En el inicio de los dos primeros meses serán aplicadas pruebas físicas, sicomotoras, y deportivas, para la división en grupos. Estas pruebas se constituyen en criterios de orientación, para posterior adaptación del niño a las varias modalidades constantes en el proyecto. Así, los dos primeros meses de la temporada son dedicados a proporcionar al niño una adaptación "poli deportiva", una vez que ella deberá pasar por todas las modalidades del programa.

Paralelamente se hace evaluación médica básica del niño, que será usada como apoyo al trabajo práctico realizado por los profesores de Educación Física. En esta etapa las clases son dadas dos veces por semana, con duración de 100 minutos cada una, así divididos: — 10 minutos para calentar los músculos; y 3 actividades (modalidades) simultáneas de 30 minutos cada una, envolviendo todos los grupos mediante el intercambio en las modalidades.

En los dos últimos meses — adaptación deportiva — el niño participa de 1 o 2 modalidades específicas, indicadas por el resultado de las evaluaciones realizadas (aptitudes) y por el interés. Las clases, es esta etapa — aún con duración de 100 minutos — comprenden 10

minutos para calentar los músculos y una variación de 45 a 90 minutos de adaptación a las modalidades específicas, de acuerdo con el número de modalidades definidas para cada uno.

Con el objetivo de aferir el nivel de rendimiento, se realizará una evaluación final para la formación de grupos para entrenamientos con los más hábiles, así como para orientar los menos hábiles para la participación en actividades de acuerdo con su rendimiento y/o posibilidades de actualización en nueva temporada. Esta evaluación final es compuesta de pruebas físicas y sicomotoras — basadas en circuitos con la utilización de material variado — y de la observación del rendimiento deportivo, a través de los festivales del Mini Deporte.

Durante el transcurso de la temporada es indispensable una evaluación sistemática del desarrollo del niño, así como de posibles problemas físicos y sicomotores presentados y que requieran observación médica especial.

En el periodo de las vacaciones escolares, se desarrolla un trabajo de manutención, como forma de continuidad del programa, a través de las Actividades Especiales.

ACTIVIDADES ESPECIALES

Son desarrolladas en las temporadas de 4 meses (marzo a junio y agosto a noviembre) durante el trabajo de manutención del programa o, aún en fechas especiales de la Unidad o de la Comunidad. Se trata de actividades de apoyo al programa, con el fin de difundir el Mini Deporte SESC visando el aumento de la cultura deportiva.

Involucrando grupos de ambos sexos, con edad de 5 a 70 años, y con interés en perfeccionar conocimientos en el área de Actividades Físico Deportivas tenemos:

— Clínicas de Deporte

Consiste en una acción directa del profesor, animando grupos y personas para que, y según su interés, participen de clases, competiciones informales, charlas, recreación orientada y otras actividades ligadas al proceso de difusión cultural del deporte.

— Festivales de Mini Deporte

Competiciones informales, dirigidas por adolescentes (árbitros, controladores, técnicos, etc) abarcando varias modalidades del deporte.

— Clubs de Mini Deporte

Son el resultado práctico del propio trabajo socio-educativo del Mini Deporte SESC, a través de clases y entranamientos, permitiendo el desarrollo de actividades auto dirigidas.

— Grupos de Entrenamiento

Al final de cada temporada de 4 meses son seleccionadas por aptitud deportiva — niños para formar grupos de entrenamiento, cabiendo a la Unidad, en función de sus peculiaridades, definir que grupos y modalidades deberán componer el módulo de entrenamiento.

— Cursos para Voluntarios

Desarrollo de diferentes clases — organización de competiciones deportivas, socorros de urgencia, técnicas de las mini-modalidades — entre otros.

RECURSOS HUMANOS

Con relación a los recursos humanos, el proyecto dispone de Monitores de Deporte (profesores de Educación Física) de la Entidad, con el apoyo de una asesoría técnica en las ramas de la Medicina Deportiva, Sico-pedagogía y Aprendizaje Deportivo, para el estudio y planeamiento para colocar, ejecutar y evaluar el proyecto. Cuenta igualmente con 60 practicantes de Educación Física, en trabajo de refuerzo para la ejecución del programa.

Cada Unidad tiene también, en régimen especial, un médico; este profesional, actuando en conjunto con el monitor de deportes, desarrolla un trabajo de acompañamiento y evaluación clínica de los participantes del proyecto.

METAS DEFINIDAS

El proyecto, con la previsión de atender, aproximadamente, 10.000 niños hasta 1980, fue introducido y está siendo desarrollado en dos Unidades de la capital — CCD "Carlos de Souza Nazareth" y Centro Campestre "Brasília Machado Neto" y en 8 Unidades del interior: Bauru, Taubaté, São José dos Campos, São Carlos, Santos, Campinas, Ribeirão Preto y Catanduva.

A través de la creación de un movimiento favorable al desarrollo del Mini Deporte SESC, a niveles municipal y nacional, se pretende que otras instituciones de recreo deportivo, incorporen el proyecto y pasen a desarrollarlo en ámbito general.

En octubre, durante la Semana del Niño, se realiza el Festival Regional del Mini Deporte, en todas las Unidades que centralizan el programa, así como las ciudades atendidas por las UNIMOS.

3.5

MACRO GIMNASIA

DARCYMIRES REGO BARROS

El prefijo MACRO transmite la idea de grandeza.

Lingüísticamente "significado" quiere decir valor, sentido o contenido semántico de la palabra.

MACROGIMNASIA sería entonces una GIMNASIA GRANDE O GIMNASIA PARA GIGANTES. Sin embargo, es necesario observar el sentido de GRANDE, lo que tiene dimensiones amplias, extensas, espaciales - es decir, GIMNASIA EN UN TERRENO GRANDE o en el sentido de grandeza: opulencia, ostentación, actividad, poder.

Realizada en un local espacioso, amplio, con un elevado número de personas, podríamos tal vez aceptar la denominación de MACRO-GIMNASIA.

Creemos, sin embargo, que MACROGIMNASTICA no es más que una de las alteraciones tan frecuentes en Portugués, derivada de MATROGIMNASTICA, que en castellano significa "Gimnasia para madres".

A su vez, MATROGIMNASTICA - falsa traducción de MATRO-GIMNASIA, ya que en el idioma Portugués el prefijo MATRO no existe, da la idea de ser una Gimnasia para matronas, es decir, para mujeres de edad madura y respetable, o GIMNASIA PARA VIRAGO, sinónimo de MATRONA (Ver Diccionario Enciclopédico Koogan-Larousse (pag. 908) o Diccionario Escolar de la Lengua Portuguesa

(pag. 1.424); por lo tanto, MATROGIMNASIA debería tener la traducción de MTROGIMNASTICA.

GIMNASIA DE PADRES E HIJOS, el nombre dispensa comentarios, pues ella no es más que la actividad física recreativa en la cual existe el involucramiento social de la familia, y que en nuestra sociedad, cada vez más carente, posee gran y significativo valor cultural.

Las actividades en que son solicitadas las participaciones de los padres (madre, padre, tío, tía, abuelos, etc.) e hijos pueden llevar las personas a una perfecta unión familiar, a un intercambio de ideas, de costumbres, y a una nueva concepción de vida en sociedad, tan poco común entre nosotros, sobre todo en áreas económicamente antagónicas.



Creo que la diseminación de este tipo de actividad, no con el rótulo de GIMNASIA, ya que el brasileño, desdichadamente, piensa enseguida en ejercicios analíticos, estereotipados, pero con otra etiqueta, otro letrero, como por ejemplo: DOMINGO ALEGRE, DOMINGO FELIZ, DÍA ALEGRE, MAÑANA DE RECREO, en fin rótulos que despierten el hedonismo en el individuo, hedonismo en el sentido hedonistas de atender la necesidad de placer, con personas que le dedican cariño y amor, porque de esta forma habrá motivación y estímulo para la práctica de las actividades.

La motivación surge necesariamente del placer que el individuo siente al practicar una actividad física, pero en aquella en la que él pueda atender a una necesidad básica, necesidades estas inteligentemente presentadas por Maslow, en su libro "Motivación y personalidad".

- Ejecutar actividades físicas, moverse, es una necesidad fisiológica.
- Sentir la presencia del hijo o de una persona de la familia es una necesidad de seguridad en el sentido de tener un apoyo, de estar con una persona muy unida a uno, por el afecto, por el amor.
- El contacto con otras personas, el sentir la presencia de otras personas, parientes o no, conversar, mirar, sonreír, es una necesidad social.
- Y a quien no le gusta oír palabras de estímulo:

" Muy bien, fulano, saltaste en el lugar, bien coordinado con la música". "Me gustó haber participado contigo en la gimnasia de hoy". Atención, respeto a lo que el otro hace, consideración, son maneras de atender al EGO.

Y, finalmente, la AUTO-REALIZACIÓN, el ápice de la pirámide de las necesidades de Maslow. A quien no lo gusta sentirse respetado, admirado por lo que ha hecho? A nosotros sólo nos gusta hacer cosas que sabemos, pues así estamos atendiendo a una necesidad de nuestro EGOP e igualmente a las de la auto-realización.

Por eso son importantes la MOTIVACIÓN Y el ESTIMULO del ANIMADOR, no en el sentido de animador de programas de TV o de auditorio, etc, pero en el sentido de ANIMADOR DE ACTIVIDADES FÍSICAS RECREATIVAS, de leader, de orientador de las actividades que deben ser peculiares a cada ambiente social.

No siempre un ANIMADOR es un profesor, como tampoco, no topo profesor de Educación Física es un ANIMADOR. Continuando, no debe haber actitudes metodológicas por parte del ANIMADOR para que la actividad no se transforme en una clase de GIMNASIA.

La participación debe, como las palabras, surgir; desenvolverse de dentro para afuera, crecer con el entusiasmo, con la afectividad que el individuo sienta en la ocasión, y a través de ella él crea y recrea, enriquece la vida y domina mejor las estructuras sicomotoras. Y la mejor manera de obtener esto es con la música. La música lleva la persona a expresar sus sentimientos, a través de gestos y movimientos. Tiene el mágico poder de motivar, de proporcionar momentos de alegría y placer, de interrelacionar con los movimientos; de establecer contactos, de revivir el diálogo simple, alegre y espontáneo entre las personas y el grupo. No creo en ese tipo de actividad expresa a través de órdenes, comando u otra forma de comunicación, tales como

contaje, imitación del guía (!...?) - pregunto: esto existe todavía en gimnasia?

Nuestro animador debe inducir, suscitar, sugerir a través de palabras simple, lenguaje alegre y comunicativo, pero sin características de payaso y ni siquiera vestirse a carácter! Debe ubicarse en el centro de un palco alto, de donde pueda ser visto por todos, no tener frente!

La música corresponde, para nosotros, ai 80 por ciento del estímulo para la práctica de la actividad. Lo que sería de mi sin Daisy en el control del sonido? Los 20 por ciento restante corresponden a las actitudes y procedimientos del animador.

El sonido debe ser fuerte y la sincronización de la música con el movimiento se estructura apenas sugiriendo movimientos simple y naturales, llevando la persona a adaptarse al ritmo de la música, que, a su vez, debe ser actualizada, rítmicamente bien acentuada en sus compases y, naturalmente, conocida.

Los grupos de 2, 3, 4 o más personas, de acuerdo con la actividad propuesta, deben ser "organizados" lo más natural y espontáneamente posible.

No presentamos sucesión de movimientos. Partimos de la espontaneidad del grupo que surge como consecuencia de las músicas ejecutadas, notadamente música infantil.

Los movimientos fluyen naturalmente de las estructuras sicomotoras de base que son los movimientos naturales y espontáneos del niño, tales como rodar, caminar, correr, saltar, lanzar, equilibrarse, etc...

Un gesto, un movimiento de un integrante del grupo, niño o adulto, nos lleva a provocar su ejecución. Otras veces, el movimiento anterior sirve de estructura al movimiento posterior. Los efectos derivan de los anteriores y se reflejan, evidentemente, en los movimientos subsecuentes. Durante la orientación de la actividad, observamos los siguientes principios:

ALTERNANCIA - ejecución alternada de actividades exigidas 1 o 2 veces, con la predominancia de determinados miembros o grupos musculares.

RITMO - suscitar la ejecución de la actividad dentro del ritmo sin, sin embargo, olvidar el ritmo individual o de la pareja, etc...

SOCIABILIDAD - actividades preferentemente en grupos de dos y

otras formas de actividades en grupo.

NATURALIDAD - presentar y sugerir movimientos naturales y espontáneos que se fundamentan en las estructuras sicomotoras.

TOTALIDAD - actividades ejecutadas en su todo con la participación total del cuerpo, considerándose el hombre como un ser global, y no dividido en compartimientos estancos.

SIMPLICIDAD - presentar formas simple, pues ellas despertarán alegría, interés y placer. No se olvide que solo hacemos aquello que ya sabemos y dominamos.

Aunque el local sea dividido en varias áreas correspondientes a los diversos grupos de edades, realmente no exigimos la participación dentro de esos grupos por edad. Sugerimos apenas a los grupos, cuando son numerosos, que no salgan de sus áreas, para que obtengan una mejor sensación de seguridad de las percepciones espacio-temporales.

Utilizamos personas voluntarias que se presentan en el momento de las actividades, así como, alumnos de las Escuelas de Educación Física. Estos colaboradores representan realmente los 20 por ciento del éxito de la actividad. Tienen toda libertad de acción y son los elementos que establecen la eficiencia de los canales de comunicación entre el animador y los participantes.

No existen personas incapaces, dijo cierta vez el maestro Peter Drucker, pero existen personas que consiguen ser incapaces, por no tornar las cosas simples.

Es necesario que el leader tenga competencia, entusiasmo, pues su presencia vivifica la actividad. Que tenga amor por aquello que realiza y cuyo suceso se mide por el fomento de la elevación del nivel de la sociabilidad.

El apoyo logístico se concentra en la instalación de un potente equipo de sonido, 203 cintas magnéticas, 2 toca-cintas, 1 "headfone" y 2 micrófonos de pedestral. El equipo debe ser instalado al lado del tablado de donde será dirigida la actividad.

No existe una forma simple y reducida de realizar un evento macrogimnástico, pues el nombre ya indica una gran dimensión.

Si el sonido presenta defecto, tratamos de recurrir al tambor o al pandero. Ahí la actividad pasará a ser dirigida.

Pánico? Donde existe alegría, espontaneidad nunca habrá pánico.

co! Sólo una catástrofe podría alterar la marcha del evento.

Hasta hoy, hemos realizado nuestras actividades sin contar con material propio. Sin embargo, considero el uso de material adecuado uno de los elementos esenciales para la motivación. Por ejemplo: Pelota: Imaginaron 1 adulto, 1 pelota y 1 niño lo que sería?

Diario, palo de escoba y bastones podrían tener la misma utilidad.

Todo el material mencionado puede y debe ser utilizado, pues facilitará aún más la participación de las personas y sobre todo de los niños.

Finalmente, creemos que la GIMNASIA O ENCUENTRO DE PADRES E HIJOS, MATROGIMNASTICA, MACROGIMNASTICA, u otros rótulos - (menos MATROGIMNASIA!) - tiene solo un propósito: la participación de actividades físicas sanas que establezcan un interrelacionamiento entre las personas, parientes o no, propiciando una de las más antiguas maneras de Comunicación Social, de gran efecto socializante y que es la expresión natural y espontánea del cuerpo.

3.6

PROGRAMA DE GIMNASIA MATINAL

EQUIPO TÉCNICO DE LA FUNDACIÓN ISHIBRÁS

Dentro de las actividades físicas, deportivas y recreativas de la Fundación ISHIBRÁS, el Programa de Gimnasia Matinal es, evidentemente, uno de los más audaces proyectos con relación a la gimnasia en la empresa.

Todos los días, durante 10 minutos antes de empezar el trabajo, cerca de 2.500 hombres divididos en 15 grupos hacen diversos ejercicios, con fondo musical y orientados por altoparlantes y monitores. Esta actividad es realizada en los astilleros de la ISHIBRÁS, en Río de Janeiro, y es para todos los trabajadores sin distinción de edad o cargo.

Para comunicar el inicio de la actividad, una música de Tchaikowski es oída en toda la extensión del astillero donde, sin ningún problema, los funcionarios forman grupos normalmente, para emprezar con más disposición un nuevo día de trabajo.

I. Introducción

La Educación Física Moderna sigue dos principales corrientes filosóficas. Una, de orientación pragmática, cuyo objetivo principal es el comportamiento del hombre; otra de orientación dogmática, cuyo objeto es el hombre total.

Analizando sus métodos, veremos que la primera visa al condicionamiento físico dirigido para el deporte, el perfeccionamiento del

hombre para superarse a cada instante, en fin, trata esencialmente de preparar atletas para competir. La corriente de origen dogmática reúne los objetivos de la corriente pragmática y suma a estos el desarrollo del hombre en su plenitud. Mientras la primera trabaja con atletas por periodo efímero de progreso físico, la segunda acompaña al hombre durante su existencia, ejercitándole físicamente para mantenerlo en condiciones generales de vida sana.

Logicamente, en el momento en que se pretende dar a un grupo heterogéneo de personas actividades físicas de carácter no deportivo, debe usarse los métodos de orientación dogmática.

Las dos corrientes, sin embargo, evolucionaron a partir de métodos bastante rígidos, usados de forma general, con intenciones marciales caracterizadas por la unión del ejercicio físico con la disciplina, y el orden. Estas corrientes guardan, por consiguiente, resquicios de esa rigidez que perjudica la participación voluntaria del atleta.

No habiendo participación voluntaria, no hay colaboración, no existe aprovechamiento.

En la ISHIBRÁS, el Programa de Gimnasia Matinal era orientado por métodos suecos y franceses, muy usados por organizaciones militares y colegios, ya que son instituciones que necesitan imprimir a la gimnasia un sentido de organización más amplio, rígido y disciplinador.

La nueva orientación sugerida en este trabajo fue el Método Natural Austríaco, donde el esfuerzo físico es comparable al de los demás, pero su ejecución es preparada de manera que el ejercitante se sienta libre, más orientado para la gimnasia. La finalidad es la misma: dar condiciones físicas. El rendimiento, sin embargo, es mejor y los resultados más rápidos y compensadores. La disciplina y el orden son presentados con sutileza y los ejercicios evolucionan gradualmente.

Como el objetivo principal del Programa es posibilitar calentar los músculos u así atenuar la incidencia de accidentes de trabajo causados por el esfuerzo físico sin preparó, los ejercicios son dosificados de forma a obtener esos calentamiento y la oxigenación necesaria a la mejora del estado físico general, sin la sobrecarga natural que exigiría un trabajo con finalidades deportivas.

Como este cambio de orientación, si fueses hecho abruptamente, perjudicaría los demás objetivos del Programa - disciplina, orden, reunión de los grupos para distribuir tareas, etc. - el mismo es efectuado por etapas, cuyos cronogramas son elaborados después de evaluada la reacción de los empleados y detectada la predisposi-

ción para una nueva etapa.

Estas etapas tienen además la finalidad de interrumpir una rutina creada por la repetición constante de una misma serie de ejercicios que llevan al desinterés y a la aversión por la gimnasia.

Entre los principales tipos de gimnasia utilizamos:

- gimnasia correctiva que trata de restablecer el equilibrio del antagonismo muscular;
- gimnasia de compensación: para impedir que se instalen vicios de postura, debido a la posición en que la persona es obligada a permanecer durante su actividad profesional;
- gimnasia de conservación o manutención para garantizar el equilibrio morfofisiológico alcanzado por la persona permitiendo que su forma y sus funciones permanezcan estables.

II. Objetivo

De acuerdo con la orientación recibida de la Sección de Personal del Departamento de Relaciones Industriales (RIND/SEPESS), los objetivos del Programa de Gimnasia Matinal se clasifican en tres categorías.

a) Objetivo Físico

Datos estadísticos de la extinta RIND/SERMED, comprueban que, después de haberse iniciado el programa de ejercicios matinales en la ISHIBRÁS se verificó una disminución acentuada en el número de lesiones causadas por el esfuerzo físico sin preparo. El número de casos en el Servicio Médico registrado debido a lumbalgias ocasionadas por movimientos bruscos o por remoción de objetos con los músculos "frios" bajó, probando que el calentamiento muscular antes del inicio de las actividades puede eliminar, en gran parte, este problema. En estos casos colocaríamos la gimnasia matinal en el conjunto de las medidas preventivas contra accidentes de trabajo.

b. Objetivos de Organización

La característica del trabajo realizado en la Empresa requiere un cierto control en lo que se relaciona con la disciplina y el orden, una vez que los riesgos de accidentes son grandes y las tareas ejecutadas congregan un contingente considerable de personas. Para mantener bajo control esta masa se hace necesario inculcarles un sentimiento mayor de disciplina y organización. La reunión de estos empleados, en el inicio del expediente de trabajo, sirve para mostrarles la importancia de este aspecto.

c. Objetivos Funcionales

Complementando el objetivo anterior, la gimnasia promueve la reunión de los grupos en torno de su responsable, que aprovecha la ocasión para distribuir las tareas del día, evitando que ellos se dirijan a los talleres sin instrucciones precisas en cuanto al servicio programado.

Podríamos, además, destacar un objetivo general, cual sea el de promover el perfeccionamiento físico del empleado, dándole más disposición para el trabajo y mejorando su estado general. Más capacidad respiratoria, vitalidad muscular y mental, descontracción, coordinación motora, flexibilidad muscular, serían estos otros beneficios oriundos de la práctica regular de la gimnasia matinal, reflejándose directamente en el aumento de la productividad.

Y, de cierta forma, se seguiría una línea de acción que es mantenida por la Fundación ISHIBRÁS, en sus actividades deportivas, uniformizándose el procedimiento en ese sector de actividades.

III. Los métodos

En la introducción a este trabajo informamos sobre la utilización del Método Natural Austríaco, de la corriente filosófica llamada de dogmática. Se concluyó de esta forma porque, analizados los objetivos y las características de la Empresa, se verificó una afinidad de propósitos y la posibilidad de la conscientización de la importancia de los ejercicios físicos para el desarrollo del hombre.

Aclaremos, sin embargo, que el Método Natural Austríaco aquí empleado sufrió adaptaciones, pues sería imposible elaborarse un programa para una Empresa siguiéndose totalmente sus procedimientos. Y esta adaptación se hizo necesaria porque, básicamente, este método pretende la libertad total, la eliminación de las posturas uniformes, el movimiento, la ejecución de ejercicios dinámicos, la participación voluntaria y el interés a través de la recreación.

Este método substituye, por ejemplo, un ejercicio clásico en el un atleta se ejercita estáticamente, sin dejar su posición o postura - por una corrida atrás de un gato o de una mariposa. Mientras en el ejercicio clásico, apenas una parte del cuerpo es exigida a cada movimiento, en la corrida todos los músculos están en actividad, con la ventaja de que el ejercicio es más divertido y promueve la mayor integración del grupo.

Lógicamente sería utópico e irrazonable orientar un trabajo para una empresa en este esquema. pero hay la posibilidad de, manteniéndose las características de la formación clásica, elaborar una

série de ejercicios más libres, en que el empleado ejecutará los movimientos de acuerdo con su capacidad, sin sobrecarga. Con esto hará la gimnasia más creativa y agradable.

Otro factor preponderante que determinó la elección de este método fue la heterogenidad del grupo. No se puede igualar un joven de 20 años a un hombre de 40, como no se puede exigir de un empleado del sector administrativo lo mismo que de un operario.

La edad, el sexo y la actividad diaria normal no pueden ser olvidados. Se debe tener presente la necesidad de la gimnasia para todos, pero con intensidades diferentes. En el momento en que hay libertad para que el empleado determine su propio ritmo y evalúe su propia condición, no tendremos problemas como sobrecarga unos y exigir menos de otros. Y la propia característica recreativa del ejercicio por la motivación que despierta, lleva cado uno de los participantes a alcanzar su propio grado de intensidad.

Es más provechoso aún reunir grupos de empleados con la intención de homogenizarlos al máximo. No siendo esto posible, se procura dar un sentido más global al Programa, ya que su objetivo principal es la prevención de accidentes y la mejora de las condiciones físicas generales del individuo, lo que será alcanzado plenamente.



IV. Los ejercicios

El Programa de Gimnsia Matinal prevé la ejecución de ejercicios por un período de 7 (siete) minutos aproximadamente.

Estos ejercicios son realizados como anteriormente, usándose el Servicio de Comunicaciones por Alto Parlantes para la transmisión de las órdenes y del fondo musical, mientras un guía orienta un grupo de funcionarios, mostrándoles el ejercicio anunciado.

Los guías son indicados por la RIND/SEPESS, orientados por técnicos del Sector de Actividades Socio-Culturales, y reciben manuales conteniendo las instrucciones necesarias.

En principio, se alteró la série de ejercicios y el fondo musical que les dá el ritmo, pues se alcanzó el punto de saturación de la série anterior.

A partir de allí, tuvimos un periodo de observación de seis meses, antes de la introducción de nuevos ejercicios. Posteriormente, y habiendo posibilidades materiales, los cambios se efectuaron después de periodos de tres meses.

Complementando este trabajo, son presentados "slides" de las principales posiciones de la nueva série de ejercicios, así como películas con rotación normal y en cámara lenta.

"Cultivad la inteligencia de neustro alumnos, pero cultivad antes de todo su físico, por que es este que irá orientar el desarrollo intelectual". (Rousseau).

3.7

MINI VOLLEY-BALL: NUEVOS CAMINOS PARA LA INICIACION

VADEBI ROMANI

El Mini Volley-ball es una forma reducida del Volley-ball tradicional, manteniendo sus características básicas y facilitando mucho el proceso de iniciación.

Practicado como forma recreativa, el Mini Volley-ball dá al iniciante interés para su aprendizaje y perfeccionamiento de sus principios, llevándolo más tarde a la práctica del Volley en campo oficial.

Esta facilidad es debida a las dimensiones reducidas de la cancha, la altura de la red, la pelota que, aliadas al pequeño número de participantes (tres de cada lado), hace más fácil los movimientos y más frecuente el contacto con la pelota, resultando un juego dinámico y agradable.

Pero no es solamente como iniciación que el Mini volley tiene éxito, pues como competición se transforma en un juego extremadamente rápido, exigiendo buen estado físico y técnico.

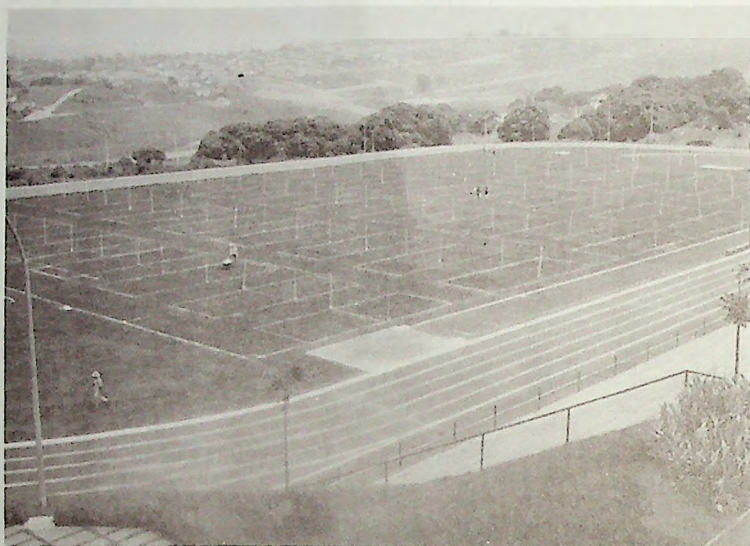
DIMENSIONES OFICIALES

- Cancha de 12 metros de largo por 4,5 metros de ancho con las líneas de ataque a 2 metros del centro de la cancha.
- Líneas de 5 centímetros, pintadas dentro de la cancha.
- Zona de saque de 1,5 metros limitada por dos líneas de 15 centímetros de largo trazadas 20 centímetros atrás y perpendicular a la línea de fondo.

- Red con altura de 1,80 a 2,00 metros para niños de 11 a 13 años. La red tendrá 0,80 de ancho por 5 metros de largo y con una malla de 0,10 metros.
- Pelotas de cuero con 200 a 220 gramos y una circunferencia entre 60 y 62 centímetros.

Los equipos serán constituidos por tres jugadores con derecho a más tres reservas.

El conteaje de puntos, los cambios y los sets siguen las normas oficiales del volley oficial.



IMPROVISACIÓN:

El Mini volley, tanto en la iniciación como en la recreación, permite el uso de numeroas adaptaciones, como dimensiones de la cancha, altura de la red, substitución de la misma por cuerdas o elásticos, uso de locales como en el fondo del terreno o corredores, soportes hechos con latas o neumáticos con cemento, pelotas de plástico o de goma, etc. En términos de escuelas o clubs, permite que sean aprovechadas áreas maoyres permitiendo el montaje de varias mini canchas con materiales baratos y fáciles de transportar. Mencionamos como ejemplo, una extensión de 26 x 14 metros donde pueden ser preparadas 5 canchitas con la participación activa de 30 niños al mismo tiempo.

MOTIVACIÓN:

Una de las principales dificultades encontradas por el volley tradicional está en la dificultad inicial del aprendizaje de sus reglas y su aplicación en una cancha de dimensiones normales. El mini volley supera más fácilmente este problema porque en una cancha reducida, con red más baja, pelota menor y más liviana, el iniciante tendrá más facilidad en realizar los movimientos básicos y al tentar realizarlos, las posibilidades de éxito serán mayores. Otro aspecto igualmente positivo es el número de veces que el niño toca en la pelota, pues en un equipo de tres jugadores su participación es mucho más intensa, trayendo beneficios, también, en términos de asimilación y perfeccionamiento de sus fundamentos.

RECREACION:

Dada la facilidad de improvisación de locales y materiales, así como de sus movimientos primarios, el mini volley es considerado una forma bastante accesible de recreación, porque, exigiendo un número menor de participantes y con su informalidad permite la participación de adultos sin ninguna iniciación y sin exigir tampoco un buen preparo físico.

COMPETICIÓN:

En su forma competitiva el Mini volley se caracteriza como un deporte que exige mucha agilidad, aliada a condiciones técnicas, tácticas y físicas. Su ventaja principal está en las dimensiones reducidas del equipo que permite su adecuación a los niños, sin exigirles un esfuerzo arriba de sus posibilidades.

Por todas estas razones, es seguro que el Mini volley llena todos los requisitos para la popularidad del Volley-ball. En el Brasil, el SESI, Departamento Regional de São Paulo, a través de su División de Deportes, adoptó el Mini Volley, como parte de la programación de sus Centros Deportivos, organizando como apertura el "I FESTIVAL DE MINI VOLLEY".

Este torneo de ámbito Estadual, fue realizado en 1.ª 2ª quincena de octubre de 1979, en varias ciudades, inclusive en la de São Paulo.

Abierto a jóvenes de los dos sexos y en grupos de 8/9 años y 10 a 13 años, el "I FESTIVAL DE MINI VOLLEY-BALL" tuvo por características el recreo y la recreación, mediante la actividad deportiva, sin tener, sin embargo, mayores preocupaciones con resultados técnicos.

Usando grandes áreas como canchas de foot-ball en que eran armadas hasta 40 mini canchas, el festival reunió 15.780 niños de 8 a

13 años en 16 ciudades paulistas, abarcando 18 centros deportivos.

Continuando con la implantación del Mini volley-ball, el SESI realizó el "I TORNEO DE MINI VOLLEY-BALL DEL BRASIL", reuniendo en Campinas, Centro Deportivo, 576 niños con edad de 8 a 13 años. El Torneo, realizado el 24 de noviembre de 1979 contó con la participación de equipos representantes de Centros Deportivos y ofreció un buen nivel técnico, ya que los participantes fueron preparados dentro de un esquema más competitivo.

Tanto el "I FESTIVAL DE MINI VOLLEY-BALL" cuanto el "I TORNEO DE MINI VOLLEY-BALL DEL BRASIL" alcanzaron pleno éxito, confirmándose la receptividad del Mini Volley junto a los jóvenes.

El Mini Volley-ball está estructurado inicialmente en dos campos básicos del desarrollo, definidos como:

- I - MINI VOLLEY-BALL UTILITARIO
- II - MINI VOLLEY-BALL COMPETITIVO

Dentro de las características de atención de los Centros Deportivos del SESI, el Mini volley-ball utilitario, viene siendo practicado como un proceso de iniciación como forma recreativa.

Para ello fue elaborado un plano cuyos objetivos principales son:

- Conducir nuestros socios a la práctica del Mini volley-ball y Volley-ball para conocer las reglas, y los fundamentos a través de la práctica recreativa.
- Mantener el espíritu fundamental del Volley.
- Difundir metodología de acuerdo con la capacidad y conveniencia de niños y adolescentes.
- Desarrollar las cualidades físicas básicas.

El trabajo prevé agrupamiento de asociados por edad, adecuándose el contenido y la estrategia a las características de la clientela.

El Mini volley competitivo será implantado en el futuro como consecuencia de la primera etapa.

Esta programación está al lado de las demás actividades de los Centros Deportivos que funcionan de miércoles a viernes en tres periodos. En estos días los asociados tienen, además de una libre recreación, la posibilidad de participar de grupos estables de asociados, donde son desarrolladas actividades como iniciación deportiva, gimnasia rítmica para señoras, gimnasia de conservación para señoras, Educación Física Infantil, Matro gimnasia, etc.

Estos grupos tienen clases dos veces por semana con horarios establecidos y son formados por grupos de edad. En 1979 los Centros Deportivos montaron y trabajaron con 747 grupos, en un total de 30.153 alumnos y asociados, habiendo sido dadas 60.305 clases.

Es importante señalar que el Mini Volley-ball está logrando gran aceptación también con los grupos de adultos, señores y señoras, no solo en términos de iniciación, pero y principalmente como recreación, ya que la dificultad inicial es muchas veces hasta más grande que en el caso de niños.

Los Centros Deportivos funcionan los sábados, domingos y feriados, ofreciendo, además de la libre recreación, actividades programadas, tales como torneos entre grupos, festivales y demostraciones de gimnasia, cursos intensivos de natación, gimcanas, etc.

El Departamento Regional del SESI en São Paulo dispone actualmente de 18 Centros Deportivos en pleno funcionamiento y 5 en construcción, reuniendo 124.753 asociados.

COLONIA DE VACACIONES

EQUIPO TÉCNICO DE LA COMUNIDAD DEPORTIVA

II CAP. ACTIVIDADES

TOODS DICEN QUE ES
LA SOLUCIÓN, PERO YO
TODAVÍA ESTOY
DESINFORMADO !...



Y NOSOTROS PODRIAMOS PARTICIPAR
COMO ENTIDADES PROMOTORAS; ¿PERO
CUALES SERÁN LOS OBJETIVOS
DE LA "COLONIA" ?



Colonias de Vacaciones:

Es el conjunto de actividades recreativas y de iniciación deportiva desarrolladas de manera no formal durante algunas horas del día, en el período de las vacaciones escolares; es también un modo brasileño de orientar los alumnos en vacaciones para las necesidades educacionales, culturales y deportivas con un gasto mínimo y con un máximo de alegría, siendo también en ciertos casos complemento ideal para la Merienda de las Vacaciones.

Ofrecer a los niños oportunidades de:

- desarrollarse social, cultural, cívica y físicamente, a través de la práctica de actividades recreativas;
- estimular la inclinación para las actividades físicas y para el reconocimiento de su valor para la salud física y mental;

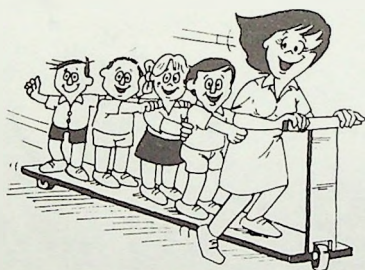
- desarrollar el espíritu de grupo e la manifestación de comando, preparándolas para la vida;
- Expresarse y comunicarse;
- Hacer juegos deportivos simplificados

cuando la edad lo permite;
- Dar expansión a sus energías en actividades físicas, culturales y artísticas programadas.

HASTA AQUÍ NO HAY PROBLEMAS.
VOY A PROPONER LAS TÍPICAS
PREGUNTITAS DE ORGANIZACIÓN
PARA PERCIBIR MEJOR
LA COSA...



1º MOMENTO - PLANEAR



Quien Participa:

- Niños de 4 a 12 años;
- Madres y Padres;
- Grupos homogéneos para las actividades simplificadas para grandes grupos (paseos, duchas con mangueras, etc);
- Pré-escolares en grupos especiales.

Quien Dirige y Ejecuta:

- Una comisión o una persona que organice, coordine y dirija las actividades;
- Profesores, estudiantes, pasantes, militares habilitados en Educación Física y monitores que conduzcan la ejecución de las actividades;
- Los propios participantes de la Colonia...





Cual el Material Necesario?

Debe ser considerado todo tipo de material disponible, improvisado, solicitado o adquirido:

- pelotas
- redes
- cuerdas
- arcos
- banderolas
- tintas
- pinceles
- papel
- cola
- masilla para modelar

Nuevos materiales surgen a medida en que el programa se amplía y diversifica.



Cual el locales:

- Áreas libres
- Plazas
- Bosques
- Escuelas
- Canchas de foot-ball
- Playas
- Clubs
- Cuarteles
- Calles

Periodo de duración y Funcionamiento:

Considerar el periodo de vacaciones: enero, febrero y julio. Las actividades diarias deben ocupar de 2 a 3 horas de lunes a viernes, con duración de 2,4, 6 u 8 semanas.

2º MOMENTO - PREPARAR

Divulgar:

Para movilizar personas para la participación, debemos providenciar con antelación la divulgación:

- radio
- TV
- diario
- pancartas
- alto-falantes
- boca a boca
- carteles



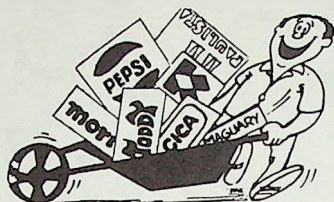
Inscripciones:

Las grandes colonias requieren conexión previa para organización de los grupos y orientación de los padres (horario, area de concentración, ropas, etc).

- Las pequeñas Colonias se organizan a través del contacto directo entre los padres y los profesores;
- Debe ser evitado cualquier exceso burocrático o exigencias discriminatorias.

Buscar Patrocinadores para el Apoyo Material:

Elaborar los Horarios y Preparar los Locales:



La organización de las actividades y de los horarios debe considerar la merienda en los locales donde ella será servida (escuelas principalmente). En lugares más pobres la merienda es la actividad principal y la Colonia debe ser la complementar. La refección principal finaliza las actividades del día.



Entrenar los Ejecutores:

- Discutir y aclarar la organización de la Colonia, baseándose en las preguntas: *que? quien? donde? cuando? cuanto?*
- Definir la actuación de cada uno;
- Proponer y discutir las diferentes actividades a ejecutarse y los medios de improvisación;
- Crear el espíritu de equipo.



Constituir Grupos:

- El número de profesores y de monitores regula los grupos;
- 20 "colonius" para cada profesor es la base para la división;
- Cuanto menor la edad, menor debe ser el agrupado;
- Habiendo posibilidad, la identificación de los grupos, a través de gorros diferentes, se aconseja para las grandes Colonias.

Elegir las actividades:

- Juegos Educativos;
- Manoseo de papeles, tintas, masilla, arena y de otros materiales improvisados en el local;
- Dramatizaciones sobre la defensa del medio ambiente;
- Trabajos de grupo (construcción de castillos, paseos, etc);
- Juegos infantiles tradicionales (escondido, banderas, rango y mida, rayuela, etc);
- Juegos con pelotas y otros materiales improvisados;
- Juegos deportivos (foot-ball, mini volley-ball, saltos, lanzamientos, etc);
- Canto del Himno Nacional.

Servicios de Salud:

- Lo ideal es la organización de un servicio médico. Si no fuere posible, organice un pequeño servicio e salud para atender a los

casos de poca gravedad;

- No olvidar bebederos y excusados.

3º MOMENTO - EJECUTAR



No existen Normas Fijas:

- La ejecución depende de las actividades elegidas dentro de las posibilidades locales y de los profesores y monitores;*
- En el caso de la participación de los padres, ellos pueden elegir, juntamente con los profesores, las actividades más adecuadas;*
- El espíritu, el interés y la ejecución de las actividades dependerán de la presencia, siempre constante, de los profesores y del ejemplo de sus actitudes.*

4º MOMENTO - EVALUAR

La evaluación:

Es elemento presente desde el inicio de la organización. Cada día debe ser evaluado para que sepamos si lo que estamos haciendo es lo que realmente pretendíamos hacer. Al final todos deben colaborar para hacer un análisis del trabajo realizado - sus puntos positivos y

negativos deben ser levantados y discutidos.

El fruto positivo, cogido al terminar, deberá ser el deseo de todos en participar nuevamente.

3.9

COLONIA DE VACACIONES - VISION COMUNAL

PERSON CÂNDIDO MATIAS

En febrero de 1979, una experiencia inusitada, en términos de Colonia de Vacaciones, ocurrió en las instalaciones deportivas de la Universidad Federal de Río de Janeiro, en Ilha do Fundão. (RJ). El evento se llamó "Colonia de Vacaciones del Deporte para Todos" y reunió 3 mil participantes de todas las edades.

La innovación fue la de realizar una Colonia abierta, creándose una comunidad que tomó, inclusive, las decisiones sobre sus actividades, en conjunto con los 40 profesores y alumnos de Educación Física que dieron apoyo a la promoción.

La metodología adoptada fue de la acción comunal, organizándose sucesivamente en todos los 11 días de duración de la Colonia, el proceso de decisión sobre los trabajos, el mando de los grupos y la orientación colectiva en las actividades de los participantes.

La heterogeneidad del grupo numeroso - que incluía 300 niños carentes - no comprometió el éxito del emprendimiento que, ahora, ya se base de modelo de posicionamiento metodológico por parte del creador de la Colonia - Person Cândido Matias - de la Escuela de Educación Física y Deportes (UFRJ):

Lo que Ud. entiende por Colonia de Vacaciones?

R: Lo entiendo como un grupo de personas que se reúnen en busca de entretenimiento y diversión.

A quién debe ser ofrecida en primer lugar?

R: Creo que no deben existir prioridades, todos deben poder concurrir a una Colonia de Vacaciones, personas de cualquier sexo, edad o posición social, siempre que no pongan en riesgo las condiciones mínimas del contacto socio-grupal.

Donde debe ser realizada?

R: En cualquier lugar; lo que realmente es importante es el "espacio interior". Este, sí, debe ser realizado plenamente. Es decir, una Colonia de Vacaciones que se realice en una callecita desprovista de cualquier tipo de recursos puede tornarse una experiencia más importante que otra en condiciones más sofisticadas. Para ello dependerá apenas del estado de espíritu al cual se vincula la experiencia.

Cual es la mejor época para realizarla?

R: La época debe ser aquella de acuerdo con la opción y disponibilidad de las personas. Siempre habrá un determinado grupo para una determinada época.

Que debe ofrecer una Colonia de Vacaciones?

R: Debe ofrecer condiciones para que las personas convivan en un ambiente sano, descontraído y seguro.

Cuales son las mejoras actividades que pueden ser ofrecidas?

R: Existe normalmente una concentración excesiva en términos de organización y planeamiento sobre las actividades, con lo que yo de cierta manera no estoy de acuerdo, pues se opone justamente a las propias características del evento, que requiere apenas la definición de objetivos. Lo que se debe hacer para alcanzar estos objetivos, debe ser una opción de libre elección.

Cual es el papel pedagógico de una Colonia de Vacaciones?

R: En mi modo de ver, debe buscar la transformación del individuo modificando sus relaciones con el medio social. Así estarían unidas cultura e integración social.

Como puede verificarse una socialización dentro de una Colonia de Vacaciones?

R: Ocurre una combinación dinámica social, en la cual las experiencias anteriores, exteriorizadas por las personas (lo que podemos llamar de "polo conservador"), se unen con la adquisición de

nuevas experiencias (denominadas "polo innovador"). Es importante recordar que esto solamente podrá suceder en una Colonia de Vacaciones, vista como una acción social reproductiva y creadora.

Cual debe ser la énfasis: Cultura, Educación o Integración Social?

R: No debe haber énfasis, pues estos tres aspectos son inseparables. Una persona no podría orientarse, si no le fuese posible asimilar los modelos de comportamiento que la sociedad practica. Es decir, una Colonia de Vacaciones que tenga un verdadero compromiso social y humano debe desarrollar estos três puntos.

Cual debe ser la posición del orientador de la Colonia de Vacaciones ante la comunidad participante?

R: Esta posición estará significativamente representada en la medida en que ella fuere la más democrática posible y reconozca los diferentes grados de ansiedad, necesidad y posibilidades de la comunidad.

Cuales deben ser los procedimientos básicos de un "leader" u orientador?

R: Como verdadero "leader", debe tratar de desarrollar el potencial del grupo y/o como orientador, establecer las formas de relaciones que permitan a las personas ir al encuentro de sus deseos. Este tipo de conducta irá a desembocar en dos niveles de convergencias: la conducta personal y la social.

Que podría caracterizar la conducta personal?

- R: Saber aceptar las personas como ellas son;
- creer en la posibilidades de las personas;
 - saber respetar la libertad de elección de los individuos;
 - saber respetar el ritmo individual de desempeño de las personas;
 - creer en el hecho de que las personas siempre juzgan su propia dirección como la positiva;
 - creer en la capacidad de auto evaluación de las personas y respetarla.

Y la conducta social?

R: despertar la curiosidad de experimentar y de descubrir de las personas;

- desarrollar la capacidad crítica de las personas (auto evaluación);
- buscar el involucramiento personal de todos;

- considerar toda la actividad de participación y de desempeño, siempre auto-iniciada;
- desarrollar estímulos que motiven un desempeño significativo de la vivencia de experiencia.

Que debe evitar la Orientación de una Colonia de Vacaciones?

R: Debe evitar el convencionalismo, ya que cualquier tipo de convención sobre determinado desempeño puede volverlo único y exclusivo, lo que fatalmente iría al encuentro de la dependencia, inhibiendo la auto realización y la descubierta.

Que debe ser para la comunidad brasileña una Colonia de Vacaciones?

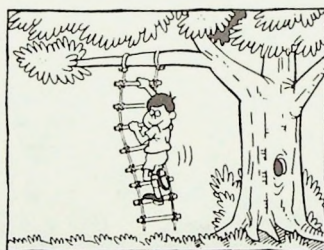
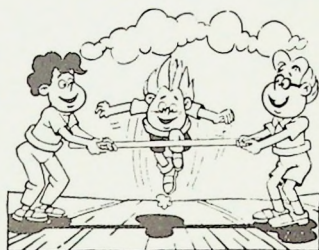
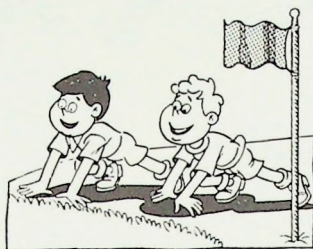
R: Debe ser una manera de "imprimir una forma útil a la vida humana".

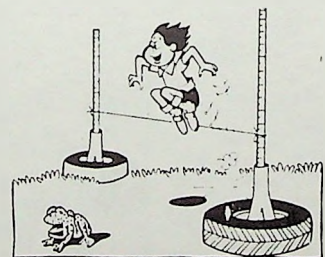
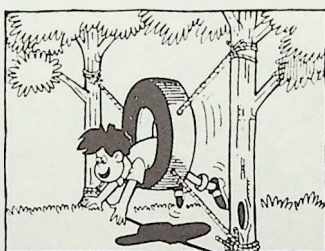
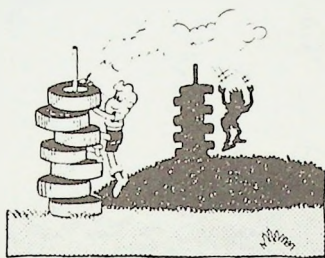
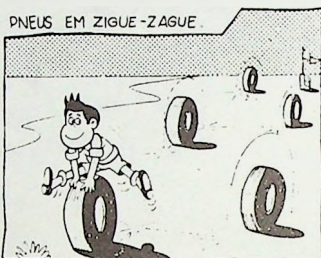
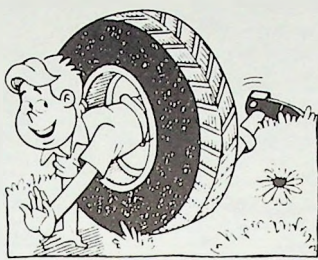
3.10

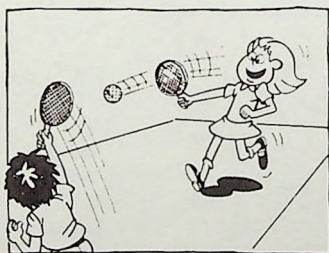
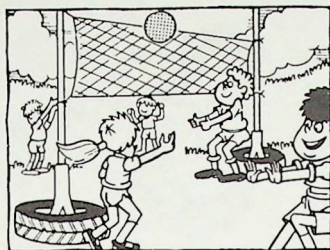
EQUIPO PARA TODOS

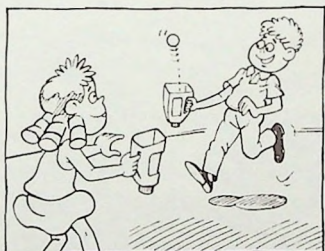
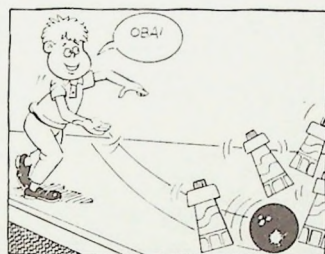
EQUIPO TÉCNICO DE LA COMUNIDAD DEPORTIVA











PROYECTO SALUD

MAURÍCIO BICALHO

El Proyecto Salud nació de la observación, hoy común en todo en Brasil, de que un gran número de personas, de ambos sexos y de edades diferentes caminan, corren o pedalean por las calles.

Es evidente que siendo estas actividades espontáneas, por parte de las comunidades, el Departamento de Educación Física, Deportes y Recreación (DEFER) del Gobierno del Distrito Federal, tuvo la iniciativa de apoyar y orientar técnicamente la condición física de los habitantes de Brasilia, de acuerdo con los principios del Deporte para Todos.

Adoptamos el Sistema Cooper como base de nuestro trabajo junto a la comunidad, por tratarse de un medio para obtener la forma física cuya aplicación se proponía, en un gran número de personas de diferentes características. El riesgo, en este caso, consistía en la confusión del famoso "test de Cooper" con el propio sistema, lo que hacía necesaria la organización de una campaña de aclaración.

La opción fue dar énfasis al condicionamiento físico, principalmente para los iniciantes, mediante los medios de comunicación de masa. Así, el Proyecto Salud se apoyó en el patrocinio del Banco Regional de Brasilia que pagó las dos piezas básicas de relacionamiento con los habitantes de la ciudad: placas de señales del trayecto y folhetos complementarios de orientación para actividades físicas.

Las placas fueron producidas dentro de los moldes urbanísticos

de la Capital, en hormigón, con las indicaciones aplicadas en forma de película especial, fabricada por la firma 3M de São Paulo. A cada 400 metros fue colocada una placa conteniendo el metraje en ambos lados, lo que facilita el control de intensidad en el tipo de condicionamiento físico elegido (caminar, correr o andar en bicicleta). Las vías más adecuadas del Plan Piloto de Brasilia y de las ciudades satélites recibieron las nuevas señales.

El folheto fue impreso con tiraje inicial de 120 mil ejemplares, para distribución directa por el DEFER y por la red del Banco regional de Brasilia. El contenido de este medio de comunicación constaba de la presentación de los propósitos del Proyecto, las informaciones módicas de apoyo a la práctica de carreras y similares (aconsejando exámenes y control a través de la pulsación) y tablas con los programas (andar, correr y pedalear) ordenados por edad, distancias a recorrer y progresión en semanas.



Los ejercicios de extensión aconsejados por Dr. Cooper fueran dirigidos por él mismo, como calentación del percurso de comienzo.

El libro "Salud Total" del Profesor Cooper sirvió de base para la transcripción de las tablas, así como para los consejos generales para la práctica, incluidos en el folleto.

Establecida la infra estructura del Proyecto, se programó, en noviembre de 1979, un acto promocional para movilizar la ciudad al rededor de la idealización. Invitamos el Dr. Kenneth Cooper para hacer una plática de apertura, en la cual actuó como intérprete el profesor Cláudio Coutinho, introductor del sistema en el Brasil.

Además, estas personalidades fueron recibidas en audiencia por el Presidente João Figueiredo, y estuvieron en la inauguración de uno de los trayctos, con la presencia del Gobernador del DF., Aimé Lamaison. En esta ocasión todos los secretarios y el propio Gobernador corrieron los 1.600 metros del balizamiento inaugurado, dando la imagem adecuada de movilización de población de Brasília.

3.12

SUPERMERCADO BOULEVARD

SONIA SILVEIRA

El Supermercado Boulevard, uno de los más grandes do Río de Janeiro, ubicado en la región norte de Río introdujo en los patios de parqueamiento de la empresa, actividades deportivas y recreativas para la comunidad local, ofreciendo una nueva visión del deporte comunal.

Procurando divulgar la dinámica de esta innovación, hicimos una entrevista con el Sr. Aluisio Salles, Director de Comunicaciones de la empresa, responsable por el programa deportivo e idealizador del proyecto.

Como surgió la idea de introducir actividades deportivas en el patio de parqueamiento del Boulevard?

- Hace aproximadamente siete meses, cuando conversaba con uno de los asesores de la empresa, en el balcón del edificio administrativo, observamos que una de las extensas áreas de parqueamiento se encontraba totalmente vacía, en un horario de poco movimiento.

En una charla informal, llegamos a la conclusión de que aquel lugar podría ser transformado en área de recreo para la comunidad en días u horários en que no hubiese atendimento al público.

Que pretendía su empresa implantando un área de recreo en sus instalaciones?

- En primer lugar, estábamos seguros de que iríamos a contribuir

para dar satisfacción y bienestar a la comunidad, en la cual personas de cualquier edad tendrían oportunidad de practicar un deporte sano y orientado, teniendo varias opciones de recreo en un local amplio y seguro, cosa tan rara actualmente en algunos barrios de Río de Janeiro.



Nueva opción de recreo.

Que fue necesario para que el plan fuese puesto en práctica?

- Inicialmente hablamos con el Prof. Sérgio Nazareth, de Educación Física, sobre la posibilidad de ejecutar el proyecto. Él aprobó la idea y se puso a trabajar. Organizó un grupo de profesores de Educación Física, para que se hiciese el planeamiento y luego la ejecución de la programación, observándose los grupos de edad de los participantes y los deportes que mejor se adaptarían al lugar.

Empezamos a hacer las compras del material deportivo necesario (pelotas, redes, arcos, etc.) y a la preparación del terreno.

Para movilizar la población, colocamos una kombi equipada con altoparlante recorriendo las calles del barrio y usamos, también, nuestro servicio interno de sonido, invitando los vecinos, clientes y funcionarios a participar de las actividades.

Cual fue la receptividad por parte de la comunidad?

- Como experiencia los resultados fueron satisfactorios y el número creciente de participantes nos llevó a ampliar los días de

actividad para 3 veces por semana - además de los domingos - de 7 a 8 de la mañana, cuando introducimos el Cooper-actividad muy difundido actualmente.

Abrimos inscripciones en el interior de la oficina para los interesados, y, en las tres primeras semanas, apenas una pareja se había inscrito. Con un poco más de divulgación el número de adeptos fue aumentando, llegando a 150 personas.

Con base en el éxito en el Boulevard, hicimos otra experiencia en el Supermercado Disco, de la ciudad de Juiz de Fora (Minas Gerais) - que forma parte de nuestra red, usando los recursos humanos de aquí, con excelentes resultados.

Cuales son las actividades desarrolladas?

- En la parte deportiva, además del Cooper, todos los domingos son improvisadas dos canchas de volley-ball, dos de foot-ball (infantil y adulto) y la "macro gimnasia" - gimnasia para padres e hijos - la que consideramos de enorme importancia para la integración de la familia y de la comunidad. Ella se realiza en un ambiente alegre y descontraído, con músicas adecuadas a los ejercicios, que son orientados por la Prof. Margit Greve, quien actualmente coordina el programa deportivo.

Para los menores, son realizados juegos diversos, cultivando siempre la sociabilidad del niño.

Todas estas actividades son orientadas por un equipo de 5 profesores de Educación Física, contratados por nosotros mismos, auxiliados por varios asesores de la empresa, que actúan como supervisores.

Y tratando de dar oportunidad a todos - principalmente a los de más edad - adaptamos un área cubierta, para que fuesen realizadas actividades recreativas y culturales a través de juegos - ajedrez, dominó, barajas - lectura de los diarios del día, ofrecidos por nosotros, o para simple charlas.

Mediante solicitud del grupo, improvisamos un palco en el cual se presenta, semanalmente, un conjunto musical de los tiempos antiguos, haciendo el ambiente más amable y alegre.

Movidos apenas por la necesidad de participar, ellos organizan con frecuencia concursos de cantores y músicos con premios que son ofrecidos a los vencedores, donados por el propio grupo.

Cuales son los proyectos de la empresa con referencia al deporte comunal?

- Inicialmente planeamos dar continuación a la experiencia de Juiz de Fora, luego que tengamos recursos humanos locales para desarrollar y orientar las actividades con la misma filosofía del programa de Río de Janeiro.

Queremos, además, incluir pruebas de bicicletas, "skates" y patines, aprovechando otro patio de parqueamiento de la empresa y ampliar, dentro de lo posible, el programa ya existente.

Por fin, trataremos de implantar la idea en otros supermercados de la red, que tengan el espacio físico necesario.

Nuestra experiencia tuvo recompensa, una vez que nuestra improvisada área de recreo ya es conocida popularmente como el "Club de los 8 a los 80".



Deporte y recreo: buena forma de publicidad.

3.13

SERVENCO

SONIA SILVEIRA

SERVENCO, pionera entre las empresas constructoras en actividades deportivas y de recreación en condominios residenciales, ofrece una experiencia valiosa para este tipo de actividad que tiende a crecer en el Brasil.

El programa "Recreación para todos sin salir de casa" es presentado con frecuencia en Congresos y Seminarios en el exterior, despertando gran interés por parte de organizaciones nacionales o internacionales como la World Leisure Recreation Association, de los Estados Unidos, y la International Playground Association, de Siuza, que mandaron representantes para estudiar los métodos usados por la SERVENCO.

Queriendo ampliar los conocimientos de esta alternativa de DPT, entrevistamos a la Dra. Clara Steinberg, Vice-Presidenta de la empresa e idealizadora del programa.

Por que SERVENCO empezó a construir instalaciones camunales en los edificios?

- La explosión demográfica y las migraciones internas modificaron la manera de vivir en las grandes ciudades. La super población llevó al casi empilamiento de las personas, en la ciudad vertical.

Previendo la necesidad de espacio para el carioca, la legislación de nuestra ciudad está, hace ya unos veinte años, tornando obligato-

ria, en edificios de departamentos, la construcción de play-ground y, posteriormente, la de un salón de condominios.

Hace mucho la SERVENCO, consciente de sus responsabilidades sociales, viene incluyendo en el planeamiento de los edificios, no apenas el departamento para habitación, sino también los medios que permitan a los moradores del edificio, el convivio social y recreativo asociado al desarrollo de las comunidades residenciales.

Como transformar una colectividad que vive en edificios de departamentos en una mini comunidad residente?

- Al principio no fue fácil. A pesar de haber incluido en el planeamiento play-grounds, la instalación de jardines, bancos y juegos, vimos que los mismos eran usados muy raramente. El salón de los condominios, por ejemplo, estaba generalmente cerrado.

En reuniones con los moradores procuramos discutir el asunto, mostrando que los espacios valen en razón del uso que hace de ellos, mostrando como podrían ser organizadas interesantes actividades socio-recreativas, principalmente destinadas a los niños.

Sentíamos que la idea representaba una respuesta a las inquietudes y aspiraciones de numerosas familias y personas. Pero también fuimos entendiendo que los miembros de la colectividad necesitaban superar sus dificultades de comunicación y de iniciativa, que perjudicaban sus relaciones con los vecinos, cuya proximidad, no raramente, era temida.

Después de algunas experiencias aisladas y de corta duración en dos o tres edificios, llegamos a la conclusión de que necesitábamos de la ayuda de especialistas para estimular la participación integradora de los moradores de la comunidad, ayudándolos, además, a hacer opciones para aprovechar sus horas de recreo, enriquecidas con actividades socio-recreativas.

Surgió, de esta forma, otro de los servicios ofrecidos por la Administradora Rio-Flat, una de las empresas del grupo SERVENCO, por intermedio de su sector Socio-Recreativo, constituido por un grupo de educadores-recreadores que trabajan en cooperación con arquitectos e ingenieros de la SERVENCO.

Como nació el programa "Recreación para todos sin salir de casa"?

- Como fue mencionado, la presencia obligatoria, en edificios de departamentos, de un play-ground y de un salón, siendo raramente usados, despertó inicialmente la preocupación con el uso adecuado de estos espacios.

En los edificios construidos por nosotros, fuimos ampliando las áreas de uso común, incluyendo, dentro de lo posible, piscinas, canchas de deportes, jardines, bosques, juguetes recreativos (palcos, casas de muñecas, montañas para aventuras, etc.) Ciclovía, salas para "escuelitas de arte", salas para juegos, sauna, sala para reposo, etc., conforme las características del edificio y del terreno en que el mismo está ubicado.

Mientras perfeccionábamos las áreas de recreo, pensamos en las ventajas y conveniencias del convivio ameno dentro de la comunidad de vecinos. Experimentalmente, empezamos a implantar un programa socio-recreativo, tratando de dar agilidad al aprovechamiento amplio y adecuado de las áreas de uso colectivo. Con el estímulo de profesores de iniciación deportiva y de arte, los niños tuvieron rápida reacción. Con gran interés y participación efectiva, fueron modificando comportamientos negativos ya observados. Para garantizar la continuidad del programa buscamos interesar a los adultos. El entusiasmo de muchos de los participantes fue tan grande que muchos fueron los testimonios que se siguieron, sobre la falta de ganas de la familia para "salir de casa". De ahí el nombre "Recreación para todos sin salir de casa".

Cuales son los principales objetivos del programa?

- El propio nombre del programa - Recreación para todos sin salir de casa - ayuda a identificar sus objetivos, que son: uso amplio y adecuado de las áreas de recreo colectivas, de que son dotados los edificios residenciales, permitiendo ofrecer a los moradores opciones constructivas para el provecho individual o en grupos, mediante algunas horas de recreo.

- atendimento a intereses personales diversificados, presentes en los diferentes grupos de edad, representados en la comunidad, en un local de fácil acceso, en el cual se caracteriza un ambiente de más seguridad y confort, situado dentro de perímetros y parámetros definidos por una comunidad identificada;

- creación de un movimiento de educación no formal con bases comunales, donde la buena vecindad y la solidaridad allí cultivadas producen preciosos frutos que resultan del verdadero espíritu asociativo;

- enriquecimiento creciente de las actividades emprendidas por la comunidad residente, que, aprovechando los amplios caminos ofrecidos por el recreo, pasa a cultivar comportamientos de opción, secundados por el estímulo para realizar actividades creadoras;

- incentivo a la práctica democrática dentro de las mini comunidades, donde conviven generaciones diferentes, estimulándose el

voluntariado en el intercambio de enseñanzas y de aprendizaje. Estas experiencias llevan al desarrollo de la acción comunal, e la formación de una ciudadanía consciente.

Cuales son las actividades del programa más apreciadas?

- Depende mucho de la comunidad. De una manera general, todos los programas son bien recibidos, pues son elaborados de acuerdo con las necesidades e interés del condominio.

- El play-groun se parece con una plaza particular de buen tamaño, o con un club, donde se realizan actividades de:

- iniciación deportiva (incluyendo la natación); gimnasia, práctica de deportes y torneos; juegos y recreación; secciones de cine y bailes.

Salas salones para varios usos, albergan "escuelas de arte", grupos interesados en actividades de artesanía, teatro, música, danza moderna, etc.

Algunas fiestas conmemoradas en conjunto contribuyen para fortalecer las bases del desarrollo de la mini comunidad: fiestas de junio, día del niño, cenas de Navidad, festejos del Año Nuevo, Carnaval, etc.

Durante las vacaciones escolares, organizamos colonias de vacaciones. En 1980, en algunos condominios, fue realizada la tercera colonia de vacaciones con una presencia diaria de 100 participantes, distribuidos por diversas actividades, desde la mañanas hasta la noche.

Como funciona el programa?

- El grupo del sector Socio Recreativo, una vez instalado el condominio, procura sensibilizar y crear conciencia en la nueva colectividad residente, para las conveniencias y beneficios derivados de la participación en el programa.

Inicialmente, se exige apenas el saludable esfuerzo de bajar por el ascensor hasta el play-ground, para juntarse a los vecinos en la práctica de actividades socio recreativas, que empiezan con una charla descontrada.

Encuentros de representantes del condominio con las profesoras Riva Bauzer y Annita Lacs, orientadoras del programa, permiten un mejor planeamiento de las actividades a ser ofrecidas. Las orientadoras se incumben, además, del reclutamiento, selección y orientación de los profesores especializados y del acompañamiento y evaluación de las actividades programadas, buscando sugerencias perfeccionadoras.

Vale resaltar que el papel de los profesores es esencialmente el de catalizadores. Cabe, evidentemente, a la iniciativa de cada participante del programa (moradores y profesores) el desarrollo de otras actividades, dentro de los objetivos generales, ya trazados.

El programa es mantenido por dotaciones reducidas incluidas en los gastos del condominio, destinadas principalmente al pago de los profesores que dirigen "in loco", las actividades.

Innegablemente, la experiencia ha revelado que nuestro programa ofrece ventajas reales a los participantes:

- estimula el mejor aprovechamiento del recreo y la participación en actividades de recreación, atendiendo a las necesidades básicas del ser humano y contribuyendo para un mejor ajuste personal-social.

- con un proceso de educación informal, de complemento de experiencias, favorece a la formación de mini comunidades residentes, que, involucrando niños, jóvenes y ancianos, ofrece innumerables oportunidades para la práctica de la democracia;

- permite la socialización de los pequeñitos y el desarrollo de los niños mayores y de los jóvenes adolescentes dentro de un ambiente protegido;

- contribuye para disminuir la presión del movimiento de personas y vehículos en las calles, reduciendo el consumo de combustible y el nivel de la polución del ambiente, porque suprime varias salidas dispensables.



Visión nueva de las ciudades verticales.



Salón de fiestas: adaptación para muchas actividades.

Y este programa es solamente para los edificios de la SERVENCO?

- La Rio Flat, empresa la cual pertenece el Sector Socio Recreativo, administra solamente los edificios construidos por la SERVENCO, los cuales ya fueron planeados para el desarrollo del programa. Sin embargo, nuestro programa está abierto a la consulta de todos aquellos que quieran inspirarse y aprovechar nuestra experiencia. Hemos procurado divulgar nuestro trabajo, en entrevistas y programas de televisión. También ya presentamos varias monografías sobre el desarrollo del programa, en Seminarios, Encuentros y Congresos, nacionales e internacionales.

Creemos en la potencialidad de este proceso de desarrollo educacional, sobre todo si aplicado a colectividades carentes.

Nuestra experiencia podría ser adaptada a este tipo de clientela y de acción comunal por la recreación, en sociedad con un trabajo de asistencia ofrecido por guarderías, grupos de orientación a los padres, que por cierto llevarían a buen término esfuerzos educativos convergentes que tanto aún necesita la población urbana.

La experiencia que venimos realizando en los condominios nos permite, inclusive, apreciar y dar valor adecuado al trabajo que viene siendo desarrollado por el programa DEPORTE PARA TODOS, abarcando todo el país.

Trabajamos en el mismo sentido y esperamos contribuir con nuestra experiencia en pro de la educación de brasileño de todas las edades, sin distinción de sexo, raza, credo o condición social.

ITAPIRA - UN GRAN EJEMPLO

SONIA SILVEIRA

Itapira, una ciudad industrial del interior de São Paulo, tiene un problema común a la mayoría de los Municipios brasileños con relación al desarrollo de la Educación Física y del Deporte - la falta de recursos. Pero esto no creó barreras para que el deporte siguiese rumbos diferentes en la ciudad. Al contrario, sirvió de aliento para que fuesen procuradas nuevas formas de realización, de acuerdo con las necesidades locales.

Itapira siempre tuvo una actuación destacada en el escenario deportivo estadual y reveló grandes atletas y jugadores de todas las épocas en los varios deportes.

Pero, a partir de 1972, el profesor Oscar Soares de Campos Filho empezó, como funcionario de la Comisión Municipal de Deportes de la Intendencia, un cambio fundamental, tanto en la práctica del deporte como en la mentalidad de los habitantes.

Después de un prolongado trabajo de base, Itapira logró un hecho inédito: desarrolló un modelo propio en esta área apoyado en la expansión, simplificación e improvisación.

Empezando por la conscientización de los habitantes y principalmente de un grupo de profesores idealistas de Educación Física, fue iniciado un movimiento de ámbito nacional, demostrando que el Deporte para todos tiene generación y desarrollo natural, siempre que las personas, no se aten a los modelos tradicionales.

Todas las actividades fueron canalizadas para la participación y no para la competición, y sin fronteras entre el deporte convencional, el no convencional y el recreativo - uno es consecuencia del otro.

Para la divulgación y movilización de los habitantes fue usada una publicidad de artesanía a través de pancarta, carteles y la llamada "Placa Sandwich" - 2 placas apoyadas en el suelo y unidas apenas en la parte superior, en forma de pirámide - colocadas en toda la ciudad. Gradativamente, fue habiendo la adhesión de todos a la nueva concepción del deporte.

A partir de 1978, Itapira fue dotada de una infra-estructura deportiva para poder desarrollar un trabajo más técnico y de largo alcance, pues el intendente también era un idealista y creía en el deporte como en el vehículo de integración, de fortalecimiento de la solidaridad y del compañerismo entre las personas.

Fue, entonces, creado el Departamento Municipal de Deportes, con 14 elementos especializados: 10 pasantes y monitores de Educación Física y 4 profesores, dirigidos por el profesor Oscar S. de Campos Filho.

El Programa de Educación Física, Deportes y Recreación colocado en práctica por el nuevo Departamento trató de abarcar todas las áreas, niveles sociales y grupos de edad.

EDUCACIÓN FÍSICA INFANTIL

Un programa sistemático e inédito en el Brasil que consiste en suministrar Clases de Educación Física Infantil para alumnos de la 1 a la 4ª série del Primer grado, en todos los establecimientos de Enseñanza del Municipio y en las demás entidades. Son 2 clases semanales de 50 minutos para cada grupo. Este trabajo busca atender no solamente a los objetivos físicos, como también los educacionales y humanos. En 1980, aproximadamente 3000 niños fueron movilizados a través de un Plano Anual que atiende a los niños sistemáticamente, además de otras actividades complementarias como Colonias de Vacaciones, Olimpiada del Niño, Torneos Escolares, entre otras.

ESCUELITA DE DEPORTES

Atiende a los adolescentes que tienen aptitud para iniciar la práctica de algún deporte, contando con la orientación técnica adecuada. Actualmente, cerca de 1.200 jóvenes frecuentan las escuelas en las modalidades de Basket, Atletismo, Tenis de Mesa, Ajedrez, Volley, Natación y Foot-ball.

PROMOCIONES DEPORTIVAS COMUNALES

Todos los años el Departamento de Deportes desarrolla un intenso programa de promociones que moviliza la comunidad con las más variadas opciones de deporte y recreo. Entre los principales eventos se destacan:

- Juegos de Verano - que es la más grande promoción deportivo-social comunal de Itapira, pues moviliza 4 generaciones (infantil, infanto-juvenil, adultos y veteranos), en 23 modalidades.
- Olimpiada de los Trabajadores - promoción poli-deportiva que reúne los trabajadores de las industrias, oficinas y del comercio, en 12 modalidades, durante 20 días de competencias, con cerca de 600 participantes.
- Pruebas Pedestres - son realizada durante todo el año diversas pruebas, entre ellas las Pruebas de los Barrios, Mini maratona de Mogi-Mirim a Itapira y cross - country.
- Paseo Ciclístico de la Primavera - todos los años son realizados 2 paseos uniendo Itapira a Mogi-Mirim, con un total de 40 km y con más de 1.200 participantes de varias edades.
- Operación Juventud - promovida por el Diario "A Gazeta Esportiva", siendo Itapira la primera ciudad del Brasil, a realizarla en 1973, conquistando, durante dos años (78/79), el trofeo de 1º lugar, con el más elevado número de participantes: 13.764.
- Torneo de Barriletes, Pandorgas y Cuadrados - es realizada todos los años en el mes del folklore, con la participación de centenas de niños y adolescentes.
- Olimpiada de los Veteranos - es una de las promociones que más se destacan, por su originalidad y por la excelente participación de los deportistas con más de 30 años de edad, que disputan 17 modalidades en las clases femenina y masculina.
- Colonia de Vacaciones - en los meses de julio, diciembre, enero y febrero.
- Días de Recreo - los domingos y feriados, los pasantes desarrollan la promoción en el Parque Juca Mulato y en algunos barrios, donde se realizan diversas actividades recreativas.
- Curso Intensivo de Recreación Infantil - promovido por la Secretaría de Estado de Negocios, de Deportes y Turismo, tratando de mejorar la capacidad de los Profesores del Municipio.
- Festival de Resistencia - reunió, en 1980, 3.363 participantes de 4 a 60 años, procurando incrementar la práctica de carreras en la comunidad - que es la mejor actividad física para mantener la salud.
- Olimpiada de grupo - con la participación de, aproximadamente, 1.200 alumnos de la 1º e la 4º séries del primer grado de 12 establecimientos de enseñanza, en 7 modalidades deportivas y 3 culturales.

Además de estas promociones, son también realizados campeonatos de basket-ball, truco, bochas, ajedrez y foot-ball.

DEPORTES DE ALTO NIVEL

Itapira mantiene técnicos especializados en las modalidades de atletismo, basket-ball, volley y ajedrez para atletas que posean condiciones de sobresalir en el deporte regional, estadual y nacional. Actualmente, participa de todas las competencias de alto nivel, tanto de la Federación Paulista de Atletismo, Basket y Ajedrez, como de las promociones de la Coordinaduría de Deportes y Recreación.

CESION DE PLAZAS DEPORTIVAS

El Departamento de Deportes mantiene un funcionario de deportes en su sede, en el Parque Juca Mulato, para controlar el uso de las plazas deportivas municipales, que son cedidas a los clubs para juegos y competencias.

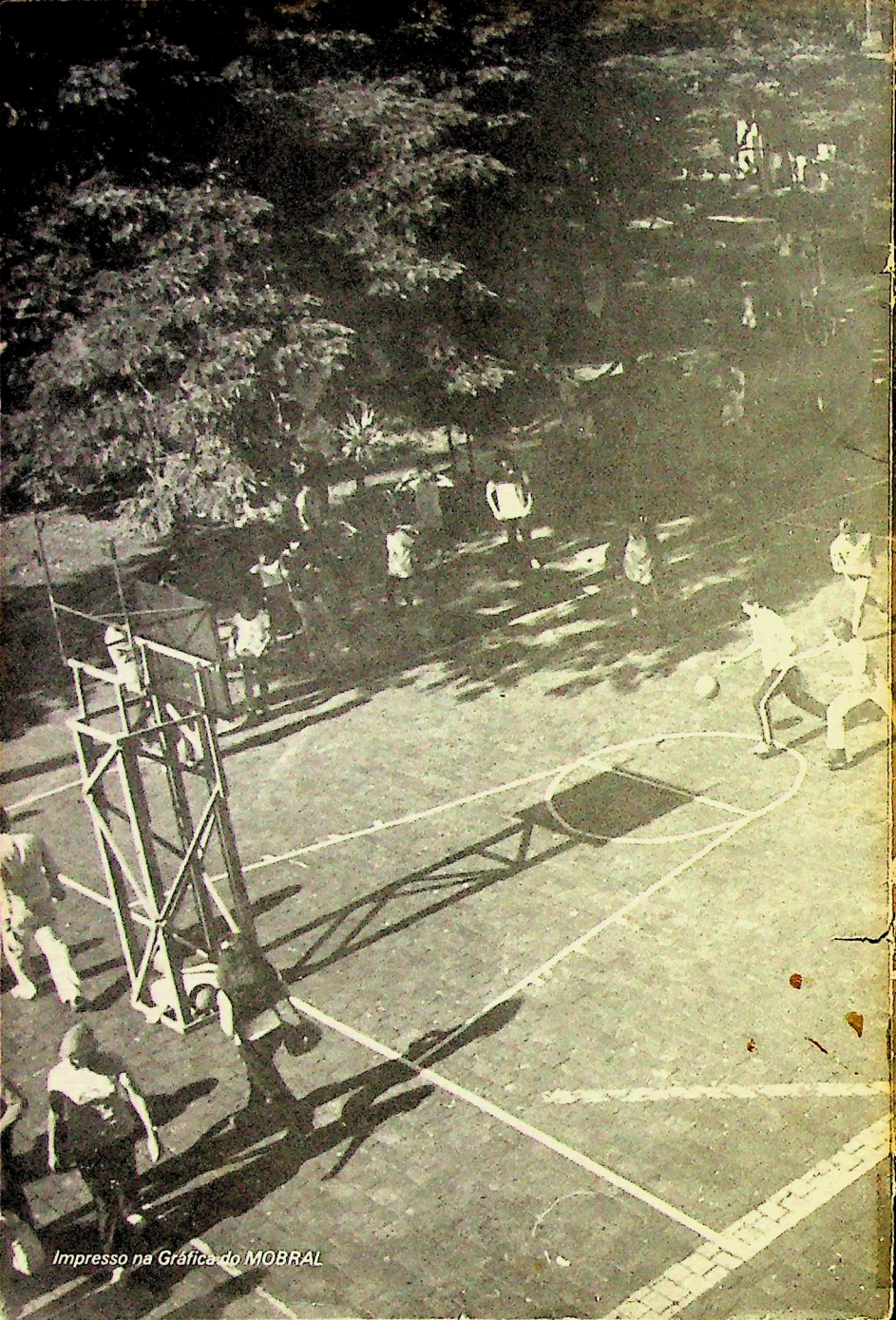
CONDICIONAMIENTO FÍSICO COMUNAL

Este sub-programa está movilizand o gran número de personas a través de la práctica de caminatas, carreras y ejercicios de gimnasia. Son mantenidos dos profesores en la Pista Oficial de Atletismo para orientar a las personas de todas las edades, que no estuvieren practicando ninguna actividad física.

Actualmente, el Departamento Municipal de Deportes cuenta con 7 profesores, 12 pasantes monitores y 1 atendiente de deportes, coordinados por el profesor Oscar. Como consecuencia del esfuerzo de ese equipo y de la conscientización del pueblo, Itapira es considerada una de las ciudades más actuantes en la Educación Física, Deportes y Recreación, realizando un trabajo de los más amplios en el campo del deporte comunal.

A pesar de todo este trabajo, un hecho gratificante estimula aún más al equipo responsable la movilización total de los 50.000 habitantes que, directamente o indirectamente, siempre acaban participando.

"En Itapira todo ocurre en materia de Deporte para Todos".



Impresso na Gráfica do MOBRAI