

PASIÓN EN EL CORAZÓN, SANGRE EN LA CAMISETA



Paula Andrea Medina Barrera

**Trabajo de grado para optar por el título de Comunicadora Social
Énfasis de Radio**

Director

Gilberto Gutiérrez



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Bogotá

Facultad de Comunicación
y Lenguaje
Carrera de Comunicación Social

Bogotá, 2023

Artículo 23, Resolución 13 de 1946:

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

Carta de presentación del asesor

Bogotá Mayo 23 de 2023

Doctora

Marisol Cano Busquets.

Decana Académica

Facultad de Comunicación y Lenguaje

Querida Marisol:

Ningún tema tan persistente en el pensamiento universal como el de las pasiones. Cada tiempo con las suyas: ira de guerreros, amores desatados, delirios étnicos o esperanzas utópicas. Hoy tenemos una vivencia que convoca un racimo de pasiones: la adhesión por un equipo de fútbol.

Paula Andrea Medina, con sencillas herramientas de la reflexión y con la provocación elemental del diálogo ha traducido esas pasiones en una serie de Podcast que deriva de su tesis **Pasión en el corazón, sangre en la camiseta**. Apasionados hinchas que han acompañado el dolor y la alegría de su equipo, que odian al rival de patio o han reinventado su vínculo social en una nueva familia hecha de episodios futboleros, abren su corazón y comparten su palabra con Paula.

De manera elemental en medio de risas irónicas o de sonidos caseros, entre cantos y recuerdos se teje un rico conjunto de piezas que muestra las habilidades y exploraciones del quehacer periodístico y de lo sonoro. Trabajo que por supuesto cumple los requerimientos de nuestros trabajos de grado.

Que disfrutes la escucha y la lectura.



Profesor Asociado

Departamento de Comunicación.

Carta de presentación del estudiante

Bogotá, 24 de mayo de 2023

Doctora

Marisol Cano

Decana

Facultad de Comunicación y Lenguaje

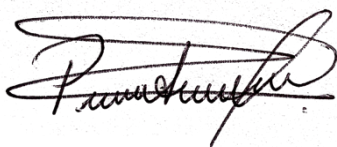
Ciudad

Apreciada Decana

Me permito presentar mi trabajo de grado *Pasión en el Corazón, Sangre en la Camiseta*, con el fin de optar al grado de comunicadora social con énfasis en radio.

En el que hablo sobre la importancia de los hinchas y el fútbol, involucrando aspectos como la identidad, identidad, rituales y territorios, entre otros. Donde se hallaron cosas bastante interesantes sobre la vida de estos individuos dentro de la sociedad.

Cordial saludo,



Paula Andrea Medina Barrera

Carta de agradecimiento

Agradezco a mi mamá por su amor, apoyo y paciencia durante todo este proceso, su guía y consejos me han llevado a donde estoy hoy. Gracias por creer en mí y por ser mi inspiración.

También quiero agradecer a mis amigos y compañeros de clase por su amistad y motivación. Agradezco a mi asesor por su orientación y dedicación durante todo este proceso, y a los profesores y personal de la universidad por su enseñanza y ayuda. Finalmente, quiero agradecer a todas las personas que participaron en mi investigación, por su colaboración y disposición. Este es un paso más en mi vida profesional y personal, sin ustedes, pero sobre todo sin mi mamá y todos sus esfuerzos, no habría sido posible este logro.

Tabla de contenido

| | |
|---|-----------|
| RESUMEN | 7 |
| INTRODUCCIÓN | 8 |
| 1. Calibremos el conocimiento | 10 |
| 1.1 Fuentes textuales | 10 |
| 1.2 Fuentes sonoras..... | 12 |
| 2. Fundamentación teórica | 13 |
| 2.1 La psicología social y los hinchas..... | 13 |
| 2.1.1 El hincha como ser social | 16 |
| 2.1.2 El hincha como ser existencial | 16 |
| 2.1.3 El hincha violento | 17 |
| 2.2 Construcción del hincha desde la corporalidad | 18 |
| 2.3 Rituales y territorios | 19 |
| 2.3.1 La familia como parte de las ritualidades y el territorio | 21 |
| 2.4 Los medios y las redes sociales como parte de las hinchadas | 22 |
| 3. Daría mi vida por ti, campeón. | 23 |
| 3.1 Yo te quiero, mi Millos | 24 |
| 3.2 Soy del verde, soy feliz..... | 27 |
| 3.3 Se viene la banda del Diablo | 31 |
| 4. Bitácora de creación | 34 |
| 4.1 Diseño y rasgos..... | 34 |
| 4.2 Preproducción..... | 34 |
| 4.3 Producción | 34 |
| 4.4 Posproducción..... | 35 |
| 5. Audiciones | 36 |
| 5.1 Hallazgos y análisis | 36 |
| 6. CONCLUSIONES | 39 |
| 7. BIBLIOGRAFÍA | 39 |

RESUMEN

Los hinchas suelen ser muy apasionados y entregados a su equipo, y pueden llegar a ser muy creativos en la forma en que demuestran su apoyo. Muchos hinchas se visten con los colores del equipo y llevan pancartas, banderas y otros objetos para animar a su equipo. Algunos hinchas incluso tienen cánticos y rituales que realizan durante los partidos.

Sin embargo, también hay un lado negativo de los hinchas. A veces, los hinchas pueden ser muy críticos con sus equipos si no están jugando bien, y pueden llegar a ser muy exigentes y hasta insultantes. En algunos casos, los hinchas pueden llegar a ser violentos o destructivos, causando daños a la propiedad y poniendo en peligro la seguridad de otros espectadores.

Los hinchas son una parte fundamental del mundo deportivo, ya que su apoyo y fidelidad puede influir directamente en el rendimiento de los equipos. Muchas veces, los hinchas son la fuerza impulsora detrás de los éxitos de los equipos, y su presencia en los estadios y campos de juego puede marcar una gran diferencia.

El ser hincha es algo que pocos entienden dentro de la sociedad e incluso, llegan a clasificarlos como personas violentas, drogadictos, personas de bajos recursos, entre otros. Sin embargo, dentro de este documento explicaremos desde la mirada de los protagonistas, los hinchas, desde diferentes factores que aportan a su construcción individual y colectiva. La voz del hincha estará de forma escrita y un producto sonoro, donde se explica y se siente un poco esa pasión que ellos llevan dentro de sí.

En general, los hinchas son una parte importante y colorida de la cultura. Aunque hay algunos aspectos negativos asociados con los hinchas, su pasión y dedicación es algo que a menudo se celebra y valora en el mundo del deporte.

INTRODUCCIÓN

La violencia relacionada al fútbol es un problema que data de, por lo menos, los años 80, cuándo los *hooligans* ingleses, muy organizados y violentos causaron graves disturbios en los estadios. Este problema se expandió al punto de que ya es imposible de ignorar por parte de las autoridades, y comenzó a tomar fuerza en Latinoamérica, y, por ende, en Colombia, a finales del siglo XX, donde a raíz de esto, hinchas de diferentes equipos se han visto involucrados en este tipo de actos violentos dentro y fuera del estadio, afectando a la comunidad y toda la industria del deporte.

Por parte del gobierno de Bogotá, implementaron una iniciativa llamada “Goles en Paz” relanzada en el año 2020, donde se busca representar el respeto por la diferencia, la identidad, unidad y convivencia. Asimismo, en el 2022 fue adoptada una nueva iniciativa con las hinchadas de cada equipo, un pacto de no agresión y violencia, donde los hinchas de cada equipo tengan la posibilidad de compartir en un mismo espacio sin recurrir a los hechos violentos, esta iniciativa aplica para dentro y fuera del estadio con el fin de no poner en riesgo la integridad de cada uno de ellos ni de la comunidad.

A nivel latinoamericano podemos encontrar un hecho en el Estado de Querétaro, México, ocurrido el 05 de marzo de 2022 por la novena fecha de la Liga MX (Grita México), donde en un partido de Querétaro vs Atlas sobre el segundo tiempo, se presentó un enfrentamiento, lo que hizo que muchos aficionados ingresaran a la cancha para poder salir de este desafortunado hecho. Aunque no hubo víctimas mortales, sí hubo muchos heridos, detenidos y despidos. Asimismo, se generaron órdenes de cateo en cinco municipios de la entidad (Querétaro, Corregidora, El Marqués, Colón y San Juan del Río) esto, en consecuencia, de los 25 detenidos que hubo, entre los cuales varios están acusados de tentativa de homicidio y violencia en espectáculos públicos.

Por otro lado, en Colombia recientemente se presentó un enfrentamiento entre los hinchas de Unión Magdalena y Junior de Barranquilla ocurrido el 23 de abril de 2022, donde lamentablemente Brandon Somoza Gutiérrez, hincha del “ciclón” falleció pese a los esfuerzos médicos.

Así que, las explicaciones de este fenómeno son múltiples, sin embargo, no ha sido posible llegar a una en concreto que dé cuenta de las causas de la violencia alrededor del fútbol.

Por otro lado, entender las causas del problema y encontrar una posible solución, ya que esta barrera social no solo afecta a las personas dentro del estadio, sino también sus

aledaños e incluso en algunos barrios de la ciudad se pueden evidenciar estos problemas. Asimismo, esto afecta de manera económica, principalmente, a los equipos e incluye también diferentes sanciones para el torneo realizado en el semestre.

Si bien, inicialmente este trabajo tenía como objetivo explicar el significado de ser hincha y su relación con la violencia no solo física, también verbal dentro de las barras bravas de Colombia, específicamente en los equipos Atlético Nacional, América de Cali y Millonarios Fútbol Club, la idea se fue desplazando a lo largo del desarrollo teórico y práctico de la investigación, con factores como la identidad, corporalidad, el aguante, y más, que hacen entender el protagonismo del hincha en este caso y que la violencia solo representa apenas una parte de lo que ellos son, si bien, la batería de preguntas no tiene como foco la violencia, no se está exento de las respuestas de los entrevistados en el producto sonoro que pueden llegar a representar esa violencia de la que se evita hablar. Asimismo, se han llevado a cabo propuestas para erradicar este problema que ha afectado a Colombia en los últimos 20 años y crear un producto sonoro, más específicamente una serie de podcast, en la cual se podrá evidenciar dichas relaciones entre hincha-violencia y como esto supone un conjunto de factores como la identidad, corporalidad, psicología social y medios de comunicación.

1. Calibremos el conocimiento

Previamente se hizo una búsqueda a través de Google Scholar con el fin de entender este fenómeno y desde cuándo data el estudio de estos, por eso, se recopilaron varios textos y fuentes sonoras que podrán encontrar a continuación.

1.1 Fuentes textuales

Los textos recopilados en este trabajo buscan tener una explicación, sobre todo social, a este tipo de problemáticas; podemos comenzar con *“Fútbol, identidad, violencia y tejido social, el caso de las Barras Capitalinas.”* (Carrillo, 2017), una monografía realizada por un estudiante de pregrado de la Universidad Distrital, donde analiza el impacto de estas barras en el ámbito futbolístico, a grandes rasgos podemos encontrar la violencia, la identidad y el mercado, pero de manera particular encontramos algo aún más interesante, como lo es: “la construcción de identidad”, “la violencia como representación de la misma” y “el estudio de los grupos de hinchas como manifestaciones culturales”, este busca ser analizado como un fenómeno social, que muchas veces está por encima de problemas económicos, seguridad o crisis medioambientales, esto por esto que el autor afirma que, “es un fenómeno de masas del cual Colombia no está exento, pues el fútbol se ha convertido en una manera de distanciarse de esos problemas que agobian el diario vivir y a su vez en un motor de identidad y de las relaciones con los pares y los otros, quienes no pertenecen a mi equipo de fútbol” (Carrillo, F. 2017), adicional a esto, se puede evidenciar como el fútbol siempre ha sido usado como cortina de humo y se relaciona con todos los ámbitos de la sociedad.

Por otro lado, tenemos una tesis de la Universidad de Compostela, titulada *“Juventud sin Oportunidades, las barras ultras, un ejemplo paradigmático.”* (Londoño, 2014) donde se resalta cómo el comportamiento de las barras ultras (como ellos lo llaman) es gracias al abandono y falta de oportunidades por parte del Estado, en un segmento entre los 14 y 25 años. También tiene un recorrido histórico entre las barras a lo largo del mundo y cuando empezaron a ser parte importante de nuestra sociedad. De igual manera, se habla de cómo los aspectos mediáticos también fomentan este tipo de violencia entre las barras y toma un factor importante que no debería aparecer.

Asimismo, estos jóvenes, en realidad lo que buscan es un espacio en el que puedan sentirse aceptados, incluidos, libres y con un proyecto de vida escogido por ellos y no impuesto por el mundo de los mayores, afirmando que “Las barras ultras deben ser vistas como una forma de expresión de la juventud. Dicha expresión obedece a múltiples factores, entre ellas y que sirve como hipótesis de este trabajo encontramos la exclusión de que son objeto millones de jóvenes en nuestro país por parte del Estado en cuanto a sus posibilidades laborales, educativas y recreacionales.” (Londoño, A. 2014).

Adicionalmente, se encuentra el texto “*Barras futboleras: más allá de una pasión por el fútbol, estudio de caso barra comandos azules, barra azurra*” (Herrera, 2017), donde el autor busca mostrar cómo la política pública es un factor importante al momento de construir vivencias y de igual manera, especialmente en Bogotá, donde existen varias normas o regulaciones para la violencia en la capital, cosa que no se presenta en otras ciudades del país. Asimismo, realiza una construcción histórica desde los años 90’ donde surgen estas barras bravas, para entender un poco del contexto en el que se encuentra y que la audiencia también comprenda que no es un problema reciente, donde “el fenómeno del Barrismo ha venido desarrollándose en un entorno social complejo, en donde se conjugan la desigualdad, la falta de oportunidades, la violencia y la conflictividad juvenil, aunque para el caso de nuestra investigación, se logró identificar que el barrismo en la ciudad de Bogotá específicamente, no obedece a los patrones juveniles en los cuales está enmarcado en las demás ciudades del país.”(Herrera, H. 2017)”. Asimismo, refleja cómo los medios de comunicación muestran el antes, durante y después del comportamiento de estas tribus.

En esta misma línea de textos, se encontró una tesis doctoral, basada en una investigación etnográfica entre los años 2007 y 2012 al Club América, realizada para la revista de la Universidad Autónoma de México, titulada como “*Aguante y violencia en el mundo de las barras futboleras mexicanas*” (Varela, 2018), donde busca mostrar cómo este club tiene un gran poder en México, no sólo futbolístico, sino también de manera económica, política y mediática. De igual manera, permite identificar la relación entre los mismos, y “se refleja también en las formas identitarias y en las prácticas de sus aficionados, particularmente en el caso de la violencia, la masculinidad y las relaciones de género.” (Varela, H. 2018).

1.2 Fuentes sonoras

Incurсионando en el mundo auditivo, encontramos un podcast original de *Spotify Studios* titulado “Fútbol a muerte” lanzado oficialmente en el año 2021, el cual habla y expone los casos más emblemáticos de Latinoamérica en donde la violencia fue superior a disfrutar de un carnaval como lo es el fútbol, su voz principal es femenina, Marian Rivers, periodista deportiva. En el capítulo dos de esta serie de podcast, sobre un caso presentado en Argentina en el año 2017 de un joven de 22 años hace una acotación importante para lo trabajado en esta tesis “Quienes amamos el fútbol sabemos que todo clásico es especial, no es un juego más [...] es el enfrentamiento entre 2 identidades sociales opuestas, es la rivalidad y la lucha entre 2 visiones contrastantes de la vida” (Rivers, 2021, 00:01:54)

Por último, en este estado del arte, es importante implementar un anteproyecto de mi autoría, titulado “*Pasión en el corazón, sangre en la camiseta*” (Medina, 2020), y busca entender el porqué de la violencia en las barras consideradas más violentas en Colombia, con entrevistas a personas que se consideran hinchas de estos equipos, asimismo, implementar si el estrato social es una parte importante para comprender dichos comportamientos.

De esta manera, podemos finalizar en nuestro estado del arte ciertos patrones en estas barras que son violentas, se logra comprender cómo las juventudes aún siguen siendo un fenómeno de estudio, donde debido a esto ha sido difícil analizar los comportamientos de cada una de las generaciones ya que siempre son diferentes. Asimismo, es importante mencionar la conclusión a la que se llegó en el texto de *Juventud sin Oportunidades, las barras ultras, un ejemplo paradigmático* y muestra cómo los gobiernos tienen políticas para jóvenes que en realidad no dinamiza el proceso, sino que lo hace más difícil de acoger por los jóvenes. Finalmente, es necesario realizar una investigación a profundidad para entender a las generaciones actuales y las futuras para qué esto también ayude a los gobernantes a pensar en políticas públicas que tengan en cuenta a los jóvenes y poder así, aportar un grano de arena a la sociedad colombiana y su fútbol.

2. Fundamentación teórica

Los hinchas siempre han sido parte del espectáculo del fútbol, sin ellos no los viviríamos igual, con esa pasión y arraigo que encontramos en cada una de esas hinchadas que siguen y representan a su equipo en cualquier lugar del mundo. Los hinchas tienen su inicio en Inglaterra con el *hooliganismo*, aproximadamente en el año 1877, pero que se vino a constituir dentro del espectáculo del fútbol en 1966 durante el mundial de Inglaterra, este movimiento “trascendió fronteras cuando estos jóvenes empezaron a acompañar a la selección inglesa y a protagonizar actos vandálicos” (Zambrano, 2014, p. 45). Sin embargo, no todo se vive en paz y con ese espectáculo dentro y fuera del estadio que los caracteriza, muchas veces se presentan situaciones donde ellos sienten esa necesidad de demostrar lo que son y de que son capaces de hacer por su defender los colores de equipo y es aquí donde podemos encontrar diferentes tipos de violencia, es por esto que es necesario investigar varios aspectos a nivel grupal e individual con el fin de entender dicha problemática que no solo se vive en Colombia sino también en el resto del mundo.

Por esto, iniciaremos con un enfoque de la psicología social y entender un poco más este fenómeno de los hinchas que viene desde hace décadas.

2.1 La psicología social y los hinchas

Una de las explicaciones teóricas a la violencia de algunos integrantes de las barras bravas tiene relación con los procesos de construcción de identidad y masculinidad de sus integrantes. Los hooligans quieren pertenecer a una comunidad que los acepte tal cual son y aspiran a formar parte de un grupo que valoran, que los dota de identidad, donde cada “Yo” se rige bajo una misma ideología. Los estudios empíricos encuentran que los integrantes de las barras bravas son usualmente jóvenes de clase baja, bajos niveles de escolaridad, ingresos reducidos e inestables que tienen que compartir con los más débiles de su familia, tales como niños y/o ancianos. Por ende, su asistencia al estadio y estar dentro de esta comunidad es donde ellos pueden exteriorizar su frustración ante esta falta de oportunidades.

Por otro lado, debemos tener en cuenta que en Colombia tenemos una cultura de violencia debido a nuestro pasado, por ende, reaccionar de esta manera ante cualquier situación que

vaya en contra de nuestros gustos, ideologías o principios va a resultar algo relativamente normal, además, porque se produce dentro de un contexto deportivo.

Asimismo, esta violencia será interpretada desde el ámbito físico y psicológico. En primer lugar, tomaremos la violencia física como “cualquier acción que ocasiona un daño no accidental, utilizando la fuerza física o alguna clase de armamento u objeto que pueda causar o no lesiones, ya sean internas, externas o ambas” (EcuRed, 2019), y violencia psicológica como “toda acción u omisión destinada a degradar o controlar las acciones, comportamientos, creencias y decisiones de otras personas por medio de intimidación, manipulación, amenaza, humillación, aislamiento, o cualquier conducta que implique un perjuicio en la salud psicológica” (Profamilia, s.f.).

Adicionalmente, la Sociedad Internacional de la Psicología del Deporte define la agresión como “la aplicación de un estímulo aversivo físico, verbal o gestual de una persona hacia otra (Tenenbaum, Stewart, Singer y Duda, 1997). No se concibe como una actitud, sino como una conducta, y concretamente como un comportamiento cuya intención es la de hacer daño a la persona o personas que son objeto de la agresión.” (Revista de Psicología Social, 2007, p. 69)

Vemos que los hinchas que suelen tener este comportamiento agresivo con otros, tienen una identificación muy arraigada con los colores de su equipo y lo ratifican al pertenecer a alguna de estas barras, en consecuencia, esto se convierte en su autoimagen, por lo cual, si en algún momento se siente agredido a sus creencias, su primera reacción va a ser: defenderlas.

La desigualdad social que se vive en el país es algo que no se puede ocultar con algunas buenas acciones por parte del gobierno. Por ende, las personas siempre buscan refugiarse de dichos problemas y/o rebuscarse su vida, sin embargo, esto conlleva a problemas sociales como la delincuencia, indigencia y demás. Pero otros, encuentran ese refugio en los equipos de fútbol, logrando pertenecer a una comunidad donde se sienten seguros y aceptados. Donde generan unas uniones que se van afianzando en cada partido, en cada momento importante del equipo, que luego es difícil de romper, que si alguien interfiere

en ese sentimiento, puede generar una reacción en el otro que no sea la más adecuada o que por el contrario sea tranquila, entendiendo el contexto de la situación actual.

El ser hincha implica muchas condiciones sociales, una comunidad y un ser individual que haga parte de dicha comunidad, donde su contexto pasa a un segundo plano en el estadio apoyando a su equipo. Así como lo plantea Archetti “En el fútbol es posible encontrar una serie de patrones que ayudan al sujeto a pensar y categorizar sus relaciones sociales, y esto tiene consecuencias en cómo los actores perciben el mundo que los rodea”. De esta manera, podemos hablar de tres categorías fundamentales para poder entender un poco más este fenómeno que evoluciona a través de los años: el social, existencial y grupal. En la primera nos referimos a un individuo que hace parte de diferentes categorías sociales, donde el ser hace parte de una comunidad. En segunda instancia, podemos hallar la individualidad de este ser, algo más personal. Por último, donde este ser está vinculado a una comunidad establecida, en este caso, las barras.

El hincha se apropia tanto de su equipo que habla en primera persona, por ejemplo, “Yo soy de Nacional” o “Yo soy de Millonarios”, los hinchas tienen una apropiación tan fuerte y grande por su equipo que muchas veces la filosofía dentro de las barras es “morir con la camiseta puesta”. Acercándonos un poco más a la realidad, hace unos días estaba haciendo fila en el D1 que queda cerca a mi casa, detrás de mí había un hombre de aproximadamente 27-28 años, estaba hablando por celular con quién supongo, era un amigo, y comentaba lo siguiente “no parece, esta semana nos toca duro y si nos va bien, es posible que el próximo partido lo juguemos contra Corinthians”, al inicio pensaba que él era un jugador de fútbol de algún equipo de la ciudad de ligas menores, sin embargo, conforme a la conversación pude descifrar que hablaba del equipo que lleva en su corazón, y es acá donde me surge una pregunta ¿En qué momento el hincha se siente parte de este colectivo? A lo largo de este escrito tal vez podamos averiguarlo.

2.1.1 El hincha como ser social

Si bien la persona individual hacer parte de diferentes categorías sociales, no en todas se siente realmente perteneciente a ellas, son pocas las que logran que el individuo, en este caso, el hincha, logre desenvolverse en un ámbito “seguro” para él/ella. El estar dentro de este colectivo llamado “barra” lo hace comportarse de una manera en específico.

No obstante, este hincha al sentirse parte de esta comunidad, se encuentra y se siente en cierto anonimato, lo cual lo hace accionar y reaccionar a que los insultos en el escenario del fútbol esté normalizado, sin consecuencias graves, revestida de una violencia contextual y situacional, “a partir de una relación nosotros/ellos y una relación cara a cara, cuya pertenencia reconoce un único y excluyente principio: seguir los mismo colores” (Alabarces, 2003, p.52), a esto se le suma la identidad nacional, es decir, cuando el rival de patio juega contra un equipo extranjero, al que apoyan es al extranjero, ya que lo importante es que el rival de patio “pierda”. Por ejemplo, cuando hay un partido de Copa Libertadores o Copa Sudamericana y se disputa un partido entre Atlético Nacional frente a Peñarol, hinchas de Millonarios, América de Cali, Independiente Medellín, Santa Fe y puede ser que otros, apoyen a Peñarol solo para que Atlético Nacional pierda ese campeonato, no interesa en este punto el patriotismo de cada uno, sino su rivalidad con el otro.

Aquí viene la importancia de seguir esta norma básica, dentro de la barra, el hincha se siente soportado, por ende, la experiencia individual se vuelve un acto significativo que enriquece la relación entre hincha/barra, formando un grupo más sólido. Ya que, “la identificación del otro crea vínculos de solidaridad e intensifica el sentimiento de comunidad.” (Casquete, 2005, p.102)

2.1.2 El hincha como ser existencial

En este ámbito, podemos identificar un individuo con una vida más allá del asistir al estadio para apoyar al equipo de su alma. Un ser que tiene familia, estudios, hobbies, amigos e incluso una visión política en específica, pero, ¿por qué es importante entender esto? Desde muy pequeños se forman dentro de un círculo familiar en el cual vamos descubriendo y desarrollando la personalidad que nos va a acompañar por el resto de la vida, y a medida que va pasando el tiempo esta puede ir cambiando en cierto rasgos del ser individual. Sin embargo, sin esto no puede existir el ser colectivo, debe estar una para entender la otra y así funciona la sociedad en su mayoría de tiempo y facetas.

2.1.3 El hincha violento

Si bien el hincha siempre ha sido construido a través de los medios de comunicación como un ser violento, de bajos recursos y que viene de situaciones sociales y familiares que lo llevan a este tipo de acciones, no se puede afirmar del todo. Se pueden encontrar hinchas de todas las clases sociales, con muchos lujos o muchas necesidades. Esto viene más desde una perspectiva de aguante, que normalmente en las barras es conocido de esta forma. El que más pelea, el que más se para por su equipo, aquel que es dar su “vida” es el de mayor respeto dentro de la barra, “aquellos que salían victoriosos de las peleas callejeras o habían robado banderas “enemigas” se les condecoraba. Todos trataban de hacer méritos suficientes para crear barras fuertes” (Zambrano, 2014, p.53). La violencia puede presentarse en distintos formatos, tales como: físico, psicológico y verbal, estos tres se pueden encontrar en los enfrentamientos que tienen los hinchas con sus rivales dentro y fuera del estadio. De hecho, una de sus formas de manifestación es a través de los cánticos donde “A través de las canciones se promueve el combate, inicialmente es un intercambio de canciones de tribuna a tribuna. Posteriormente, con la invitación a la pelea y si el rival se presenta, le sigue el enfrentamiento físico.” (Castro, 2019, p.112)

Aquellos que están de forma silenciosa dentro de esta violencia también son responsables, pero ¿Quiénes son? La respuesta es casi que sencilla, son aquellos que necesitan de la barra en los partidos o aquellos que necesitan campañas de promoción como lo es Goles en Paz, un programa de la Alcaldía de Bogotá que no se encuentra activo actualmente, pero que en su momento logró reducir la violencia y que además, tenían pactos de convivencia celebrados en localidades, talleres de música con las barras de Millonarios, Santa Fe y América, y de liderazgo.

2.2 Construcción del hincha desde la corporalidad

Poco se habla de la construcción social desde un ámbito físico, en el cual para “reafirmar” tus creencias, debes cumplir ciertos aspectos corporales y, en este caso, el hincha no es una excepción, la contextura y fuerza son fundamentales para demostrar tu fidelidad hacia el equipo, entre más grande es, mejor posición o status va a tener dentro de la comunidad, sin embargo, esto “[...] se solidifican en la experiencia del enfrentamiento.” (Alabarces; Garriga, 2008, p.285). Es bien sabido que las marcas en la piel significan algo para quien las lleva, ya sea una cicatriz horizontal debajo del ombligo en una mujer, la cual puede

ser que tuvo un bebé por cesárea, o una tatuaje con una fecha puede significar algo importante para la persona que lo tiene, el nacimiento o fallecimiento de algún ser querido, un evento importante, sin embargo, eso no lo sabremos hasta que podemos conocer a esa persona. Es por esto que no deja de ser algo diferente para el hincha de X o Y equipo, en Colombia, podemos encontrar varios hinchas que llevan al menos un tatuaje referente a su equipo y no hablemos solo del cuerpo, el portar una camisa con el escudo de tu equipo a más de uno le genera un orgullo.

Un hincha no solo lleva a su equipo en el corazón o en su piel, como se menciona previamente, este se acompaña de diferentes productos o materiales para demostrar ese arraigo, ya sean camisetas, bufandas, gorras o banderas, incluso, hay aquellos que tienen instrumentos con el escudo del equipo en algunas partes. Sin embargo, esto es tan representativo para el hincha y para la barra que se vuelven objetos que de deben defender, porque de ello depende la honorabilidad de cada barra; por eso, cuando un rival roba un trapo o alguna de estas prensas, se le condecora y se le alaba, generando esto más fricciones entre cada colectivo.





En estas imágenes es posible evidenciar lo que con teoría se lleva tratando de explicar, él es integrante de los Comandos Azules y su vida es Millonarios, por lo que decidió hacerse estos y otros tatuajes más con el fin de representar hacia el mundo lo que el siente dentro de sí mismo.

2.3 Rituales y territorios

Podemos hablar de la identidad y la construcción de la misma desde diferentes aspectos, ya sean sociales, políticos, morales, etc. Sin embargo, en el fútbol esto se puede ver un poco más arraigado, se suele decir que se nace siendo hincha de X equipo y así mismo, se muere con esa convicción, pero esto no es del todo cierto; en primer instancia, tu no naces siendo hincha de nada, debido a que en tus primeros meses de vida no tienes el uso de la razón y no entiendes muchas cosas, simplemente a lo largo de su vida va creando ese gusto y generando ese “apego” al equipo; mientras que en segunda instancia, podemos encontrar que el lugar donde naces y las personas que te rodean, pueden llegar a determinar tu ideología futbolera, es decir, si naces en Medellín, lo habitual sería que ser

hincha de Atletico Nacional o de Independiente Medellín, si naces en Bogotá sería ser hincha de Millonarios, Independiente Santa Fe o en su defecto de Equidad Seguros, tu sangre arraigada al territorio es fundamental en este proceso. Además de que tendrás unos rasgos que te diferenciaran de otras barras y te integraran a las que son “iguales” a ti.

Asimismo, el hincha aunque salga de su territorio, no deja de pertenecer a eso que lleva dentro de sí, aunque este se desterritorialice, va a llevar esa cultura y ese “aguante” consigo mismo a donde se dirija, ya sea a Ipiales o a Australia, por esto “no hay que olvidar que la identidad en el fútbol es un mecanismo relativo, básicamente binario: alguien tiene que perder para que otro gane. O sea: siempre habría por lo menos dos identidades sociales –*tifosi*, fundamentalmente– en juego. Dicho sea de paso, esa relación no es dialéctica, es diferencial: el perdedor pierde y el vencedor “gambetea nubes”. Si hubiera alguna forma de síntesis totalizadora, el fútbol espectáculo perdería su significado fundamental, es decir, su carácter competitivo, azar o incertidumbre, espectadores incluidos”. (Alabarces, 2003, p.93)

Podría decirse que la identidad también se construye a través de conductas repetitivas y de esa forma es en la que lo van a percibir, es decir, si usted es una persona que le gustan los libros y lee mucho, las personas lo van a ver como un lector; si usted es una persona que le gusta comer saludable, ir al gimnasio y promueve ese tipo de conductas, los demás lo van a percibir como alguien saludable o sano, creando así unos patrones o estereotipos, los cuales son creencias o ideas preconcebidas que se tienen sobre ciertos grupos de personas, basadas en características o atributos que se les asignan sin tener en cuenta su individualidad. Estos estereotipos pueden ser positivos o negativos, y pueden tener un impacto significativo en cómo se trata a una persona o grupo.

Por ejemplo, algunos estereotipos comunes incluyen la idea de que las mujeres son emocionales y débiles, o que los hombres son agresivos y dominantes. También hay estereotipos basados en la edad, la raza, la orientación sexual, la religión, la nacionalidad y muchos otros factores.

Es importante reconocer que los estereotipos sociales son generalizaciones injustas y que pueden ser perjudiciales para las personas que los sufren. Es necesario trabajar para superar estos estereotipos y tratar a cada persona como un individuo único, en lugar de basarse en suposiciones preconcebidas, “representaciones cristalizadas, esquemas

culturales preexistentes, a través de los cuales cada uno filtra la realidad del entorno” (Amossy; Pierrot, 2020, p. 32)

De esta misma manera ocurre en los seguidores del fútbol, la mayoría siguen un patrón, el cual puede ser ir al estadio, seguir al equipo en sus redes sociales y promover este tipo de conductas dentro de su círculo social, por ejemplo, dentro de la familia siempre se va a querer que siga una misma línea, es decir, si tu papá es de Millonarios, tu debes ser de Millonarios, y te van regalando camisetas, pantalonetas, el balón marcado, la gorra, entre otras cosas, y a medida que vas creciendo te llevan a los partidos y te enseñan sus arengas, para crear ese mismo sentimiento que tiene la familia por el equipo, pero ¿hasta que punto esto es sano o bueno? Bien se sabe que el fanatismo es malo en cualquier ámbito por el que se le mire y el fútbol no es la excepción, un ejemplo claro, es el hecho que sucedió el 12 de febrero de 2023 por la cuarta fecha de la Liga Betplay, partido que terminó siendo aplazado después de los sucedido entre Millonarios F.C y Deportes Tolima en el Estadio Murillo Toro, donde un hincha entra a la cancha a agredir a Daniel Cataño mediocampista ofensivo del cuadro azul.

Por otro lado, el territorio hace parte del hincha, no solo en el estadio cuando ve a su equipo jugar un fin de semana, también donde comparte con su grupo e incluso con su familia, donde allí mismo se genera ese colectivo que otros no pueden pasar, como una línea imaginaria entre un punto y otro, por tanto “el territorio insinúa un conjunto de vínculos de autoridad, de mando, de pertenencia o de apropiación entre una porción o totalidad del espacio geográfico y un individuo o colectivo” (Zarate, 2018, p.35), y aunque poco se habla de ellos, los enfrentamientos fuera del estadio son más comunes de lo que parece para defender esos colores que representan una parte de la personalidad del hincha.

2.3.1 La familia como parte de las ritualidades y el territorio

Como se mencionaba previamente, la familia en un punto también hace parte de estas dinámicas de violencia y defensa de dicho territorio, ya sea por un sentimiento igual hacia el equipo o simplemente para “proteger” a su hijo/a, de este modo, este colectivo familiar se convierte también en un factor de protección o lugar seguro, según Minuchin en Familia y Terapias de familia “El sentido de la identidad de cada miembro se encuentra

influido por su sentido de pertenencia a una familia específica”, es decir, tu arraigo hacía X o Y cosa, en este caso, el equipo de futbol va principiamente influida por un tema familiar, un contexto en el cual estás desde que naces.

Por otro lado, tenemos un contexto más superficial, donde la familia no solo siente esa afición por su equipo en el corazón, también su forma de representarlo a los demás, por ejemplo, yendo al estadio con sus camisetas, la decoración que pueden tener en sus cuartos o espacios comunes, incluso, los rituales que cada familia pueda tener los días en los que hay partido, como anécdota personal, con mi papá y mi hermano, los días en los que hay partido en El Campin, nos encontramos en la estación de la Calle 57, ahí caminamos hasta una tienda que se llama El Tío Sam, ahí ellos toman una cerveza y yo una botella de agua, mientras hablamos sobre las probabilidades del partido y la nómina; estos rituales evidentemente varían de acuerdo a cada familia.

2.4 Los medios y las redes sociales como parte de las hinchadas

En la sociedad actual podemos darnos cuenta de que todo se encuentra a un click de tu pantalla, la inmediatez (que antes encontrabamos en la radio) ahora la encontramos en una aplicación móvil, por ejemplo, Twitter; cuando quieres saber que pasa en el mundo ya sea de la política, entretenimiento o del deporte, allí lo hayamos de manera rápida, tal vez no eficaz y 100% verdadera pero sí rápida. Ahora, es tarea del usuario identificar lo que llamamos las Fake News, pero es un tanto difícil cuando no se tiene cierto rigor al momento de leer la noticia, artículo, crónica y/o nota. Es por esto, que a lo largo de la historia futbolera de Colombia, se han evidenciado ciertos ... sin embargo, no es lo que vamos a profundizar ahora.

Los medios de comunicación fueron los primeros en relatar y afirmar la construcción del hincha, sea para bien o para mal. No obstante, “los medios postulan la ausencia del conflicto como un horizonte imaginario que encubre la dominación en toda sociedad de clases: según ellas, todos y todas consumimos lo mismo, y eso es lo que nos transforma en una nación.” (Alabarces, 2014, p. 106-107), es aquí donde podemos hallar un error, no todos ni todas consumimos los mismos materiales, ya que cada persona es diferente, así pertenezca a un mismo colectivo, incluso, dentro del grupo de hinchas, no todos son de

la misma clase social, no tienen pensamientos o ideologías iguales, ya que eso es lo que también los convierte en esa familia, son iguales en medio de la diferencia y viceversa.

Por otro lado, tenemos las redes sociales que son el boom de la época, la construcción del ser humano o del hincha en este caso, la podemos evaluar ahora desde este punto, que aunque es un poco más personal, sigue siendo público para todos o al menos para el grupo cercano a ese usuario. Cuando entramos al perfil de un hincha, podemos analizar varias cosas entre lo que publica, sus fotos y/o videos en el estadio cantando las arengas de su equipo, fotos con la camiseta del equipo puesta, imágenes alusivas al equipo, ya sea con una frase motivacional o reafirmando que desde la cuna se es de dicho equipo, y así podemos seguir con un par de ejemplos más, de esta forma las grandes agencias de publicidad pueden crear, así lo menciona Carlos Baccetti, creativo argentino y fundador de Agulla y Baccetti, en el libro *Heroes, machos y patriotas* de Pablo Alabarces “El fútbol es un vehículo que funciona muy bien, como los culos de las minas, los bebés y los animalitos. Sabés que tenés un recurso. Es un atajo que funciona”(Alabarces, 2014, p.125), grandes marcas como Adidas, Nike, Reebok, tiene su mayor recurso publicitario en este performance deportivo. Sin embargo, ya hablando a grandes rasgos de las hinchadas, estos usan las redes sociales para mostrarse un poco más, para demostrar ese mismo aguante pero desde este medio, es decir, las reuniones semanales que hacen, los grafitis demostrando un poco ese límite territorial imaginario que se ha mencionado, los acompañamientos al equipo en entrenamientos y en los estadios en diferentes partes del país, etc. No obstante, gracias a esto también se generan esos conflictos con los medios tradicionales, donde usualmente muestran solo al hincha que es violento y no sus demás características.

3. Daría mi vida por ti, campeón.

Siempre dicen que quien no conoce su historia, está condenado a repetirla. Por eso es necesario conocer el origen de estos equipos, que han logrado hasta ahora y como han llegado a impactar a diferentes familias en el país, cómo empezó a ser un hábito más dentro de las personas en un país como Colombia, donde no se vive igual que en Argentina o Brasil pero que estamos cerca de demostrar ese sentimiento y pasión por el onceno que lleva en su corazón cada uno. Por esto hay que entender que es ser hincha, que los hace un hincha y sus características.

En este capítulo se busca exponer desde la perspectiva de estos tres equipos de Colombia, las perspectivas sobre las hinchadas, conociendo su historia, cánticos y personajes representativos con los años. Por eso empezamos con un equipo de la capital, azul y blanco como el cielo. Después estaremos con el Rey de Copas y con un equipo que, pese a descender, sigue siendo de los más grandes del país.

3.1 Yo te quiero, mi Millos

Millonarios Fútbol Club, es un equipo de la capital colombiana, que fue creado en 1937 por estudiante del Colegio San Bartolomé, y su constitución oficial fue el 18 de junio de 1946 gracias a la gestión de Alfonso Senior, primer presidente del equipo azul. Inicialmente se llamó Club Deportivo Los Millonarios, hasta el 20 de abril 2011 que se reconstituyó como Sociedad Anónima. Participa en la categoría A de la Liga BetPlay, siendo uno de los tres equipos en participar de dicha categoría desde su fundación de la mano con Independiente Santa Fe y Atlético Nacional, y juega en el Estadio Nemesio Camacho el Campín.

Es el segundo equipo con más títulos de la Liga Colombiana, en su total 21 premios entre nacionales e internacionales que se constituyen de la siguiente manera, 15 campeonatos en la liga local de Colombia, 3 títulos de la Copa Colombia y 1 de la Superliga. Adicionalmente, se coronó campeón en la Copa Simón Bolívar en el año 1972 y en la última edición de la Copa Merconorte en el año 2001.

Por otro lado, para la Federación internacional de Historia y Estadísticas del fútbol (IFFHS) es considerado el cuarto mejor equipo del siglo XX y el noveno en lo que va del siglo XXI, asimismo, por parte de la CONMEBOL es considerado el mejor tercer club colombiano en torneos internacionales con 396.85 puntos y ocupa el 51º puesto en el ranking de los clubes de la Copa Libertadores, y denominado por la FIFA como el Primer Embajador del Fútbol Colombiano.

El clásico capitalino lo disputa frente a Independiente Santa Fe, sin embargo, también cuenta con una gran rivalidad frente a América de Cali y Atlético Nacional.

Entre sus mayores exponentes encontramos a Willington Ortiz, Alfredo Di 'Stefano, Arnoldo Iguarán, Juan Gilberto Funes, entre otros.

Por su parte, para aquellos que son conocedores del fútbol y para quienes no, también, el azul es el color más representativo para el equipo y su hinchada, es lo que representa no

solo de manera personal sino grupal, los grafitis en las calles de Bogotá (principalmente), los lugares que dichos hinchas suelen habitar/visitar, diferente al Estadio, asimismo, las camisetas, bufandas, gorras y demás accesorios que pueden usar en sus día a día como manera de representación.



Los hinchas se encuentran en cualquier parte de la ciudad, incluso del mundo, sin embargo, los puntos de encuentro son un poco más específicos, zonas del sur y occidente de Bogotá, como lo es Kennedy, Bosa o Fontibón, allí se generan reuniones de empalme, logística de acompañamiento al estadio, entrenamientos, los trapos que se colocan en el Estadio también en forma de representación frente al rival y otros temas que se pueden llegar a tocar.

Si bien, Millonarios Fútbol Club es conocido mayormente como “Los embajadores” o “Millos” tiene muchos otros apodos que son menos conocidos, tales como: Conjunto albiazul, el ballet azul y los azules. Asimismo, las barras toman un nombre y se apoderan de él para representar a su onceno en las tribunas, como lo son Blue Rain y Comandos Azules (Izquierda y Derecha), siendo estas las más conocidas a lo largo del país, su reputación los precede, para bien y para mal.

El nombre de Comandos Azules pasó por muchas modificaciones a lo largo de su historia desde su creación, inicialmente en 1998 eran “Los Búfalos”, debido a que el mayor representante de los albiazules en ese momento era Juan Gilberto Funes, sin embargo, después de pasar por “Dragón Azul”, “Blue Rain” nombre copiado de un grupo estadounidense y comandos, decidieron quedarse con “Comando Azules”, el cual representaría hasta el día de hoy verriquera y fuerza, el que verdaderamente apoya a su equipo.

Por otro lado, otras formas de representación de los hinchas hacia el mundo son sus cánticos, “el canto del fanático es un género discursivo asociado a una esfera de la práctica

del fútbol, particularmente significativo en nuestro país, cuyo peso social se puede apreciar en la importancia del rito de los partidos” (Zambrano, 2014, p.161). Estos cantos tan “pegajosos”, cumbieros y llenos de ritmo que hacen mover y saltar a todos dentro del estadio, acompañados de papel picado, y que cabe mencionar un par de ellos con sus respectivas letras.

1. Señores yo soy de Millos

Señores yo soy de millos y tengo aguante

En las mismas letras de las canciones se puede escuchar y ver estas apropiaciones por parte de los hinchas, es decir, el uso de primera persona “yo soy de” hace referencia a su sentido de pertenencia con la hinchada y con el club, esa relación que existe entre su pasión-aliento, mientras que el mencionar que tiene “aguante”, denota que no se debilitan por nada, que pueden soportar y defender a su equipo en cualquier situación.

Yo sigo a Millonarios a todas partes

Porque este es un sentimiento

Que se lleva en el corazón

Yo daría toda mi vida por ser campeón

“El verbo ser: “ser campeón” es acompañante de sustantivos y adjetivos que describen una serie de características propias del equipo o de la barra que conforman su identidad” (Zambrano, 2014, p.179)

Dale, campeón

Dale, campeón

Dale, campeón

Dale, campeón

2. Con la locura y pasión

Con locura y pasión dale embajador

Queremos verte campeón, dale embajador

La hinchada pide una estrella

Ya queremos dar la vuelta

La vuelta vamos a dar

No paro de alentar

La banda y los jugadores, ya queremos festejar

3. Millos es toda mi vida

Alentando sin arar al más veces campeón

Es la banda del aguante

Solo quiero que pongas más huevos

Porque este año quiero ser campeón

Millos es toda mi vida

Te llevo en el corazón

Por ti todo lo dejaría

Yo daría la vida

Para verte campeón

Estos y muchos otros cánticos que se escuchan dentro y fuera del estadio representan la identidad colectiva e individual de las barras bravas, pueden dejar todo por su equipo, se apropian del nombre, colores, identidad y todo lo que este conlleve, porque lo llevan en el corazón.

3.2 Soy del verde, soy feliz

Atlético Nacional es un equipo de fútbol de Colombia, más puntualmente ubicado en la ciudad de Medellín, Antioquia. Fundado el 30 de abril de 1947, la escritura pública de la nueva sociedad se realizó en la notaría primera de Medellín, bajo el nombre de Club Atlético Municipal y fue uno de los dos equipos en ser aceptados por la Dimayor, para que representara a Antioquia en el naciente campeonato de la Liga Profesional Colombiana que se disputaría en 1948.

Alberto Villegas Lopera, ex presidente de la Liga Antioqueña de fútbol en ese entonces, lideró la fundación de una sociedad comercial destinada a estimular los deportes y

establecer el fútbol y el baloncesto profesional en Antioquia. La sociedad inició labores con \$50.000 aportados por 500 socios en acciones de \$100 pesos cada una, pagadas en un primer contado de \$20 pesos al momento de ingresar a la sociedad y los \$80 restantes en un máximo de 12 cuotas mensuales. Así pues, el viernes 7 de marzo de 1947 se consolidó el nacimiento de la nueva institución bajo el nombre de Club Atlético Municipal de Medellín.

Desde ese entonces el equipo verdolaga ha conseguido muchos títulos a nivel nacional e internacional, en su totalidad 32, disgregados de la siguiente manera, 17 campeonatos de la liga colombiana, 5 Copas Colombia, 3 Superligas, 2 Copas Merconorte, 2 Copas Interamericanas, 2 Copas Libertadores y 1 Recopa Sudamericana, gracias a esto también es conocido en Colombia como El Rey de Copas. Adicionalmente, sus partidos de local los disputa en el Estadio Atanasio Girardot.

El clásico antioqueño lo disputa frente a Independiente Medellín y tiene rivalidad con América de Cali y Millonarios F.C.

Entre sus ídolos encontramos a Sergio Galván Rey, Leonel Álvarez, Franco Armani, entre otros.

En sus hinchadas y barras también está la representación, no tan diferente como en Millonarios Futbol Club, con colores que cambian, guiados por un verde y blanco, que se nota en camisetas, bufandas, gorros y ponchos, conocidos en la región antioqueña. Incluso en algunos grupos de Facebook donde se realiza compra y venta de artículos relacionados con el equipo se puede observar que no solo se limita a los ya mencionados, también venden cunas para bebé con la temática de Atlético Nacional, enterizos, pijamas y casi cualquier cosa que se le pueda ocurrir. De esta manera, no solo el hincha individual se apropia de su equipo, también la familia, que en un futuro puede ser parte del colectivo llamado “barra”.



Por otro lado, los hinchas están en la capital antioqueña, Medellín; pero no sería extraño conocer colectivos en otras partes del país y del mundo. Siguiendo este hilo conductor, los hinchas a los que se entrevistaron hacen parte de la barra brava “Los del Sur” ubicados en Bogotá, quienes este año, celebran sus 25 años de fundación en la capital de Colombia.

El equipo es muy conocido a nivel latinoamericano, como se mencionaba previamente, sin embargo, tiene más apodos por los cuales se les puede nombrar, tales como: El verde, el verde la montaña, el verde paisa, la maquina verde, los puros criollos, rey de copas y el verdolaga.

Asimismo, un equipo no es nada sin hinchada y la hinchada no es nada sin sus cánticos, en los cuales representan su amor y pasión por el oncenno que siguen desde muy pequeños, por esto, vamos a nombrar algunos con sus respectivas letras, con algunos análisis dentro de ellas:

1. Al campeón, yo lo llevo en el corazón

Al campeón yo lo llevo en el corazón
Vos campeón sos mi vida mi gran pasión

Esta frase tiene una connotación particular, pero totalmente válida, refleja un sacrificio positivo por parte del hincha, no el solo que sea SU vida, también que daría la vida por su equipo.

Porque la vuelta vamos a dar
Y con la hinchada festejar
Vamos Nacional

2. Tu eres mi equipo del alma

Tu eres mi equipo del alma
Yo siempre te sigo
En toda campaña y jornada estoy siempre contigo
Con esta tu hinchada de siempre con los jugadores
Daremos la vuelta de nuevo en los libertadores
En ciertos momentos
Difíciles que hay en la vida
Te entrego todo mi aliento
Y mi alegría
Desde las tribunas se siente
Un amor desbordante
La hinchada que quiere otra copa
La de más aguante
Vamos, vamos Nacional
Vamos, vamos verdolaga
Por tu hinchada que te quiere la que siempre te acompaña

3. En la tribuna canta la hinchada

En la tribuna canta la hinchada
Mientras el verde deja todo en la cancha
El sentimiento
Se hace más grande por eso mi verde no dejo de amarte
Y aunque haya gente que no nos quiera. Yo seré del verde hasta que me muera. Vamos
verdolaga hacerlo por tu hinchada
Que siempre te alienta
Y te lleva en el alma.

3.3 Se viene la banda del Diablo

América de Cali es uno de los equipos más antiguos de Colombia, fundado el 13 de febrero de 1927 en la ciudad de Cali, Colombia y reconocido como de los equipos más grandes de Sudamérica.

Cuenta con 18 títulos a nivel profesional, en el torneo local ha logrado el campeonato en 15 ocasiones, también logró coronarse campeón de la Primera B en el torneo anual de 2016, asimismo, internacionalmente hablando, ha alcanzado varios logros, en 1985, 1986, 1987 y 1996 logró el subcampeonato de la Copa Libertadores de América, en 1975 se coronó campeón continental de la Copa Simón Bolívar y el campeonato en 1999 de la Copa Merconorte.

En 2011, tras 57 años de la Primera División de la Liga Colombiana descendió, siendo así el primer y único equipo grande de Colombia en descender, pero esto duró 5 años y en 2016 ascendió de nuevo a Primera A.

Entre 1996 y 2013 el club fue incluido en la denominada Lista Clinton por lavado de activos provenientes del Cartel de Cali. Su inclusión en dicha lista desencadenó una crisis económica que se agudizó a mediados de la primera década del siglo XXI y que amenazó con la desaparición del equipo en los años posteriores. Estar dentro de la lista le impidió a la Corporación Deportiva América tener cuentas bancarias, así como establecer vínculos contractuales con empresas nacionales e internacionales, lo cual dejó al equipo sin ingresos por patrocinio, lo anterior llevó al América a subsistir con los ingresos por derechos de televisión venta de camisetas e ingresos de sus hinchas al estadio.

Por parte de la CONMEBOL, es considerado el segundo mejor club colombiano en torneos internacionales con 512.58 puntos y ocupa el puesto 36° en el ranking de la Copa Libertadores de América. Es denominado por la FIFA como La Pasión de un Pueblo.

El clásico vallecaucano lo disputa frente a Deportivo Cali y tiene rivalidad con Atlético Nacional y Millonarios F.C.

Entre sus ídolos encontramos a José Américo Montanini, Carlos Montaña, Edgar Mallarino, Gabriel Ochoa Uribe, Julio Cesar Falcioni, entre otros.

Al igual que Millonarios Futbol Club y Atlético Nacional, América de Cali no se queda por fuera de estas categorías, de hecho, su barra es conocida por ser la más “fiel” o la que tiene mayor “aguante” en el país. Se han ganado este reconocimiento por como siguen a

su equipo a donde sea que vaya, es de los que más asistencia tienen en los estadios y quienes se disfrutan más este espectáculo llamado fútbol.

Sus colores son rojo escarlata y blanco, y también está en camisetas, gorras, banderas, incluso en los tatuajes. Así, no llevan a su equipo solo en el corazón, también en la piel y lo representan, a menudo se encuentran en el estadio a hinchas que no portan su camiseta y dejan al descubierto torso, pecho y espalda donde se visibilizan dichos tatuajes que suelen cubrir toda o gran parte de alguna de esas zonas. Por otro lado, las cicatrices que demuestran el aguante de ese hincha dentro de la barra.



Por otro lado, su ubicación principal es en la capital vallecaucana, Cali, sin embargo, así como con los demás equipos del país, se pueden encontrar hinchadas en cualquier parte del país y del mundo. De hecho, la persona entrevistada hace parte de “El Barón Rojo Sur” que tiene su filial en Bogotá.

América de Cali, es reconocido mayormente por su historia en el país, es por esto que tiene varios apodos por los cuales se le puede reconocer, como: El rojo, la mechita, los diablos rojos, los escarlatas, el pentacampeón, la pasión de un pueblo.

Por último, los cánticos que representan el sentimiento colectivo de la barra y que se puede escuchar a todo pulmón en el estadio, de esta manera, nombraremos 3 con sus respectivas letras:

1. Hoy vine de vuelta a la cancha

Hoy vine de vuelta a la cancha
con mis amigos volví a San Fernando
muchos momentos los que hemos vivido
buenos y malos, pero aquí contigo.

Que ya han pasado muchos años
seguimos siendo la Pasión de un Pueblo
seguimos siendo la Banda del Diablo
Es la que te juró amor eterno
Y vamos Rojo que yo te amo

El nombrar el color que caracteriza al equipo también hace parte del factor común dentro de estos cánticos que acompañan a las barras dentro del estadio, el decir “Vamos Rojo” hace referencia a la identificación entre ambos (equipo - hinchada) como uno solo.

cantemos todos que hoy ganamos
Y vamos Rojo a dar la vuelta
haciendo grande la camiseta...

2. Te sigo hasta la muerte

Te voy a alentar// Te sigo hasta la muerte// este amor se hace más fuerte// te juro que
siempre voy a estar

Te voy a alentar// Te sigo hasta la muerte// este amor se hace más fuerte// te juro que
siempre voy a estar

América te quiero de verdad// lo siego visitante o de local// aunque la dimayor te
descendió// esta pasión no desapareció.

Ahora yo le digo al nacional// que pronto volveremos a la A// que ya nos vamos a
encontrar// te lo dice la barra de Bogotá ¡¡ ya lo veras!!

3. Se va a caer la popular

Vas a morir,
vas a llorar
se va a caer,
La popular
Una vez mas

Llego el momento y esta banda loca te viene alentar
Una vez mas

El sentimiento de ser escarlata me hace delirar...

El fútbol es el medio por el que muchos sienten esa identidad grupal a través de sus barras y los cantos le dan ese folclore y que se vuelven actores sociales dentro de este colectivo.

4. Bitácora de creación

La construcción de esta serie de podcast apropia elementos e inspiración de otros títulos y formatos como lo son: Las Raras, Pensar de Nuevo, Radio Ambulante y Fútbol a Muerte. Para determinar el formato que se manejaría en este podcast. Tres capítulos dedicados a cada equipo mencionado en esta tesis y tráiler.

4.1 Diseño y rasgos

A través de esta serie de podcast se busca entender a estos tres equipos desde diferentes factores, dándole como prioridad voz al hincha, quien es el que pertenece a esta comunidad. Se realiza una investigación desde el ámbito cualitativo y etnográfico, también por un lado de las historias de vida de cada entrevistado. Hablando un poco desde el material sonoro se busca que los testimonios recogidos sean lo más fiel posible a como lo contaron al momento de la entrevista, siendo esta una pieza educativa.

4.2 Preproducción

Inicialmente se realizó la investigación teórica del tema a tratar y se establecieron unos parámetros sobre eso, conforme a esto se realizó la búsqueda de personas a las que iba a entrevistar para cada equipo. Entre estos, Andrés Ávila, integrantes del Barón Rojo Sur, Saúl David y David Yepes integrantes de Los del Sur, y Bryan Rincón integrante de los Comandos Azules. Se hizo el contacto con cada uno de ellos y se concretó la cita para realizar dichas entrevistas, adicionalmente, se prepararon las preguntas para tenerlas listas al momento del encuentro.

4.3 Producción

Finalmente, llega el día para entrevistas, comienzos con los integrantes de Los del Sur de Atlético Nacional, que acordaron un tiempo para ayudarme y darles un homenaje a sus 25 años de inauguración de la barra. El encuentro se realizó a través de Zencast, plataforma digital en el que se puede grabar sesiones para podcast y captura el audio local, al inicio fue un poco tedioso no solo para mí, también para ellos, a pesar de que la herramienta es bastante intuitiva la conexión resultó ser un poco compleja, sin embargo,

se logró. Tuvimos un encuentro de aproximadamente 2 horas, bastante ameno, aunque en algunas ocasiones cerrado.

Después realicé la entrevista a Andrés Ávila, con quién fue algo más charlado, amigable y nutritivo, también un espacio de dos horas de entrevista grabada, pero tuve la oportunidad de seguir hablando con él (sin haber dejado un registro) pero me siguió compartiendo ideas y opiniones que sirvieron para seguir colocando en el documento.

Por último, entrevisté a Bryan, con quién fluyó bastante la conversación, sin embargo, no dejaba de existir esa barrera sobre la vida personal, incluso siendo amigos hace un tiempo ya, me comentó varias anécdotas sobre su trayectoria como hinchista y como ha acompañado a su equipo a diferentes partes del país con su barra.

Para escuchar esta serie de podcast puedes dar clic [aquí](#) o para entrar directamente a Spotify en este [link](#).

4.4 Posproducción

Recopilar y organizar la información fue un poco complejo, ya que, aunque el podcast es de 20-25 minutos, la información de cada uno fue aproximadamente de una hora y volver a escucharlo requirió bastante tiempo, sin embargo, después de este proceso grabé mi voz con las introducciones que iba a realizar a cada tema y comencé la edición en Adobe Audition, adicionalmente, escoger la música en Mixkit Sound. Se grabaron de manera remota las entrevistas con Nacional y América de Cali debido a la disponibilidad de tiempo de cada persona, asimismo, los espacios en centro ático para grabación, mientras que con el invitado para Millonarios se realizó de manera presencial con un micrófono propio. Para el cabezote de entrada, marquillas y créditos me ayudó Sergio García, estudiante de comunicación de la Universidad Javeriana.

Por otro lado, los entrevistados estuvieron de acuerdo en participar del podcast libremente y con total libertad de hablar desde sus nombres y no de manera anónima como suele ocurrir

5. Audiciones

En este capítulo, mostraremos la recepción que tuvo el episodio “Se viene la banda del Diablo” sobre América de Cali con escuchas de diferentes edades y profesiones, pero que todos tienen en común su afición por el fútbol, se realizó a través de una encuesta en Google Forms que constaba de 5 preguntas de orden cualitativo.

Las preguntas fueron las siguientes:

1. Señale los elementos que le parecen más atractivos y hablan del fenómeno de ser hincha
2. A su parecer, el testimonio recogido ¿tiene la potencia para hablar sobre ser hincha?
3. ¿Cuáles elementos le parecen débiles en el testimonio y audio en general?
4. ¿Cuál es la idea que le pareció más importante?
5. Otros comentarios sobre el audio

5.1 Hallazgos y análisis

Las respuestas fueron positivas y se logró el impacto buscado, entre ellas, a la pregunta 1, concuerdan que la hinchada se convierte en familia, podemos verlo en algunas respuestas recolectadas anónimamente.

1. La hinchada se comporta como una familia y de crean lazos sociales bastante fuertes
2. La cultura y lo que implica ser hincha, la fidelidad que tienen y todas las acciones que hacen para repararla.
3. Todo lo que conlleva ser hincha, la vestimenta, la cultura, la amistad, el cambiar un modo de vivir por ver un partido de fútbol, el trabajo que se hace además de alentar.

Por otro lado, con respecto a la pregunta 2 también genera el impacto que se espera al enviar la pieza para escuchar y podemos verlo en algunas respuestas recolectadas.

1. Sí, vivencias, viajes, hacer a nuevas generaciones hinchas, lo más importante es tener en cuenta el contexto del equipo y la hinchada para tener propiedad para

hablar de ella y tener un espacio de la vida dedicado al equipo es buen argumento para definir cómo hincha

2. Es tan subjetivo ese término, pero por el testimonio del entrevistado lo último que importa es el deporte. Aparentemente hay muchos elementos alrededor de ser hincha, pero el fútbol como tal parece ser no tan relevante
3. Si, cuenta desde la experiencia como ser hincha y situaciones críticas de seguridad y de Machismo.

Asimismo, también es importante evaluar y analizar las cosas que no resultaron tan buenas para el público como se realizó con la pregunta número 3 y 5.

1. ¡Más detalle no solo de él sino de la barra a la que pertenece!, del audio más que todo la concentración de cómo se llama
2. La justificación de la violencia porque sí, porque hay más violentos en este país que más da qué las barras también lo sean.
3. Para hablar de barrismo, sus formas de actuar, sus razones pueden ser muy lejanas con el testimonio ya que sigue siendo una visión de alguien privilegiado que no siente tan arraigado con la barra aun participando de sus espacios.
4. Me gustó mucho el podcast y el sonido estuvo bien en todos los participantes. Me gustaría que en un futuro el podcast se sienta como una conversación entre el prestador y el invitado.
5. El audio tiene partes en silencio, entonces genera distracción. Pero en verdad muy interesante
6. En general bastante bien. A veces se notó un poco que Paula estaba leyendo

Por último, las ideas que quedaron dentro de los escuchas a mi parecer es lo más importante, porque de esta forma se analiza que tanto impacto tuvo en ellos esta información que personalmente aporta a la sociedad colombiana y en este caso me parece importante agregar todas las respuestas, ya que son bastante variadas.

1. Que el fútbol mueve emociones muy grandes. Y las hinchadas no solo tienes aspectos negativos sino también otros muy positivos
2. La experiencia de cómo ser hincha, y siempre la diferencia de ser de una barra
3. La violencia que existe entre las hinchadas
4. El ser hincha implica muchas cosas no solo mostrar apoyo al equipo

5. El cómo siempre hay una justificación para ser violento en nuestro país
6. El aguante según características físicas o acciones cumplidas que determinan quien o no tienen aguante.

De esta manera, se pueden realizar varios cambios dentro de la pieza sonora y tenerlo en cuenta para las siguientes. Los comentarios de los oyentes dentro del mundo de la radio siempre serán muy valiosos, ya que, desde allí se aprende y se corrige, logrando mejores resultados y mayor alcance.

6. CONCLUSIONES

Finalmente, podemos sacar varias conclusiones con respecto a esta investigación. Primeramente, es posible definir que los hinchas cuentan con muchas características, la definición de su personalidad inicia desde pequeños, desde la construcción de esos gustos y esos hábitos de seguir a un equipo, y de allí se despliegan diferentes aspectos como lo son su corporalidad, que es aquellos cuando deciden tatuarse o cuando están presentes y hacen parte de los actos violentos, cuentan con cicatrices que demuestran esa batalla como forma de aguante dentro de la barra.

Por otro lado, el hincha como ser social, aquel que hace parte de una comunidad que la hacen llamar su familia y de allí se permite crear y reafirmar otros aspectos que vienen desde el ser individual. En esto, todos cumplen el mismo patrón sobre su amor por el equipo que, si se tienen que “parar” o demostrar ese aguante, lo harán sin miedo para defender los colores que llevan en su mente y corazón.

Asimismo, cabe resaltar que los hinchas son una parte importante de la cultura deportiva, y su pasión y apoyo pueden ser fundamentales para el éxito de un equipo. Los equipos y las autoridades deportivas también tienen un papel importante en la prevención de la violencia de los hinchas, a través de la implementación de medidas de seguridad y la educación sobre el comportamiento apropiado en los eventos deportivos. No obstante, los medios de comunicación no aportan soluciones a esta problemática en el país, ya que como podemos escuchar en las piezas sonoras, dentro de la barra hay un mundo más, una comunidad más que se preocupa por el otro, desde el más pequeño hasta el más longevo.

Por otro lado, la radio colombiana ha estado presente desde hace más de 100 años, sirviendo de acompañamiento para los ciudadanos, pasando también con el deporte, específicamente el fútbol, el cual es el entretenimiento y el plan de los domingos para los colombianos. De esta forma, se juntan estos dos pilares formando la radio deportiva, que aporta de forma alegre y noticiosa lo que pasa no solo en Colombia sino en el mundo deportivo, aprendiendo de esto la inmediatez de la radio y sobre el deporte que mueve el mundo entero como lo es el fútbol.

Este proyecto puede aportar a la sociedad colombiana para entender al hincha y lo que lo rodea, que los estereotipos que se han ido construyendo a través de los años sobre ellos, en su mayoría, son errados. Entendiendo que son una comunidad y entre ellos son como una familia que pocos logran comprender. Poner en circulación este escrito y podcast implica, en general, un impacto positivo para quienes lo escuchen, pocos conocemos la realidad de las barras bravas en Colombia, teniendo como información de primera mano lo que dicen los medios tradicionales, el cual, como pudimos escuchar, puede resultar amarillista. Se espera en un futuro seguir con esta serie de podcast con otros equipos de Colombia y en caso de ser posible, ampliarlo a otros países como México, Argentina, Brasil, Ecuador, entre otros.

En última instancia, es necesario que se trabaje para crear un ambiente deportivo seguro y acogedor para todos, donde los hinchas puedan disfrutar de su pasión por el deporte sin poner en peligro la seguridad de los demás. Donde se propongan a crear una cultura de respeto y tolerancia desde los más pequeños, que el equipo hace parte de nuestra vida y del otro. Donde los colores no tengan que ser un factor detonante dentro o fuera del estadio.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Alabarces, P., & Garriga Zucal, J. (2008). *El "aguante": una identidad corporal y popular*. Intersecciones en Antropología, (9), 275-289.
- Alabarces, P. (2003). *Futbolologías: fútbol, identidad y violencia en América Latina*. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.

- Alabarces, P. (2014). *Héroes, machos y patriotas. El fútbol entre la violencia y los medios*. Buenos Aires: Aguilar, Altea.
- Amossy, R., & Pierrot, A. H. (2020). *Estereotipos y clichés*. Eudeba.
- Bundio, J. S. (2018). *La construcción del otro en el fútbol: Identidad y alteridad en los cantos de las hinchadas argentinas*. Cuadernos de antropología social, (47), 195-212.
- Bustos, J. (2013) *Polarización mediática vs. Polarización en las redes sociales. Estudio de los perfiles de El País y El Mundo en Twitter*. Actas – V Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. (p.1). España: Universidad de Málaga. Recuperado de: https://www.revistalatinacs.org/13slcs/2013_actas/007_Bustos.pdf
- Carrillo, F. (2017) *Fútbol, identidad, violencia y tejido social, el caso de las Barras Capitalinas* [Tesis de Pregrado]. Repositorio Universidad Distrital.
- Casquete, J. (2005). *Manifestaciones e identidad colectiva*. Revista Internacional De Sociología, 63(42), 101–125. <https://doi.org/10.3989/ris.2005.i42.198>
- Castro Lozano, J. A. (2019). De las rivalidades a la violencia del fútbol en Colombia. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, 41(1), 109–115. <https://doi.org/10.1016/j.rbce.2018.07.006>
- Galindo, M. A. Z., & SOCIAL, P. D. T. (2018). *BARRAS BRAVAS, FAMILIA Y TERRITORIO DINAMICAS DE LAS FAMILIAS DE LOS JOVENES INTEGRANTES DE BARRAS BRAVAS EN CUATRO BARRIOS DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ*. Universidad Externado de Colombia.
- García, J. G., Paredes, M. V. L., & Balarezo, S. W. Y. (2020). *Identidad juvenil y fútbol: la ritualidad convertida en violencia*. Razón y Palabra, 24(109).
- Gomez, A. (2007). *La violencia en el deporte, un análisis desde la psicología social*. Revista de Psicología Social. 22 (1), 63-87.
- Herrera Hernández, W. R. (2017) *Barras futboleras: más allá de una pasión por el fútbol estudio de caso barra Comandos Azules, la banda Azurra* [Tesis de Maestría]. Repositorio Universidad Javeriana.
- Johnson, J. (14 de agosto de 2021). *Masculinidad tóxica: Definición, problemas comunes y cómo hacerle frente*. Medical News Today. <https://www.medicalnewstoday.com/articles/es/masculinidad-toxica>
- Londoño Aguirre, J. J. (2014). *Juventud sin Oportunidades: las barras ultras, un ejemplo paradigmático* [Tesis Doctoral]. Repositorio Universidad de Compostela.

- Medina Barrera, P. A. (2018). *Pasión en el corazón, sangre en la camiseta*.
- Minuchin, S. (2001). *Familias y terapia familiar*. Editorial Gedisa.
- Profamilia. (s.f.). Tipos de violencia. <https://profamilia.org.co/aprende/violencia-de-genero/tipos-de-violencias>
- Rivers, M. (Presentadora). (2021, marzo) Emanuel Balbo: Un juicio exprés en la tribuna (Núm. 2) En *Fútbol a muerte*. Spotify Studios. <https://open.spotify.com/show/0g7Z3SyC5mL7JXgke1Yb1T>
- Sánchez Martínez, J. A. (2010). *La comunicación sin cuerpo: Identidad y virtualidad*. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 52(209), 37-52.
- Varela Hernández, S. (2018). Aguante y violencia en el mundo de las barras futboleras mexicanas. *Acta Sociológica*, (75), 113-134.
- Violencia física. (2019, septiembre 5). EcuRed, Consultado el 20:26, febrero 27, 2022.
- Zambrano, W. R. (1992). *Tarjeta Amarilla al periodismo deportivo radial en Colombia*.
- Zambrano, W. R. (2014). *Tras las barras bravas, prácticas comunicativas, identidad y cultura*. ECOE EDICIONES.