

**Redes sociales: interacciones y narraciones de violencia entre las barras de fútbol
Frente Radical Verde (Deportivo Cali) y Barón Rojo Sur (América de Cali), entre
2014 y 2019**

Manuel Alejandro Valencia

Juan Sebastián Forero

Mariana Valentina Carvajal

Pontificia Universidad Javeriana Cali

Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales

Programa de Comunicación

Santiago de Cali

Diciembre de 2021

Introducción
Planteamiento del Problema
Pregunta de investigación
CONTEXTO
Objetivos (Gral y Espec.)
Justificación
Antecedentes
Marco Teórico-conceptual
Metodología
Resultados
Conclusiones
Ref. Bibliográficas
Anexos

Tabla de contenido

1.Planteamiento del problema	4
2. Justificación	8
3. Antecedentes	10
3.1 Interacción en redes sociales.....	11
3.2 Valores, actitudes y comportamientos en las redes sociales.....	12
3.3 Fenómeno de las barras bravas	14
3.4 Comunicación para la convivencia en el deporte	15
3.5 Influencia en las redes sociales	16
4. Marco teórico	20
4.1 El fenómeno de las barras bravas.....	21
4.2 Interacción en redes sociales.....	23
4.3 Valores, actitudes y comportamientos en redes sociales	24
4.4 Influencia en las redes sociales	25
4.5 Comunicación para la convivencia	26
5. Objetivos	28
General:.....	28
Específicos:.....	28
6. Contexto:	28

7. Metodología	30
Fase 1. Selección de barras futboleras e hitos.....	31
Fase 2. Exploración de contenidos pertinentes en medios y redes sociales.....	32
Fase 3. Entrevista a barristas.....	34
Fase 4. Preparación y análisis de los datos recolectados	36
Fase 5Exposición y explicación de la exploración propuesta.....	37
10. Referencias:.....	52

Lista de tablas

Tabla 1. Recolección de estrategias para promoción de convivencia entre barras de equipos de fútbol en Colombia.	18
Tabla 2. Matriz categorial de análisis.	34
Tabla 3. Indagación de noticias violentas	37

Lista de figuras

Figura 1. Árbol de categorías.	20
---------------------------------------	----

1.Planteamiento del problema

En los años recientes, las mutuas influencias entre hinchas de los dos principales equipos de fútbol profesional de la ciudad de Cali, Colombia, se han desarrollado por medio de las redes sociales, las cuales permiten un contacto más cercano entre los aficionados y con los propios equipos. Esta interacción ha creado circunstancias tanto positivas como negativas al interior de las denominadas “barras populares”, entre ellas, y en las redes sociales de los propios equipos.

De forma general, Colombia ha sido un país atravesado por una violencia estructural que data de más de 60 años. La comunicación de la violencia es, así mismo, uno de los factores indispensables para la construcción del país.

En las interacciones que se han venido generando en los últimos años entre las hinchadas de los mencionados equipos, las redes sociales han adquirido gran poder y un alto índice de influencia en los valores, actitudes y comportamientos entre las hinchas y con su respectivo equipo. En cada red social, tanto las relacionadas con el equipo América de Cali como la del Deportivo Cali, se crean canales de comunicación más cercanos entre los aficionados, lo cual en algunas situaciones puede partir de buenas y malas intenciones. Interesa analizar cómo las redes sociales pueden generar una diversidad de transformaciones, visibles como reacciones

en la hinchada, molestia por publicaciones realizadas, comentarios en las distintas publicaciones, e intervenciones de las redes oficiales de los propios clubes, etc.

Los medios digitales y tradicionales, así como los hinchas han tenido una manera particular de usar las redes sociales para narrar la violencia que se genera en el fútbol.

En Colombia, el fútbol es reconocido por ser el deporte más popular, contando con millones de aficionados a lo largo y ancho del territorio nacional. Sin embargo, la efusividad con la que los colombianos viven este deporte ha traído consigo algunas consecuencias negativas como daños a estadios, muertes, sanciones, disturbios e inclusive asesinatos, entre otros problemas en que aún están presentes en las actuales generaciones de aficionados en Colombia.

En la liga oficial del fútbol profesional colombiano se presentan periódicamente tres juegos “clásicos” o “derbys” entre equipos de una misma ciudad capital, algunos de los cuales han terminado en tragedias debido a la gran pasión que los aficionados muestran por sus equipos. Estos juegos suelen ser: el clásico de Antioquia entre Atlético Nacional e Independiente Medellín, equipos que han sido pioneros del “fútbol en paz”, logrando colaboración de ambas aficiones y de las barras que las integran, las cuales comparten el mismo estadio durante los encuentros clásicos. En segundo orden, está el clásico de la capital del país entre Millonarios e Independiente Santa Fe, equipos que tomaron el ejemplo de los antioqueños y lograron así la paz entre los hinchas. Y, por último, el clásico vallecaucano, entre Deportivo Cali y América de Cali, en el cual hasta el día de hoy y a pesar de haber disminuido la violencia, se siguen presentando problemas. Tristemente, numerosos aficionados han sido víctimas de la violencia física y verbal en algunos de estos difíciles escenarios reales y virtuales. Y aun cuando los hechos violentos han disminuido en los últimos cinco años, siguen presentándose, como un mal que acecha permanentemente. Los factores que han incidido tanto en la permanencia del fenómeno como en su disminución deben ser analizados desde la perspectiva de este estudio.

Las redes sociales aparecen también en este escenario, con un papel protagónico en la manera cómo se narra la violencia: desde un postura de incitación, fascinación y expansión de la violencia real. La aparición de los medios sociales en el mundo generó una nueva forma de

comunicación gracias a la cual todas las personas podían ser partícipes de algún tema de su gusto en especial, en este caso, de la afición al fútbol. Estos medios sociales fueron aumentando su influencia a través de los años, siendo hoy en día casi el principal recurso para comunicarse sobre cualquier tema. En relación con la rivalidad de las barras del América de Cali y el Deportivo Cali (en adelante América y Cali), se encuentra que en estos espacios se puede llegar a dar este tipo de riñas, pero, a su vez, se habilita una forma de intervenir para contrarrestar esas actitudes violentas entre hinchadas de los equipos de la ciudad de Cali.

En términos estadísticos, *Hootsuite*, plataforma digital encargada de la gestión de las redes sociales y traducida por *Branch*, señala que el número de teléfonos conectados en Colombia es de 60.38 millones, superando en un 19% al total de la población colombiana (50,61 millones). Esto se explica entendiendo que existen personas que poseen más de una línea telefónica activa, divididas en teléfono local, teléfono corporativo o para uso laboral, teléfono alternativo para viajes, entre otros. Por otro lado, el número de usuarios con un celular con conexión a Internet es de 35 millones, es decir, el 69% de la población en Colombia tiene acceso a este servicio. Paralelamente, la misma cantidad de personas son usuarios activos de redes sociales, siendo este el paso inicial para comenzar este análisis de las redes sociales relacionadas con los equipos de fútbol.

El número de usuarios de Instagram ubicados en Colombia que pueden ser alcanzados a través de anuncios publicitarios es de 12 millones. Esto presenta el 29% de la población activa en redes sociales mayor de 13 años. De los 12 millones de usuarios de Instagram en Colombia el 56.4% son mujeres y el 43.6% son hombres. Según cálculos realizados, aproximadamente un 5% de los usuarios colombianos de Instagram siguen al América y un 3% al Cali.

Es así como el gran número de aficionados en las redes facilita que, en algunas situaciones, estas sean utilizadas por personas inescrupulosas para cometer delitos o difundir actos delincuenciales entre los seguidores de un equipo u otro. No obstante, como ya se señaló, estos medios sociales también han posibilitado el desarrollo de campañas en contra de la violencia, luego de lo cual se ha evidenciado una notable disminución de los actos violentos, encontrando salidas beneficiosas para los directos involucrados.

En este sentido, se identifican tres momentos significativos en el que se aportó, tanto por parte de instituciones como de una persona particular, al bienestar y el cambio para un fútbol en paz. En un principio, figuran los distintos videos y campañas promocionales del influencer ‘El negro está claro’, el cual es muy reconocido en el Valle del Cauca por su gran carisma, colaboración e interés por el pueblo, y en cuyo estilo de comunicación siempre busca una parte divertida y jocosa a las situaciones que se presentan. El 6 de junio de 2017 un grupo de hinchas de los equipos del Valle del Cauca se unieron para enviar un mensaje de fútbol en paz junto al influencer. Seguido a esto, el día 7 de junio de 2017 ‘El negro está claro’ realizó un video a favor del fútbol en paz en el que se puede ver al youtuber con camisa del Deportivo Cali, pasando por una cuadra llena de hinchas de la barra brava del América, quedando sorprendido por la reacción positiva de estas hinchas con él. Por último, el 14 de abril del 2018 el youtuber realizó un video en el que se le puede ver apreciar vistiendo camisa del América, y abordando una buseta de servicio público llena de hinchas del Cali, llevándose la sorpresa que estos iban en son de paz al estadio junto a él.

Tomando esto como referente, este proyecto se desarrollará en la ciudad de Santiago de Cali, Colombia, donde se ubican buena parte de los aficionados de los dos principales equipos de fútbol profesional de la ciudad: Cali y América; y donde se espera encontrar una mayor actividad comunicativa a través de las cuentas oficiales que promueven ambos equipos en las redes, [así como el rol de los medios en la narración de la violencia vinculada a las barras](#). El análisis se desarrollará sobre un corpus de datos tomados de los medios de comunicación que hagan referencia a las redes de los equipos y sus aficionados (noticias, reportajes, columnas de opinión), de los registros a los que sea posible acceder en las propias redes sociales del Cali y el América (Facebook, Instagram, Twitter), y de entrevistas semiestructuradas a aficionados, directivos y jugadores de ambas escuadras.

Se trata de analizar la manera en la que la utilización de las redes sociales abre un escenario de interacción de aficionados, líderes de barras organizadas, voceros oficiales y periodistas deportivos pueden provocar una posible influencia determinados valores, actitudes y comportamientos en las hinchadas los cuales se pueden caracterizar como resultado de la posible influencia de tales interacciones en las redes, e interpretar como componentes centrales del proceso de comunicación social más general del que hacen parte (formación

social, marco de referencia, agentes en las fases de emisión y percepción, producción y almacenamiento de contenidos, códigos, mensajes, referentes, medios y recursos, unidireccionalidad o bidireccionalidad del flujo de datos, tarifas y peajes), entre otras dimensiones pertinentes del proceso de comunicación digital involucrado.

Se analizará un corpus de datos no representativo estadísticamente, que hayan circulado en tales redes entre los años 2014 y 2019, de conformidad con una tipología que permita agrupar los datos deducida a partir de la naturaleza propia de cada red social y de la actividad de sus usuarios: los aficionados de los dos principales equipos de fútbol profesional de Santiago de Cali. Finalmente, se compararán los dos casos y se realizará una exploración de uso de las redes sociales (las cuentas oficiales, de barras populares y de aficionados de ambos equipos independientes), fundados en la evidencia empírica, útiles para la promoción de valores, actitudes y prácticas de convivencia y cultura deportiva entre los aficionados y las barras que integran.

1.1 Pregunta problema

A partir de los anteriores elementos conceptuales, metodológicos y propios del fenómeno comunicativo la pregunta de investigación que se propone es:

¿Cuál ha sido la posible influencia de la interacción en las redes sociales y su manera de narrar la violencia ,relacionadas con los equipos de fútbol profesional Cali y América entre 2014 y 2019, y cuáles son los parámetros de comparación entre ambos casos que puedan ser útiles para generar criterios de uso de tales redes que promuevan valores, actitudes y prácticas de convivencia y cultura deportiva posibles?.

1.2 Contexto

2. Justificación

Este estudio se hace para desarrollar un análisis referente a cuál es la probable influencia de las redes sociales en la actualidad sobre las hinchadas de los dos principales equipos de fútbol profesional de la ciudad de Cali, de modo que se puede contar con referentes actualizados relativos a una problemática recurrente que ha implicado un desafío para la convivencia en

la ciudad y el país. Dicha influencia se presenta como factor de intermediación de la gran rivalidad que existe entre los grupos contrapuestos. Si bien con esto no se está afirmando que a partir de este estudio deje de existir esa rivalidad, porque es inherente a la naturaleza del fenómeno deportivo y cultural, sí se puede explorar la posibilidad de fomentar valores, actitudes y comportamientos de respeto hacia los aficionados del equipo contrario y la competición deportiva misma.

En conversación con la profesora y periodista Lina Uribe, se discutió sobre la coyuntura actual del Covid-19 y cómo esta ha transformado la sociedad en diversos ámbitos, incluido el deporte, debido a que en los estadios no se ha permitido el ingreso de los hinchas. Sin embargo, en el caso hipotético que se retome la normalidad en los estadios, señala la docente, aún se continuarán presentando los actos de violencia tanto en los espacios físicos como en las redes sociales, dado que durante la coyuntura ninguna entidad gubernamental o miembros de las mismas barras han continuado los procesos de reflexión. En ese sentido, es pertinente la investigación y la creación de una estrategia de comunicación para analizar cómo las redes sociales permean todo en la actualidad y están al alcance de todos. Por esta razón, trabajar la comunicación para la convivencia puede resultar benéfico para la ciudad (L. Uribe, comunicación personal, 30 de octubre de 2020).

Dicho esto, los beneficios de este estudio se relacionan con la generación de nuevos análisis sobre el fenómeno del barrismo violento en las redes sociales en Cali, y con la proposición de nuevos criterios para la construcción de estrategias y métodos adecuados para fomentar una mejor relación entre los dos grupos o hinchadas, inicialmente a través de las mismas redes sociales, con los que se produzca mayor comprensión y respeto mutuo, para evitar más tragedias para las familias de los aficionados, para la ciudad y para los mismos equipos de fútbol. Así las cosas, por medio de esta investigación, se podrán realizar significativos aportes en cuanto a la identificación de las problemáticas sociales que se evidencian dentro del nicho cultural de los barristas del fútbol profesional, para caracterizar y prevenir actos violentos y promover el buen uso de las redes sociales.

3. Objetivos

3.1 General:

Caracterizar las interacciones y la narración en redes sociales de la violencia generada por barras, entre 2014 y 2019, para explorar la probable influencia de tales interacciones en valores, actitudes y comportamientos proclives a la violencia entre los seguidores de equipos de fútbol en Colombia.

3.2 Específicos:

1. Caracterizar un corpus de información extractada de redes sociales y medios de comunicación relativa a la interacción de dos barras de aficionados de ambos equipos de fútbol, entre los años 2014 y 2019.
2. Reflexionar sobre cómo la influencia de la interacción en redes sobre valores, actitudes y comportamientos beneficia o perjudica la convivencia entre los hinchas de las barras seleccionadas.
3. Explorar posibles usos alternativos de las redes sociales para la construcción de relaciones favorables a la convivencia entre ambas hinchadas mediante una propuesta dirigida a periodistas de la ciudad de Cali, teniendo en cuenta referentes similares de otras ciudades.

4. Antecedentes

Este es un estudio vinculado al análisis en las redes sociales de los equipos de fútbol de la ciudad de Cali y su impacto en valores, actitudes y comportamientos de los aficionados. En la búsqueda de antecedentes temáticos, problémicos y metodológicos se encontraron cuatro tendencias de investigación. En primera instancia, se muestra un recorrido por el proceso de las redes sociales en el tema mediático por su gran posicionamiento en el mercado social. Seguidamente, se pone de manifiesto un análisis de las distintas formas de interacción entre los equipos y su público. Después se identificó cómo los contenidos y las interacciones influyen en el razonamiento y actuar de los hinchas más apasionados (barras), entre los cuales hay notorios precedentes de luchas y batallas que han opacado en distintos momentos la belleza del deporte y derivados. Por último, se establece una respuesta o solución al cómo

por medio de la interacción social mediática se logrará un entendimiento, y un proceso por el cual estos hinchas que generan situaciones comprometedoras para la ciudad y el deporte mismo aparten reflexionen sobre esas diferencias y encuentren elementos útiles y persuasivos para conciliar una paz duradera entre barras que genere tranquilidad entre la población y una mejor atmósfera para el deporte.

4.1 Interacción en redes sociales

El trabajo de Domínguez (2010) es un referente importante para esta investigación porque realiza un análisis profundo de las redes sociales desde su definición, uso e influencia en la sociedad. El autor resalta conceptos como la interactividad, la multimedialidad, la personalización, la instantaneidad y la accesibilidad. Estos factores atributos permiten compartir entre los usuarios puntos de vista, aficiones, experiencias, deseos, miedos, emociones, y formar parte de determinada comunidad, los cuales son asuntos claves para la investigación propuesta debido a que se resalta la puesta en común de información alrededor de un equipo de fútbol. De allí, es fundamental resaltar que esta oportunidad de encontrar personas con aficiones similares da al usuario un sentimiento de querer compartir y comunicarse. Dentro de las conclusiones de esta investigación se encuentra que las relaciones dentro de estos espacios además de permitir reforzar la socialización habilitan una vía importante en términos educativos y pedagógicos gracias a través de estas herramientas multifuncionales.

A su vez, Cornejo y Tapia (2011) realizan un análisis de las relaciones interpersonales que se forman a partir de las innovaciones tecnológicas y resaltan los espacios de interacción que se forman entre sujetos a través de modos de comunicación como los chats, los foros, grupos de discusión, el correo electrónico, entre otros. Estas autoras también resaltan la formación de comunidades en torno a la afinidad de gustos, intereses para crear, mantener o reforzar vínculos con otros. Una aclaración pertinente que realizan estas autoras es que es la conexión entre los perfiles, y no estos en sí, lo que genera la red.

De manera similar, Vázquez y Cabero (2014) estudian la finalidad de las redes sociales, las cuales poseen una gran variedad de alternativas que sirven para la interacción entre usuarios, generando categorías con las que cada individuo se ve identificado o le interesan. Se busca

que se permita al usuario generar un sentido de pertenencia más fuerte respecto de sus distintos gustos. Las redes hacen parte de la formación y educación de los individuos encontrando un sin fin de situaciones que pueden generar controversias en la sociedad. Una idea principal es que hoy las redes sociales intervienen en la mediatización social. Las organizaciones generan posibilidades prácticas de auto representación en sus sitios de Facebook, Instagram o YouTube. Si bien estas redes son también otro campo de batalla comunicacional, la expresión pública popular tiene en estas opciones una posibilidad de voz propia que no pasa por el tamiz de la industria cultural masiva. Dentro de este contexto, en el conjunto de las cuentas oficiales o no oficiales en redes sociales de los equipos de la ciudad de Cali se genera controversia respecto a los aficionados, creando distintas condiciones que pueden generar discusiones o problemas tanto virtuales como presenciales.

En términos metodológicos, un antecedente importante es el de Kuz et al. (2016) en el que se realiza una exposición de un caso práctico de un análisis en redes sociales. En este estudio se tuvo como marco la información que ya se mencionó en este apartado de Vázquez y Cabrero (2014), Cornejo y Tapia (2011) y Dominguez (2010) sobre las redes sociales como nuevos modos de socialización, como una realidad dinámica y cómo analizar sus patrones de interacción en línea. Dentro de lo que señalan los autores de esta investigación realizada en un contexto educativo en Argentina, los datos deben recolectarse y entrar en un proceso de contraste entre métodos como la observación, cuestionarios, encuestas o métodos etnográficos. Esto será un aporte a considerar para el diseño metodológico de modo que se enriquezca la investigación propuesta.

4.2 Valores, actitudes y comportamientos en las redes sociales

Aunque los referentes recolectados hasta el momento reconocen que la interacción en las redes sociales y los nuevos espacios de socialización, se hace necesaria una revisión de estudios enfocados a cómo los valores, las actitudes y los comportamientos en las redes sociales. García (2013) se interesa por conocer qué influencias están teniendo las redes sociales en los jóvenes para las distintas acciones sociales colectivas, percepciones sobre fuentes de integración global, conductas de desarrollo, entre otros elementos que generan las relaciones sociales y cómo estas se desarrollan a través de su uso. Estos factores de

interacción social moderna hacen parte importante y son un factor primario en el tipo de sentido que generan las distintas barras en sus interacciones por medio de redes. Este artículo busca, por su parte, aportar una nueva visión para describir la realidad del ciberactivismo ciudadano de los jóvenes universitarios y las posibilidades que ofrecen las redes sociales como vía para la participación social activa y comprometida de este grupo social. Se trata de ver si la participación en actividades sociales, cívicas y/o políticas de la vida real en la que viven a diario los jóvenes se presenta como una consecuencia de la implicación en las redes sociales o si las redes sociales han reforzado conductas ya existentes.

Esta pregunta reviste interés para la presente investigación en tanto se basa en una teoría sobre los efectos de los medios de masas, específicamente el estudio de Lazarsfeld, Berelson y Gaudet (1940) sobre el flujo en dos etapas del proceso de comunicación con la inclusión del líder de opinión entre los mensajes mediáticos y los públicos o seguidores. En el universo de las redes ese “líder de opinión” puede fragmentarse en múltiples voces e intencionalidades comunicativas inclusive contrapuestas, y la originaria función persuasiva e unívoca representativa de un interés político o mercantil particular quedaría a merced de la variabilidad de intereses y tendencias emocionales de los disímiles agentes que coyunturalmente pasen a ocupar la fase de emisión dentro del proceso de comunicación vía redes sociales.

Por otro lado, Gómez, Paniagua y Farías (2015) realizaron una investigación sobre la influencia que se encuentra frente a las diferentes publicaciones de las redes sociales y la interacción que se encuentra en la televisión en cuestiones generales sobre el consumo de los españoles. Se encontró que mucha de la información que se consumía no era necesariamente algo de interés fuerte, sino algo orientado al entretenimiento, y esto repercutió mucho en la relación con las redes sociales. Por lo tanto, lo que estaba en tendencia solía ser aquello que más se veía, como el superclásico que acapara todo el *prime time* en televisión y es además un espacio importante en el debate en redes.

Una línea de investigación tomada desarrollada por Cuentas (2020) son analiza los efectos de las *fake news* en los comportamientos de las personas, y aunque no tiene estrecha relación con la investigación que se propone en este estudio, sí aporta a la comprensión del potencial de transmisión de sentimientos y formas de actuar por medio de la información que circula

en los canales no oficiales de información como lo son las redes sociales. Además, es importante comentar que este estudio es reciente y toma en cuenta el contexto de confinamiento por la emergencia sanitaria por el Covid-19 y cómo esto les dio gran importancia a canales como las redes sociales.

4.3 Fenómeno de las barras bravas

La investigación de Gómez (2011) presenta una mirada pertinente para conceptualizar el concepto de ‘barra’ y quiénes la integran. Este autor explica que las barras del fútbol cuentan con gran variedad de sentimientos, los cuales constituyen un símbolo en común: seguir y apoyar siempre y a como dé lugar el equipo que verdaderamente se ama. Otra característica de los participantes de estos grupos es que cuentan con diversos elementos que permiten su posicionamiento y su prestigio frente a otras barras subalternas del mismo equipo o contrarias. El estudio fue enfocado en las barras de la ciudad de Bogotá entre las que se encuentra Comandos Azules No 13, Guardia Albiroja Sur, Los del Sur y Disturbio Rojo, siendo esta última una de las barras más fuertes del América de Cali.

Con la aparición de las redes sociales en la sociedad se han generado distintos métodos, formas y actitudes mediante las cuales las barras interfieren de manera eficaz y oportuna en cualquier red social creando un ambiente virtual tenso el cual se transforma en violencia física a la hora de los encuentros cara a cara en los escenarios deportivos y en ciertos espacios urbanos.

Hasta hace una década, la violencia se generaba de manera directa en ambientes deportivos como el estadio, pero con las nuevas tecnologías, los medios son un camino por el cual se generan sentimientos y se puede llegar a los lugares de encuentro, en las calles, de manera más fácil. Sin embargo, este medio a su vez es el medio por el cual muchas campañas de paz, han promovido los distintos procesos por los que se puede mejorar este tipo de convivencia. El estudio propuesto se entrelaza con el trabajo de Gómez (2011) en cuanto la posibilidad de que las redes sociales se utilicen como un equivalente del precalentamiento de los jugadores antes del juego, es decir, antes del enfrentamiento. Esto da lugar a una equivalencia relacionada, dada la posibilidad de que los grupos de aficionados desarrollen una especie de proyección – identificación con los jugadores profesionales y con la competitividad feroz y relativamente violenta entre ellos observada en el campo de juego.

El jugador profesional, proveniente en la mayoría de casos de sectores populares como muchos de los barristas y encarnación del éxito negado a las mayorías, es investido de ciertos atributos que el hincha furibundo asume como propios en las redes y luego, según la intensidad de la experiencia de confrontación, en los espacios reales del estadio y las calles. Bateson et al. (1981) desarrollan una serie de análisis con base en el psicoanálisis como parte de la tarea de sentar las bases de lo que se conoce desde los años de 1960 como la “nueva comunicación”; una tendencia paradigmática en el estudio de la comunicación como interacción simbólica que permitió conocer los fundamentos de la personalidad que están en la base del comportamiento comunicativo interpersonal y social.

4.4 Comunicación para la convivencia en el deporte

Para este proyecto de investigación es imprescindible realizar una revisión de las estrategias que se han realizado desde diversas instituciones que han utilizado los medios de comunicación para generar paz y convivencia, sobre todo si se trata de iniciativas asociadas al fútbol y los grupos de barras bravas. La experiencia retratada por Reyes (2018) es significativa porque se trata del uso de Facebook de parte del equipo “Liga de Quito” y su hinchada “Muerte Blanca” para hacer una campaña que intentara erradicar la violencia en los estadios. Uno de los aportes más importantes es la necesidad de realizar un estudio previo del público al cual se dirigirá la propuesta para saber qué estrategias utilizar y tener buenos resultados, además de revisar el comportamiento de los hinchas en las cuentas institucionales del equipo cuando se realizan publicaciones que buscan promover la paz y el respeto en el fútbol.

Por otro lado, es importante destacar lo mencionado por Casas (2007) que busca generar una teorización de cómo la comunicación aporta a procesos de búsqueda de consensos y así lograr la convivencia. Esta autora destaca que la tolerancia y el conflicto son coexistentes en espacios de actividad política en la que se está constantemente en una construcción de vida en común en la que chocan intereses y perspectivas individuales. Y así, la comunicación ayuda a recuperar la convivencia sin tener que recurrir a la supresión de la mirada de alguna de las partes. Aunque es un referente que carece de conexión directa con el fútbol, es preciso reconocer el peso que puede llegar a tener la comunicación en dinámicas sociales conflictivas.

Otro trabajo en el que la comunicación es usada como estrategia para generar convivencia es la que expone Sivickas (2002). Se trata del programa Cultura Cívica, que tiene como objetivo transformar ciertas actitudes cívicas de los ciudadanos de Bogotá relacionadas con el comportamiento en las calles. Eran campañas que buscaban generar hábitos encaminados al cuidado de lo público y la sana convivencia desde el mismo convencimiento de la persona para adherirse a la norma. La estrategia comunicativa utilizada para transmitirlo se puede categorizar en tres vertientes: la comunicación interpersonal (diálogo), la comunicación masiva y la comunicación como comportamiento. En todo esto se encuentra que los medios de comunicación tienen un gran potencial para la difusión de mensajes, aunque en este se hablaba de los tradicionales que conlleva a una influencia, según el autor, sutil y limitada dentro del comportamiento de las personas, por lo cual es una oportunidad de comparación con el uso de redes sociales y la influencia que pueden tener, que es la siguiente categoría por estudiar.

4.5 Influencia en las redes sociales

En conversación personal con Adriana Rodríguez, docente de Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana de Cali afirma que, en los últimos años se ha ubicado una tendencia, por la investigación de la influencia de las redes, específicamente los efectos sobre las audiencias. En los cuales se han identificado efectos de muchos tipos, desde aspectos y procesos de adicción por el consumo de las redes sociales. De igual manera, algunos trabajos se han dedicado a investigar la relación entre la imagen corporal y los mensajes que aparecen en las redes. Por otra parte, algunos estudios se han enfocado en los temas que abarcan las agendas y la opinión pública, como algunos temas que circulan por las redes sociales, puede llegar a incidir en los climas de opinión de las personas sobre algún suceso determinado. Sin embargo, también señala que la influencia de las redes sociales es un tema bastante complejo que ha sido estudiado desde perspectivas y disciplinas tan distintas como la psicología, sociología, antropología y comunicación, entre otras. Sin embargo, en el momento nos exigen datos concluyentes sobre la influencia de las redes sociales. (A. Rodríguez, comunicación personal, 30 de octubre de 2020).

El trabajo de revisión documental de Uribe (2020) es una demostración de esta convergencia entre saberes que explican los dinamismos de las barras bravas y también cómo son

influenciadas por medios de comunicación y las redes sociales. Este autor presenta otras investigaciones que tienen una perspectiva etiológica (García, 2003; Uribe, 2013) que encuentran que la influencia social es un factor determinante.

Desde la perspectiva sociológica y antropológica se encuentra en Dunning et al. (1996) que la violencia entre barras se relaciona con la lucha de clases y contextos en los que la figura juvenil tiene gran importancia en los espacios de socialización.

Por otro lado, Palacio y Ruiz (2004), revisan el uso de los símbolos como elementos primordiales para estos procesos que abarcan identidades sumamente fuertes y consolidadas. Entonces, después de este recorrido de revisión, Uribe (2020) encuentra que la perspectiva de la masa psicológica era poco explorada para explicar el fenómeno de las barras bravas y explicar la manera en que se generaba la influencia.

Pero retomando el punto central de la influencia de las redes sociales, Herreros (2009) reconoce que dentro de la gama de formas de comunicar medios como Facebook e Instagram son centrales en términos de consumo y, por ende, constituyen nuevas formas consideradas para ejercer la persuasión. Estos medios facilitan asuntos como la intervención ya que son contenidos que se basan en la interactividad y en la inmediatez. Sin embargo, como en Garrigós et al. (2020) y García (2013), esta influencia de las redes sociales en el comportamiento ha sido estudiada mayoritariamente en entornos educativos para evaluar cómo se pueden generar espacios para mejorar la experiencia formativa de los estudiantes.

Finalmente, en este capítulo de antecedentes se presenta una recolección de la síntesis de algunas iniciativas que tienen relación con el proyecto porque han tenido como objetivo generar convivencia entre barras de equipos de fútbol en Colombia.

Tabla 1. *Algunas estrategias para promoción de convivencia entre barras de equipos de fútbol desarrolladas en Colombia.*

Nombre y gestor	Participantes	Símbolos barristas	Estrategia	Contenidos o mensajes
Goles en Paz 2.0 (Bogotá) (Gobierno de Colombia, 2020)	-Comandos azules Distrito Capital -Blue Rain -La Guardia Albi Roja Sur -Los Del Sur -Disturbio Rojo	-Trapos -Murales -Banderas -Cánticos	Principios orientadores: -Unidad -Respeto -Tolerancia Compromisos: -Buen comportamiento fuera y dentro de los escenarios deportivos -Suministrar información pertinente a las autoridades -Erradicar el consumo de sustancias psicoactivas Protocolos: -Aumentar las actividades prácticas y lúdicas que promuevan la convivencia -Prohibir la estigmatización de los barristas en los medios, cambiando el término “barras bravas” a “barras de fútbol”	Goles en Paz Las mujeres también meten goles
Más Fútbol Más Vida Alcaldía de Bogotá, liderada por el Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal (IDPAC), (Gobierno de Colombia,	-Comandos azules Distrito Capital -Blue Rain -La Guardia Albi Roja Sur -Los Del Sur -Disturbio Rojo	-Estadio -Trapos -Banderas -Cánticos	Principios orientadores: -Respeto -Tolerancia -Convivencia Distribución de piezas comunicativas en el estadio, entorno y localidades con mensajes relacionados con el respeto y la diversidad. Planes de acción local	Más Fútbol Más Vida Juego limpio #YoParticipo ‘Hincha 10’

2019)			<p>Formación y asesoría técnica “Equipo barras futboleras gerencia de juventud-IDPAC”</p> <p>Formación para los barristas en 15 líneas ofertadas por la Gerencia de Escuela de la Participación</p> <p>"Hincha 10", un personaje que representa el amor por el fútbol, la amistad y la fuerza para alentar a un equipo</p>	
Barras Fieles (Concejo de Medellín, 2010)	-Los del Sur -Chatarrerox	-Cánticos -Trapos -Escudo del equipo	<p>Principios: -Respeto -Convivencia ciudadana</p> <p>Crear una mesa permanente de trabajo académico e interinstitucional, que se incluya en la comisión de convivencia en el fútbol, que estudie y haga seguimiento al problema de las denominadas “Barras Bravas” y a las estrategias para controlarlo.</p> <p>2. Diseñar estrategias comunicacionales para promover el cambio del nombre “Barras bravas” por el de “Barras Fieles”, con el fin de acabar con la connotación negativa del término</p> <p>3. Promover a través del INDER la práctica de programas que incentiven la convivencia ciudadana y tolerancia en las actividades deportivas, especialmente en el fútbol, al interior de las</p>	Barras Fieles

			instituciones educativas. 4. Diseñar mecanismos de acción conjunta entre las instituciones públicas y privadas para implementar las acciones consignadas en los siguientes aspectos:	
--	--	--	---	--

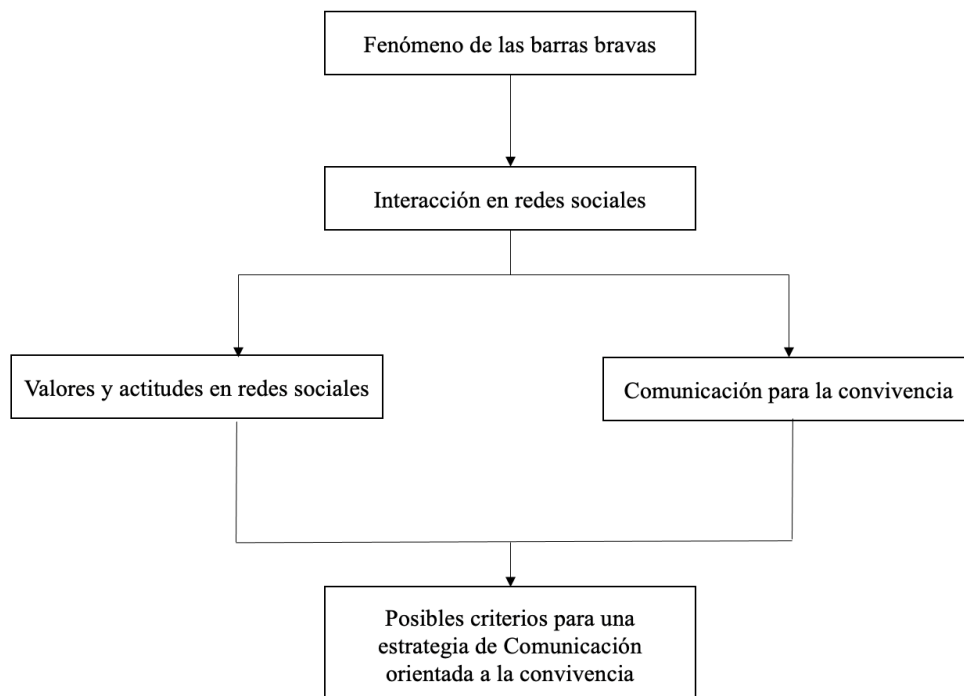
Fuente: elaboración propia, basada en las siguientes fuentes institucionales: Gobierno de Colombia (2020); Alcaldía de Bogotá, Instituto Distrital de la Participación y Acción Comunal (IDPAC), Gobierno de Colombia (2019); Concejo de Medellín (2010).

5. Marco teórico

Este estudio obedece a una lógica deductiva de corte cualitativo. Esto se entiende desde los aportes de Orozco y González (2011), los cuales afirman que se trata de un tipo de investigación que parte de una revisión teórica que permitirá tener claras determinadas categorías de análisis para ser contrastadas en la recolección de datos acerca de la temática seleccionada. Es importante para este estudio asumir algunos conceptos relacionados con la problemática que contribuyen a una mejor comprensión del tema, así como a la conformación de la necesaria estructura teórica.

Por medio del siguiente esquema será posible evidenciar el orden mediante el cual se desarrollarán los conceptos estudiados a lo largo del texto.

Figura 1. *Árbol de categorías.*



Fuente: elaboración propia.

5.1 El fenómeno de las barras bravas

Dentro de la revisión documental de Uribe (2020) se encuentra una característica pertinente sobre las barras bravas enmarcados en la psicología de masas desde los aportes de Le Bon (1895) y Freud (1921), que es importante al momento de conceptualizar este fenómeno social. La primera cuestión que se encuentra es la necesidad de un líder que conduce el comportamiento de un rebaño obediente. Entonces se trata de una persona que acumula mucho poder y que para la masa representa la anulación de su capacidad de crítica. Sin embargo, es interesante rescatar que en investigaciones recientes se hace énfasis en que por más pasión y ferviente deseo de defender un determinado equipo, se encuentra una estructura organizativa, una territorialidad marcada y con unos símbolos definidos (Herrera, 2020).

Todo el fenómeno de las barras bravas ha sido estudiado desde diversos lugares y diferentes perspectivas. Los procesos de transculturación han sido muy importantes para entender que las barras bravas han trascendido fronteras. Se reconoce que el inicio está en el contexto de Europa, en el que las barras eran denominadas *ultras* en Italia y *hoolingas* en Reino Unido,

dos términos que se referían de manera específica a hinchas que hacían desmanes y actos vandálicos. En el contexto de América Latina, uno de los referentes más pertinentes y con mayor influencia de este fenómeno ya que son los que marcan la hegemonía en cuanto a las acciones y disposición a la lucha de las barras. Son conocidos por alentar a sus equipos al delirio y luego tomar las calles para atacar a quienes consideran sus enemigos, es decir, aquellos que visten una camiseta diferente a la de su equipo y han causado grandes efectos en el orden público (Gómez, 2011).

Gómez (2011) reconoce a las barras como “asociaciones de individuos determinados por la pasión y el gusto por el fútbol que asumen la forma de comunidades de tipo emotivo” (p.57) y están compuestas en su mayoría (96%) por jóvenes entre los 14 y 26 años de edad, en el caso de Colombia. Herrera (2020) menciona algo importante y es que lo que diferencia a los integrantes de la barra de un aficionado es que el segundo los aficionados regulares es que éstos últimos declaran que son partidarios de un equipo, pero los primeros conforman un tipo de organización con presencia pública, bases estatutarias y deberes y derechos.

Sin embargo, no hay que olvidar que la violencia es determinante en la definición de esta categoría. Gómez (2011) atribuye como factores de violencia en este tipo de escenarios el hecho de que dentro de los barristas, al menos en la sociedad colombiana, se encuentran historias de vida asociadas con la exclusión social, política y cultural juvenil. Dicho esto, este autor trae a colación un estudio realizado por la Personería de Bogotá (2011) en el que se señala: “el 60 % de 272 jóvenes entrevistados no tiene trabajo, el 25 % no cuenta con servicios de salud y el 63 % se sienten discriminados” (párr. 6). A esto se le suma que hay una estrecha relación con el consumo de alcohol y sustancias psicoactivas, y como se mencionó desde los aportes de Freud (1921) y Le Bon (1895), la masa hace que un individuo se despreocupe por su comportamiento. Así, todos estos tienen un efecto catalizador en procesos que hacen que una pasión por un equipo de fútbol se torne en escenarios lamentables para la ciudadanía.

Castro y Arcos (2021) identifican que dentro de las barras bravas los hinchas utilizan canciones, aplausos y cantos para alentar a sus equipos por los que declaran una pasión ferviente, pero también estos escenarios de defender sus defensas de los ideales no sólo se dan durante el partido y mucho menos se desarrollan solo en el estadio. Las calles son otros espacios que son utilizados por estas personas que defienden los colores de su escudo y

emblemas. Es así cómo se constituyen los rituales que se entiende como “una serie de acciones repetitivas y habituales de un alto valor simbólico” (p. 39) . Por esto, se puede entender cómo las camisetas, las frases que cantan, los movimientos que realizan, el papel y las banderas son elementos trascendentales que deben ser considerados para cualquier tipo de intervención que se quiera realizar con este tipo de comunidades.

5.2 Interacción en redes sociales

En términos de socialización se comprende que las redes sociales son “espacios de sociabilidad, generan y refuerzan relaciones de unos con otros” (García, 2010, p. 113). Los usuarios se conectan entre sí, por categorías de gusto común lo cual genera grupos o elementos de gran valor para los usuarios en donde su interacción es constante y más cercana frente a lo que al usuario le interese. El *engagement* es un término que se refiere al grado de interacción que consigue una cuenta con sus seguidores en las redes sociales. Mide el número de ‘me gustas’, compartidos o comentarios que se producen en las publicaciones. Es una manera de medir el éxito o el fracaso de una estrategia de redes sociales. A mayor *engagement*, mayor éxito habrá conseguido el gestor de comunidades de esa cuenta, ya que la interacción con los “fans” será mayor. Reyes (2018) señala que en cuanto a la interacción de un equipo de fútbol con su barra brava por medio de redes sociales puede ser un poco complicado por el hecho de que los perfiles están de manera anónima y generalmente el contacto se hace con un líder por el cual toda la información se canaliza.

Así pues, hoy las redes sociales intervienen en la mediatización social. Hacerse ver ya no implica necesariamente pasar por los medios de comunicación tradicionales. Como se dijo, las organizaciones se dan formas de autorrepresentación en sus sitios de Facebook, Instagram o YouTube. Si bien estas redes son también otro campo de batalla comunicacional, la expresión pública popular tiene en estas opciones una posibilidad de voz propia que no pasa por el filtro de la industria cultural masiva. Entonces, la interactividad que se da abre posibilidades, tanto negativas como positivas, de crear cambios de conducta, promover valores y actitudes, entre otras cuestiones (Domínguez, 2010). En el caso de las cuentas oficiales o no oficiales de los equipos de la ciudad de Cali, estas generan controversia frente

a sus aficionados, creando distintas acciones que puedan generar discusiones o problemas tanto virtuales como presenciales.

Primo (2007) sostiene que el centro de toda esta actividad es el intercambio de mensajes entre usuarios que se encuentran bajo un contexto determinado y terminan estableciendo un colectivo entre los interlocutores. Es importante mencionar que estos espacios también están encaminados a la interconexión y la producción de significados, propio de la perspectiva de Castells (2012) sobre la sociedad de la información. Se construyen puentes entre personas con intereses y aficiones afines, que no se ven delimitados por una cercanía física.

En el caso de particular de Instagram y Twitter, las redes sociales que se van a considerar para esta investigación, se encuentran que son dos plataformas que permiten la producción de contenido de parte de los usuarios de diferentes maneras. En la primera red social, se destaca el uso de la imagen o fotografías acompañado de un texto cuya forma de interacción con otros usuarios es con “me gusta”, los comentarios o compartir la información. Mientras tanto, en Twitter se concede mayor relevancia a los textos que deben ser de máximo 280 caracteres, aunque recientemente se implementó una actualización en la que se pueden grabar 140 segundos de audio y crear un tuit con ese contenido (El Financiero, 2020). Finalmente, un punto en común en estas plataformas es el uso de *hashtags* que funciona tanto para el usuario productor como para el que consume, ya que se trata de palabras claves para identificar una categoría de interés, de manera que es una forma de llegar a las personas adecuadas y también al contenido que se desee, de manera que será de gran utilidad en el desarrollo de esta investigación.

5.3 Valores, actitudes y comportamientos en redes sociales

Un ejemplo que precede el ámbito digital de redes sociales es la investigación de Pachecho (2000) quien ha examinado la influencia de los medios masivos de comunicación en las conductas de las barras de fútbol, y concluye que algunos medios, como la radio, y lo que ahora se conoce como las redes sociales pueden promover la violencia, sin embargo, es a su vez la metodología o medio por el cual también se puede evitar, eso sí llevado de la mano de una entidad fuerte que apoye y colabore con el proceso.

En espacios como las redes sociales, los valores, actitudes y comportamientos son el punto de partida para comprender y crear la influencia en redes sociales. Gallego (2011) encuentra que la actitud de una persona en la red no solo se queda en su individualidad, sino que puede tener alcances más allá incluso de su círculo más cercano como la familia, los amigos y los vecinos ya que la información trasciende fronteras y puede llegar a tener un alcance global. A su vez, las prácticas o comportamientos que se tengan pueden alentar consecuencias en el plano de la socialización de manera *offline*, siendo esto una consideración importante en cuanto a que ya se trata depende de los valores y objetivos de la persona si los efectos se tornan positivos o negativos en la sociedad.

Los tres elementos de esta categoría son los que estructuran la participación en los aportes que hace cada usuario en la red social, que está estrechamente relacionado con los modos de interacción y creación de contenido. Cada persona dispone de una gama de herramientas a su disposición para así tener en sí una actitud creativa o destructiva para que una acción individual pase a una perspectiva puesta en común o de manera colectiva (Gallego, 2011).

5.4 Influencia en las redes sociales

Las redes sociales se constituyen como espacios de interacción en los que se crean comunidades alrededor de temas, personalidad y asuntos específicos que terminan determinando ciertas comunidades. Según Cordero y LaHuerta (2018) el acceso global a la información de manera rápida es la primera característica que da a estos medios la capacidad de influencia sobre el comportamiento de otros usuarios. Las estructuras de las redes sociales sean digitales o no, se pueden explicar en la conexión entre individuos que son entendidos como nodos que se unen a otros por relaciones (líneas), de tal manera que se identifica con la teoría de grafos (Euler, 1736).

También se encuentra la teoría de Lazarsfeld, Berelson y Gaudet (1940) que describe que para que una información sea pertinente a nivel social y tenga la pertinencia social que se desea, se despliega en dos momentos, inicialmente en un líder de opinión cuya voz se fragmenta en diversos actores que tienen determinados intereses políticos, económicos, culturales y sociales. Es importante señalar que esto responde a la descripción de un modelo de comunicación difusionista, que en el caso de las barras bravas debe ser evaluado con

atención dado el hecho de que generalmente existen jerarquías y la masa obedece a lo que determine su líder.

Un factor que ha dado las redes sociales para entablar estos procesos de influencia es que las tecnologías se han transformado hasta llegar a dispositivos móviles con acceso a internet, logrando así que el contacto con los espacios de interactividad sea de manera constante e incluso se constituya como parte de la nueva cotidianidad (Serrano,2013). Se trata de una cultura de la hiperconectividad. Es un nuevo sistema en el que no es solo la información y la comunicación, sino que se lleva al aprendizaje y el conocimiento, e incluso al empoderamiento y la participación (Reig, 2013). Así, estos últimos apuntes revelan que estos espacios pueden ser un espacio aprovechable para cuestiones en pro de construir sociedad, como se explicará en la siguiente categoría.

5.5 Comunicación para la convivencia

En esta categoría se hace especial énfasis en que la comunicación facilita procesos de consensos y es de vital importancia para generar espacios en los que se tenga como objetivo disminuir episodios de violencia y vulneración de los derechos humanos. Teniendo esto en cuenta, para esta investigación resultan pertinentes los aportes de Toro (2015), una autora que señala que la comunicación es el punto de partida para los procesos de transformación social ya que los mensajes además de brindar un conocimiento, educar y formar, también permite generar lazos y relacionamiento basado en la confianza y solidaridad. Por otro lado, las redes sociales, como se mencionó en la categoría de interacción, permiten tener experiencias de diálogo de manera horizontal dado que los usuarios individualmente pueden realizar sus locuciones, facilitando el intercambio de perspectivas y la puesta en común de intereses.

Dentro de lo que menciona Toro (2015) hay una aproximación teórica muy valiosa para esta investigación ya que esta autora busca explicar un modelo que integre lo básico para utilizar la comunicación para construir paz y convivencia. Dentro de los principios encuentra la conciencia como un elemento clave para que los actores involucrados puedan asumir roles como observadores pensantes de lo que sucede de manera individual y también en su entorno; el conocimiento como base para tener un buen ejercicio de la comprensión de la realidad y

la vida; el cambio para generar transformación inicialmente de manera individual para después aportar al desarrollo colectivo y sostenible, y por último el compromiso de saber que el comportamiento de cada quien se impacta dentro del conjunto de las otras personas.

Aquí es importante retomar a la autora Casas (2007) que fue mencionada en el capítulo de antecedentes y, quien apoyada en postulados de Habermas (1989), se refiere a una crisis del hombre postmoderno el cual por procesos de industrialización y acelerados procesos de dominio social y sumisión han producido conflictos dado que necesitan reivindicar su posición y levantarse ante el domador. En otras palabras, esto se torna en una problemática asociada a la democracia y búsqueda de consensos. La posibilidad de comunicación es elemental para tener la capacidad de resolver conflictos por el gran potencial de persuasión y construcción de la vida en común.

Por otra parte, Toro y Bernández (2001) identifican que un concepto clave para hablar de la construcción de convivencia por medio de la comunicación es la autoafirmación; entendida como “la expresión de un sentido propio, que se espera sea reconocido y validado por otro. Le permite a mi sentido, convivir y pervivir entre otros sentidos dentro del universo simbólico” (p. 8). Así, para que cada grupo sea validado en sociedad deben existir espacios de conversación para la colectivización de comprensiones sociales en pro de facilitar procesos de participación. No obstante, hay que resaltar dos puntos que estos autores mencionan y es que para que los proyectos de comunicación funcionen tiene que tenerse debe disponerse de un proyecto de respaldo; es decir, “La comunicación no se define por los medios que usa, sino por el sentido del proyecto que busca comunicar y movilizar” (Toro y Bernández, 2001, p.14). Por esto, la organización de una estrategia de comunicación para la resolución de un conflicto es fundamental puesto que esto permite dar a conocer y dejar por sentado reglas para ceder y recibir concesiones; también reconocer la diferencia entre iguales por medio del respeto para, finalmente, llegar a soluciones equilibradas y tener resultados que se esperan sean permanentes.

Con ocasión del acuerdo de paz entre la guerrilla de las FARC y el gobierno de Colombia, distintos colectivos de periodistas de Colombia sintieron la necesidad de generar protocolos de comunicación que favorecieron el objetivo de salvaguardar los acuerdos y propender por la construcción de un país en paz. “Pistas para narrar la paz” fue el resultado del trabajo

periodístico de varios profesionales donde se destaca el papel de la comunicación en la construcción de paz. En ese texto podemos encontrar elementos fundamentales en relación al rol de los medios:

-“Una de las facetas necesarias de cara a preparar el terreno para el posconflicto y la construcción de una paz sostenible, es la comunicación”(Consejo de redacción, 2014).

-“Los periodistas tienen un papel histórico al traducir las guerras en sus tránsitos hacia la reconciliación”(2014).

Este documento nos muestra la importancia que señala una ruta posible para la narración de la violencia pero también de responsabilidad mediática en la construcción de escenarios de paz

6. Contexto:

En América Latina, las barras bravas surgieron en primera instancia en países como Argentina y Brasil y luego se esparcieron por el resto del continente. Las primeras barras que se organizaron en Colombia fueron “Blue Rain”, de la cual surgen los “Comandos Azules Distrito 13”, para el equipo capitalino de Millonarios FC, y la barra de la “Putería Roja”, la cual se convirtió en “Rexistencia Norte”, para el equipo del Independiente Medellín (Reyes, 2018).

El surgimiento de barras de fútbol en ciudades como Bogotá, Medellín y Cali ha estado acompañado por una gran cantidad de episodios de vandalismo, riñas, atentados, asesinatos, protestas en defensa del imaginario conceptual y territorial de estos jóvenes respecto de sus equipos. Por tal motivo, a inicios de la pasada década se comenzaron a gestionar proyectos de ley para mejorar la convivencia entre los miembros de las barras. En ciudades como Medellín y Bogotá, ya se ha podido evidenciar los resultados de estos proyectos de convivencia-

Teniendo en cuenta lo acontecido en las otras ciudades donde el problema entre las hinchadas es más fuerte y notorio, como Bogotá que cuenta con varias barras de diferentes equipos del

país; y Medellín donde las barras se caracterizan por un sentimiento muy profundo que permea más allá del mismo fútbol; con el apoyo de las alcaldías de estas capitales, y visibilizando el problema de las barras como un problema estructural, se pudo encontrar una forma de generar la convivencia entre estas, no solo en el estadio, sino fuera de estos escenarios.

En Bogotá se tuvo conversación con seis grandes barras caracterizadas como las principales y más grandes, que engloba diferentes equipos y con estas se pudo hacer un censo pertinente para mostrar el modo en el cual las personas que hacen parte de estos colectivos ven el fútbol y lo disfrutan, de ahí poder entender el comportamiento que se desliga del fútbol y se comienza a tornar violento. Además, desde la alcaldía de Bogotá se pudo llegar a ciertos acuerdos y compromisos por todos los involucrados, entre estas se establecieron un protocolo de convivencia entre las barras, una campaña de educación y cultura, un fortalecimiento de las actividades recreativas y deportivas para todos los colectivos que hacen parte y la identificación de los problemas y los actores (Concejo de Bogotá, 2017).

En Medellín, en el Acuerdo 078 de 2010 se hicieron presentes más actores, rescatando de que no es un problema únicamente de aquellos que hacen parte de las barras, sino que también entendieron que la comunidad, los ciudadanos, la academia y el gobierno hacía parte del problema. Es por ello que se logra una identificación de los actores que pueden contribuir al fortalecimiento de espacios de paz, incluye además parte de la idiosincrasia de los paisas que está enmarcada en el orgullo de ser parte y así entonces se puede construir un proceso de disfrutar estas actividades de ocio en paz y en conjunto con aquellos que se creen hacen parte de la misma idea de Medellín como un colectivo. Entendiendo que todos tienen una responsabilidad compartida incluyendo a las autoridades y a los equipos de fútbol (Concejo de Medellín, 2010).

En el caso de Cali, ciudad en la que se planea realizar este proyecto de investigación, en el 2018 se hizo el anuncio de la creación de una mesa departamental de barrismo social. Dentro de la negociación que se piensa empezar a realizar, espera iniciar, los líderes de las barras bravas accedieron a cooperar al llamado por parte de la gobernación. Esta institución quiere realizar un proceso en el que se haga énfasis en la construcción de ciudadanos y brindar

oportunidades de formación a los jóvenes para que impulsen sus propios proyectos de vida como los emprendimientos, arte y cultura (90 Minutos, 2018).

También es importante señalar dos acciones en las que las barras bravas de la ciudad han colaborado para aportar a la sociedad; como el pacto que hubo dentro de las barras, no solo de Cali, durante el reciente marco coyuntural la reciente coyuntura del paro nacional (abril, mayo y junio de 2021), cuando estos grupos unieron su voz para manifestarse dentro de las movilizaciones que hubo en el país. Por otro lado, en el mes de abril del 2021 se hizo, por medio de esfuerzos reunidos entre el Frente Radical Verde y Barón Rojo Sur, la instauración se instalaron comedores comunitarios en dos zonas de la ciudad (W Radio, 2021). Dicho esto, el diseño metodológico que será presentado a continuación será precisamente para seguir explorando estas estrategias de convivencia que han empezado a evolucionar en la ciudad, pero considerando que son de gran magnitud y que se relacionan con problemáticas estructurales de la sociedad, deben ser revisadas en mayor detalle y, claro está, desde el ámbito de comunicación que como se mencionó puede ser la clave para la generación de consenso.

7. Metodología

Este estudio obedece a una lógica deductiva de corte cualitativo. Esto se entiende desde los aportes de Orozco y González (2011), los cuales afirman que se trata de un tipo de investigación que parte de una revisión teórica que permitirá tener claras determinadas categorías de análisis para ser contrastadas en la recolección de datos acerca de la temática seleccionada. Es importante para este estudio asumir algunos conceptos relacionados con la problemática que contribuyen a una mejor comprensión del tema, así como a la conformación de la necesaria estructura teórica.

Un estudio vinculado al análisis en las redes sociales Instagram y Twitter de los aficionados de barras de equipos de fútbol profesional de la ciudad de Cali y su posible impacto en valores, actitudes y comportamientos de los aficionados. La lógica obedece a una investigación cualitativa y un procedimiento deductivo en el que se partirá del marco teórico ya presentado con las cuatro categorías de análisis que se complementará con la información de las redes sociales para, finalmente, explorar cuáles son los criterios que deben ser tenido en cuenta para llevar a cabo una estrategia de comunicación multimedia para generar un impacto en esta población en términos de una mejor convivencia en relación con la problemática de las barras bravas del fútbol en la ciudad de Cali. Se desarrollará un análisis de contenidos de redes, entrevistas a líderes de barras, periodistas, representantes de los clubes, entre otros, y revisión de información secundaria de medios de comunicación. Para lograr estos propósitos se propone organizar la metodología en las siguientes fases.

Fase 1. Selección de barras futboleras e hitos

Para la primera fase de la metodología se seleccionarán las barras del Cali y el América que serán consideradas para realizar tanto el análisis de sus redes sociales para la posterior exploración sobre los criterios que se podrían tener en cuenta para realizar una estrategia de comunicación para la convivencia. Sin embargo, esto estará en constante complementariedad con lo que se encuentre en otras fuentes como los medios de comunicación tradicionales, representantes de las barras y de los dos clubes de fútbol de la ciudad.

Para esto, no se debe olvidar que uno de los criterios para este estudio está en que se hará la recolección de datos y se evaluará sobre el periodo comprendido entre el 2014 y el 2019. Además, se identificarán y se profundizará en ciertos momentos o hitos históricos deportivos de los dos equipos de fútbol de la ciudad de Cali, por ejemplo, finales de campeonatos, ya que estos representan coyunturas donde se intensifican las interacciones entre las barras y, por ende, se impactarían se habría impactado de manera singular los comportamientos, valores y actitudes de los aficionados. Estos mismos escenarios o hitos se comparará con lo encontrado en otras ciudades como Bogotá y Medellín, en las cuales se han desarrollado proyectos de convivencia entre barras del futbol que son referentes y será un punto esencial

para evidenciar las diferencias y qué estrategias se han llevado a cabo y son susceptibles de revisar para el caso de Cali, en función de tener una mejor convivencia en el fútbol.

Los sucesos por los cuales la hinchada interactuó de manera importante y sustanciosa fueron, por parte del Cali, en el año 2015 al consagrarse campeón de la liga Águila 2015-1. Y en el caso de América de Cali, hubo gran interacción en redes durante los eventos de su regreso a la primera división en el año 2016, y por su último campeonato en la Liga Águila 2019-2. Estos eventos fueron de alto impacto para la hinchada de ambos equipos, y representan oportunidades para establecer una comparación del caso de Cali con las hinchadas presentes en Bogotá y Medellín; dado que en estos últimos casos se han promovido diversas campañas para un fútbol en paz, en circunstancias muy diversas como conseguir campeonatos o experimentar derrotas.

Fase 2. Exploración de contenidos pertinentes en medios y redes sociales

La segunda fase corresponde a la exploración sobre contenidos pertinentes a los objetivos de investigación en las redes Twitter, facebook y páginas principales de los medios de la región para verificar cómo se ha narrado el hecho violento por parte de ellos. Para establecer cuáles serán los medios sociales se tuvo como referente lo mencionado sobre los hitos para identificar momentos históricos que hayan tenido gran impacto en las redes sociales. Tentativamente, se tiene que Twitter y facebook han sido plataformas que gracias a la diversidad de formatos han dado lugar a diferentes interacciones que merecen ser evaluadas. Estas redes sociales serán primeramente analizadas desde cómo se construye cada una como promotora de una convivencia social en el deporte o, en el caso contrario, cómo han aportado a generar más violencia entre los hinchas del Cali y el América. Ahora bien, para poder realizar un análisis de las redes sociales, se debe establecer un mecanismo de recuperación de la información alusiva a las interacciones que hayan influido en valores, actitudes y comportamientos de los aficionados y entre ellos. *Se utilizará Hootsuite para este propósito y criterios de búsqueda avanzada en cada red social para extraer con precisión los datos buscados en la fecha establecida.*

La lógica del análisis para esta fase se puede sintetizar en el ejemplo que se presenta en la siguiente matriz, la que permite entender cuáles serán en términos generales las preguntas

que se van a realizar, los actores implicados y cómo eso se conecta con toda la investigación lograda hasta el momento.

Tabla 2. Matriz categorial de análisis.

Pregunta de investigación	Objetivo general	Objetivos Específicos	Categorías y subcategorías	Preguntas	Fuentes	Técnicas, instrumentos y preguntas o criterios de búsqueda		
						Técnicas	Instrumentos	Preguntas o Criterios
¿Cuál ha sido la posible influencia de narración de la violencia barrsita en las redes sociales relacionadas con los equipos de fútbol profesional Cali y América sobre los valores, las actitudes y los comportamientos de los aficionados de ambos equipos entre 2014 y 2019, y cuáles son los parámetros de comparación entre ambos casos	Caracterizar las interacciones en redes sociales entre los aficionados de los equipos de fútbol Deportivo Cali y América de Cali, entre 2014 y 2019, para explorar la probable influencia de tales interacciones en valores, actitudes y comportamientos	Reflexionar sobre cómo la influencia de la interacción en redes sobre valores, actitudes y comportamientos beneficia o perjudica la convivencia entre los hinchas de las barras seleccionadas.	Influencia en redes sociales Valores, actitudes y comportamientos Comunicación para la convivencia	¿Cómo las redes sociales han transformado o aportado para el funcionamiento o desempeño de las barras bravas fuera y dentro del estadio? (AC1)	Líderes barras bravas	Entrevista semi estructurada	Cuestionario 1	AC1 S1.1 AS1.2
				¿Qué tipo de influencias se identifican dentro de redes sociales como Instagram y Twitter? (S1.1)	Red social Instagram	Etnografía digital	Cuestionario 2	S1.1 AC 1
				¿De qué manera la comunicació	Red social Twitter	Etnografía digital	Guía 1	S1.1 AC 1

que puedan ser útiles para generar criterios de uso de tales redes que promuevan valores, actitudes y prácticas de convivencia y cultura deportiva posibles?	os proclives a la violencia, de modo que sea posible proponer usos comunicativos favorables a la convivencia entre las barras, teniendo en cuenta referentes de casos similares en Bogotá y Medellín.			n puede aportar a los procesos de convivencia dentro de las barras bravas? (AS1.2)				
--	---	--	--	--	--	--	--	--

Fase 3. Entrevista a barristas

Sergio Saavedra (comunicación personal, 27 de noviembre, 2021)

- A ver, ¿cuánto tiempo llevo vinculado?, pues desde dos mil catorce (2014), hasta hoy en la actualidad sin faltar nunca, ósea nunca.
- Si mucho llegué a faltar uno (1) o dos (2) partidos por semestre, de local. De visita pues iba a los que podía. Viajaba más, hasta el dos mil dieciséis (2016), ahora último no, casi no, viajaba muy poco; la última vez fue como 2019, los últimos viajes. Pues por temas así, de estudio de estudio y todo... así llevo ocho (8) años así fijos, fijos, fijos. Ahí mismo representaba umm aca.

En cali tampoco, pues porque siempre, haber, donde he vivido, vivis en cosmocentro, ahí al frente de Unidad Residencial Santiago de Cali, viví por acá por el puente de la cuarenta y cuatro (44), eso se llama barrio Departamental creó, y también pues viví en Valle de Lili, pues como que muy normal, frente al tema de ...01:00-01:02...Aquí no es importante, es importante el sector, por ejemplo, vos sabes que las barras se

dividen por legiones, el frente, y por bloques en parón. Por ejemplo, si vos vivís en San Luis.. ehh, los del América tienen un grupo que se llama “Poseídos por el Diablo” entonces para vos, tu barrio, va a representar ese trapo. Y por ejemplo el frente tiene un escuadrón, un escuadrón donde para vos tu barrio va a representar tu barrio trapo en la tribuna, ya es como tu subdivisión dentro de la barra... Eso es.

- Veni pues la tercera, no te la entiendo mucho, si es entre las barras del Cali o entre las barras de la ciudad de Cali, ósea te voy a responder de las dos (2) maneras. Si las pones entre las barras del Cali o las Barras de la ciudad de Cali, el acto de violencia siempre va a ser reprochable, porque pues primero porque, pues para mi, pues como te explico; dentro de las barras, dentro de las barras uno maneja sus códigos y pues vos como vas a atacar a tu mismo compañero, a tu mismo seguidor, ahí es reprochable, pero hay ciertos códigos que se manejan, pero por ejemplo pues nunca he estado de acuerdo con que entre barras se ataquen. Ya dentro de la ciudad ósea, muchas barras han promovido los códigos.

Vos sabes que, por ejemplo, si te encuentras en un grupo de veinte (20) con uno de 2, dejalos quietos, ya, o limitar la pelea, por ejemplo, con armas, si me entiendes. Por ejemplo, hay muchas barras en Bogotá que hacen bastante kickboxing para practicar y como cuando se encuentran así, entonces se dan mano a mano oyó, entonces sin armas y se dan a los puños para defender el honor. Pero en violencia, siempre va a ser reprochable porque aquí en Cali es muy violento, entonces aquí no te pegan tu puño, es tu puñalada o tu tiro y pam, muero. Entonces es un tema delicado, un tema delicado que al final aleja mucha gente del fútbol y pues así han perdido muchos parceros y pues, es algo de cada ocho (8) días, cada mes, por año en Cali son más de diez (10) muertos de fútbol y eso que es poquito.

- Pues nunca nadie va a estar de acuerdo con la violencia, pero pues, como yo te dije a Pablo Garces, a Garrica Sucar o es que se me olvida, perate ya recuerdo más nombres... son de los que hablan sobre violencia en las barras de fútbol, entonces para que entiendas un poco porque se dan, pues mira incluso un día la barra Frente, con el Varón, jugaron un clásico en el pascual y hubo un campeón para disminuir la violencia, pero en si el torneo fue pesadito. Ahora están jugando un torneo entre barras para escoger al mejor, la mejor legión de cada barra, que se va a enfrentar a la otra barra rival. Cali y América en este caso, para, para esos temas, está “goles en paz”, está el plan de ciudad de fútbol”, “la mesa de barrismo social a nivel nacional”; se han hecho muchas, o sea frente al tema hay mucho.

Lo que pasa en Cali, las barras son muy distantes frente al tema. Te explicaré también más adelante el por qué. Mira o sea los medios de propagación no sirven para nada, porque ósea vos, los medios nos saben de esto, los medios como todo, o sea como todo, yo opino que el periodista le falta, o sea debe estar en el lugar, o sea untarse, como decía Manrique, o sea meterse en el papel, como que sudar ese tema, o sea hay que hacer eso, entonces los medios....

Entrevista Álvaro Cardona (Comunicación personal, 27 de noviembre, 2021)

-Desde el 2010 asistió a la tribuna popular sur, pero como tal a la barra, hace 8 años, desde el 2013.

-El barrio para mi representa la zona o lugar donde uno vive, o también se puede relacionar como el lugar o el parche donde los bloques de las barras hacen las reuniones.

-Mi opinión frente a los actos de violencia en las barras de la ciudad de Cali es desfavorable, no estoy de acuerdo con esto, pero es algo que siempre se ha visto, porque las barras quieren demostrar cuál es la más fuerte, la más violenta, cuál es más grande, cuál tiene más poder y por eso los cantos de violencia y los robos de los trapos que es lo que las barras consideran como trofeo, pero pues la verdad no estoy de acuerdo, porque es algo que pierde como el foco o la idea principal de la barra que es seguir al equipo, alentarlos y que todo sea como una cultura futbolera en fiesta, pero que sea en paz.

-Sí conozco y he participado en programas de la alcaldía y la gobernación. Yo pertenezco al bloque Univalle del Barón Rojo Sur; un bloque conformado por estudiantes y trabajadores que le apuntamos mucho al barrismo social. Como integrantes de las barras hemos participado en cursos, foros, conferencias; todo encaminado hacia el barrismo social.

-De la alcaldía hemos recibido recursos para reforzar, mejorar y capacitar los grupos y los integrantes de los grupos organizados que tienen las barras, como la Orquesta Escarlata, el Grupo de Trapos, el grupo de Mediadores de Fútbol y el grupo del Comité de Derechos Humanos.

-Los medios cumplen un papel muy importante, ya que solo muestran lo malo, los actos delictivos, la violencia que se vive en torno al fútbol y las barras, pero lo que son actividades sociales, culturales y toda la mejora que han tenido las barras en los últimos años, nunca lo mencionan. Por eso la gente solo ve lo malo.

Fase 4. Preparación y análisis de los datos recolectados

En la tercera fase se busca preparar la información recolectada y realizar el análisis propuesto. Después de haber recuperado la información, se van a seleccionar fragmentos de vídeo, fotos, imágenes, ilustraciones, etc, que se refieren tanto a la violencia generada por las barras de Cali y América pero también de las iniciativas o políticas públicas de los gobiernos locales y nacionales con esta problemática. De esta manera, este material será el punto de partida para empezar a discutir qué criterios podrían ser más pertinentes como referentes para el diseño de estrategias de comunicación y convivencia, y qué tipo de contenidos se podrían

diseñar a partir de tales criterios para poner en circulación y promover la convivencia en redes sociales. Además, para la elaboración de estos posibles criterios de una estrategia de comunicación para la convivencia enfocado en estas barras bravas de las hinchadas del América y el Cali es importante lo que señala la docente y periodista Lina Uribe: es fundamental que los sujetos que quieran ser influenciados o que participen en una iniciativa como la que se propone, se sientan motivadas desde sus propias convicciones y tengan un sentido de pertenencia para así lograr un cambio estructural. Esta fue una de sus conclusiones luego de liderar una iniciativa llamada ‘Rueda la paz, rueda la bola’ que buscaba promocionar la paz entre la hinchada del Deportivo Cali y el América de Cali, la cual tuvo lugar en la universidad San Buenaventura de Cali, Colombia (L. Uribe, comunicación personal, 30 de octubre de 2020).

En tal sentido, será preparada una muestra de estos materiales para ser utilizados como referentes durante las entrevistas a barristas, periodistas, expertos y representantes de los clubes, de modo que a partir de tales ejemplos se genere la reflexión y la elaboración de las respuestas a los interrogantes que plantean los investigadores. Es importante tener en cuenta que el vocabulario que se emplee con los diversos participantes debe ser adecuado a su perfil social, su rol social y su nivel de escolaridad, y los referentes visuales deben ser preparados en consonancia. La premisa general que organiza las diversas preguntas, así como los análisis del corpus obtenido en la indagación en redes es: *cómo la evidencia relacionada con violencia entre barras impacta o compromete los valores, actitudes y comportamientos de sus protagonistas, y en la sociedad local, pero al mismo tiempo pueden servir como referentes para inspirar mensajes de sentido inverso favorables a la convivencia en el fútbol.*

Fase 5 Exposición y explicación de la exploración propuesta

Finalmente, se hará, por medio de los resultados de esta investigación, la elección, exposición y explicación de los criterios para realizar una exploración del uso de la comunicación como herramienta para la convivencia.

Resultados

En Colombia durante los últimos años, los medios de comunicación han hecho del tema de la violencia en el fútbol, un continuo bombardeo publicaciones, discursos, noticias que en realidad se encuentran muy distantes de la verdad. De igual manera, son los mismos medios de comunicación los que determinan la violencia deportiva de muchas formas ya documentadas en otras investigaciones.






Por lo tanto, para cumplir con un papel más responsable como medio de comunicación y con los contenidos que presentan ante la audiencia, es pertinente afirmar que :






- El buen periodista debe ser imparcial. Él puede y debe tener preferencias pero llevarlas a la información no debería ser así, porque hay comunicólogos que se convierten en las figuras de un programa de televisión cuando el contenido periodístico de calidad es el que debería sobresalir.
- Se deberá afianzar el concepto de conflicto entre los medios, además de esclarecer que este no necesariamente está vinculado a la violencia, y que, contrario al estereotipo, puede ser utilizado para mejorar las relaciones y facilitar puntos de encuentro para el crecimiento como sociedad.
- El periodista debe tener una responsabilidad ética en donde tenga esa conciencia de decir: “estos mensajes que estoy dando son entretenimiento, pero hay gente que los puede malinterpretar”. En esta cuestión el comunicólogo tiene que moderarse y prever las consecuencias de los comentarios.
- Se deberá desarrollar procesos de resiliencia social y abrir espacios para, además de los actores de los conflictos, existan otro tipo de voces que se sientan con derecho a participar en esa discusión pública que puede surgir después de una proyecto de paz. Contando con la presencia de los medios de comunicación.
- Tomar como referencia procesos similares alrededor del mundo. Para tener en cuenta como superar estos retos antes que se produzca una avalancha de información.




La primera revisión se llevó a cabo utilizando algoritmos de búsqueda en redes sociales que iban directamente a la fecha fijada en el presente trabajo de grado y la narración de hechos violentos vinculados al fútbol.



El análisis arrojó los siguientes resultados que fueron organizados por fecha, plataforma, tipo de publicación y enlace de la noticia:



Fecha	Plataforma	Captura	Enlace	Categoría
Junio 17 de 2017	Twitter @hinchasdeporcali		https://twitter.com/HinchaDeporCali/status/874114166608547840	Hinchas
Mayo 25 de 2017	Pulzo		https://www.pulzo.com/deportes/no-sera-televisados-partidos-america-cali-por-actos-violentos-PP275641	Noticia
25 de mayo 2017	El colombiano online		https://www.elcolombiano.com/deportes/futbol-colombiano/detenidos-y-heridos-por-violencia-entre-hinchas-en-partido-cali-vs-america-MD6603295	Noticia violencia



Mayo -05- 2019	Twitt er. Cuen ta Gol Cara col		https://twitter.com/golcaracol/status/1127755034928799744?s=21	Notic ia viole ncia
Mayo 25 2019	El País		https://www.elpais.com.co/cali/asi-fue-el-clasico-del-terror-entre-las-barras-bravas-del-america-y-el-deportivo.html	Notic ia viole ncia
Mayo 12 2019	Gol Cara col		https://gol.caracol.com/futbol-colombiano/liga/violencia-en-el-pascual-guerrero-por-parte-de-barras-bravas-del-america-de-cali	Notic ia viole ncia
Oct 2 2019	El País		https://www.elpais.com.co/america-de-cali/de-nuevo-hubo-desmanes-en-sur-hinchas-de-america-de-cali-se-enfrentaron-en-la-tribuna.html	Notic ia viole ncia
Oct 14 2019	El Tiem po		https://www.eltiempo.com/deportes/futbol-colombiano/hincha-de-millonarios-resulta-muerto-tras-rina-con-hinchas-de-america-422820	Notic ia viole ncia



Junio 2 2019	Pulzo	 <p>[Video] Hinchas del América invadieron cancha para a sus jugadores</p> <p>Temas Relacionados: América de Cali · Barras bravas · Deportivo P Águila · Violencia en el fútbol. Comentarios.</p> <p>2 Jun. 2019</p>	https://www.pulzo.com/deportes/hinchas-america-entran-cancha-para-agredir-sus-jugadores-PP706825	Noticia violencia
Feb 7 2017	La FM	 <p>Tras robo de banderas, denuncian desaparición de hincha de Cali en Medellín</p> <p>El hombre agrega que en Cali, los seguidores del América estarían colaborando para recuperar... El hurto de la parafernalia a la barra brava de Medellín...</p> <p>7 Feb. 2017</p>	https://www.lafm.com.co/colombia/taras-robo-banderas-denuncian-desaparicion-hincha-cali-medellin	Noticia violencia
Junio 10 2017	El País	 <p>Riña entre miembros del Barón Rojo Sur deja a un joven con muerte cerebral</p> <p>Estos nuevos hechos de violencia al interior de las barras bravas de la ciudad se presentan a escasas horas del partido Deportivo Cali - América...</p> <p>10 Jun. 2017</p>	https://www.elpais.com.co/judicial/rina-entre-miembros-del-baron-rojo-sur-deja-a-un-joven-con-muerte-cerebral.html	Noticia violencia
Mayo 28 2017	El País	 <p>Los delitos que se esconden detrás de las 'barras bravas' del América y el Cali</p> <p>No se trata de no informar, sino de evaluar la manera de hacerlo. 'Vea aquí' América contra Deportivo Cali, seis videos de una 'batalla' que pudo terminar en...</p> <p>28 May. 2017</p>	https://www.elpais.com.co/judicial/los-delitos-que-se-esconden-detras-de-las-barras-bravas-del-america-y-el-cali.html	Noticia violencia
Mayo 17 de 2017	Twitter @Eternamente americano	 <p>Eternamente Americano @EAmericano · Mar 17, 2017</p> <p>Ex-presidente de Uruguay, 'Pepe' Mujica, habla sobre las barras bravas del América de Cali y Deportivo Cali. > youtu.be/7h4yBokGvic</p>	Ex-presidente 'Pepe' Mujica, habla sobre las barras bravas del América de Cali y Deportivo Cali	Visibilización

<p>Mayo 28 de 2017</p>	<p>El país</p>		<p>https://www.elpais.com.co/judicial/los-delitos-que-se-esconden-detras-de-las-barras-bravas-del-america-y-el-cali.html?utm_content=buffer2ef95&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer</p>	<p>Noticia</p>
<p>Mayo 25 de 2017</p>	<p>El país</p>	<p>América contra Deportivo Cali: seis videos de una 'batalla' que pudo terminar en tragedia</p>	<p>https://www.elpais.com.co/cali/los-videos-de-enfrentamientos-de-hinchas-tras-el-partido-america.html</p>	<p>Noticia</p>
<p>Mayo 25 de 2017</p>	<p>Cara col noticias</p>		<p>https://noticias.caracol.tv/valle/heridos-danos-balacera-e-invasion-de-campo-triste-balance-de-un-cali-america-que-no-acabo-en-paz</p>	<p>Noticia</p>
<p>April 12 de 2019</p>	<p>El país</p>		<p>https://twitter.com/elpaiscali/status/116880005433319429</p>	<p>Noticia y visibilización</p>

<p>Octubre 10 2018</p>	<p>Twitter Cuenta @juanfotosadn</p>		<p>https://twitter.com/juanfotosadn/status/1046738971483664389?s=21</p>	<p>Noticia violencia</p>
<p>Mayo 12 De 2019</p>	<p>Twitter</p>		<p>https://twitter.com/vcastrogomez/status/1127758127766626305?s=21</p>	<p>Noticia violencia</p>

<p>dicie mbre 2 de 2019</p>	<p>Twitt er</p>		<p>https://twitter.com/caliescalicol/status/1201564655044497412?s=21</p>	<p>Notic ia viole ncia</p>
<p>febre ro 6 de 2019</p>	<p>Twitt er</p>		<p>https://twitter.com/asodeporcali/status/1093185996429103107?s=21</p>	<p>Notic ia Viole ncia</p>

<p>Abril 4 de 2019</p>	<p>Twitter</p>		<p>https://twitter.com/americasa_go/status/1116721707342016513?s=21</p>	<p>Noticia Violencia</p>
<p>Marzo 16 de 2019</p>	<p>twitter</p>		<p>https://twitter.com/caliescalicol/status/1107129045135904768?s=21</p>	<p>noticia de violencia</p>

<p>Mayo 22 de 2019</p>	<p>twitter</p>		<p>https://twitter.com/caliescalicol/status/1131278631559421952?s=21</p>	<p>Noticia de promoción fútbol en paz</p>
<p>marzo 3 de 2019</p>	<p>twitter</p>		<p>https://twitter.com/juanfotosadn/status/844577698580217856?s=21</p>	<p>noticia de violencia</p>


<p>noviembre 22 de 2016</p>	<p>Twitter</p>		<p>https://twitter.com/policiacali/status/801104881511792640?s=21</p>	<p>noticia</p>
-----------------------------	----------------	---	--	----------------

Tabla 3 elaboración propia

La tabla 3 de elaboración propia es una recopilación de las noticias más significativas que se pudieron encontrar durante el periodo de tiempo 2015 - 2019 respecto a violencia o elementos relacionados entre las dos barras de la ciudad. Cali es cali, la FM, el País, entre otras, son algunas de las cuentas en donde se publican estas noticias.

Twitter fue el medio principal por el cual se encontraron estas noticias debido a sus parámetros de no censura y comodidad de publicaciones en que se permite absolutamente todo tipo de contenido.

Con esta búsqueda de elementos violentos podemos percatarnos de que en los años de 2017 y 2019 se presentaron una gran cantidad de riñas, peleas y acciones violentas entre barras y de manera constante. En algunas de las noticias nos topamos con que también existieron en diferentes oportunidades iniciativas por parte de las barras para vivir el fútbol en paz, pero al poco tiempo eran opacadas por otra noticia violenta.

También encontramos con comunicados por parte de las cuentas oficiales de los equipos en torno al rechazo a la violencia, pero justamente en estos comunicados nunca se encuentra alguna invitación al diálogo o actividades entre barras que promuevan la buena convivencia y se permita eliminar por completo este tipo de situaciones.

Adicional a esto no solo encontramos noticias por diferencias entre barras si no que existen situaciones puntuales entre los mismos integrantes de las barras los cuales tensionan y generan estos actos violentos que terminan en tragedias.

Una serie de elementos y sucesos que perjudican primero que todo a los mismos hinchas que van a apoyar a su equipo y a las personas inocentes al tema que son víctimas y que están en medio de este tipo de peleas o riñas generando así las tragedias y perjudicando la imagen de los equipos y de la ciudad o país.

La narración de los eventos vinculados al barrismo ha tomado siempre tanto en los medios tradicionales como en redes las siguientes características:

- Predilección por narrar el acto violento.
- Poca mención de eventos sociales o pacíficos generados por las barras.
- Noticias que muestran el comportamiento reactivo del estado ante los hechos de violencia: cerrar estadios, capturar individuos.

En gran medida, las redes sociales y los medios se han convertido en voceros de la misma violencia, más que en intérpretes o analistas de los fenómenos que han llevado a la generación del mismo problema social.

En un simple análisis cuantitativo, brillan por su ausencia la información o documentación sobre las iniciativas que el estado ha llevado a cabo para paliar el fenómeno del barrismo violento.

8. Propuesta de comunicación para el periodismo deportivo de la ciudad de Cali

Según las entrevistas realizadas a los barristas de la fase 3 del documento podemos extrapolar lo siguiente:

Basado en el libro “Pistas para narrar la paz” editado por consejo de redacción y a la luz de los resultados que encontramos en redes en relación a la narración de la violencia de las barras se sugieren los siguientes puntos:

- El buen periodista debe ser imparcial. Él puede y debe tener preferencias pero llevarlas a la información no debería ser así, porque hay comunicólogos que se convierten en las figuras de un programa de televisión cuando el contenido periodístico de calidad es el que debería sobresalir.
- Se deberá afianzar el concepto de conflicto entre los medios, además de esclarecer que este no necesariamente está vinculado a la violencia, y que, contrario al estereotipo, puede ser utilizado para mejorar las relaciones y facilitar puntos de encuentro para el crecimiento como sociedad.
- El periodista debe tener una responsabilidad ética en donde tenga esa conciencia de decir: “estos mensajes que estoy dando son entretenimiento, pero hay gente que los puede malinterpretar”. En esta cuestión el comunicólogo tiene que moderarse y prever las consecuencias de los comentarios.
- Se deberá desarrollar procesos de resiliencia social y abrir espacios para, además de los actores de los conflictos, existan otro tipo de voces que se sientan con derecho a participar en esa discusión pública que puede surgir después de un proyecto de paz. Contando con la presencia de los medios de comunicación.
- Tomar como referencia procesos similares alrededor del mundo. Para tener en cuenta como superar estos retos antes que se produzca una avalancha de información.

9. Conclusiones

Los disturbios y situaciones al margen de la ley que generan los enfrentamientos entre las hinchadas, se intentan regular por medio de leyes y normativas que tienen poca a nula aplicabilidad en la realidad. Esto puede verse no solo con las entrevistas realizadas, en la que

los mismos barristas afirman que los actos de violencia y enfrentamientos tienen lugar entre las barras de fútbol, sino la gran cantidad de noticias sobre la situación. De esta manera, es claro que las medidas que se toman desde el gobierno no son suficientes para aplacar este fenómeno y, es por esto que, es necesario generar y crear movimiento de concientización social para frenarlo.

El fútbol cuenta con millones de aficionados debido a la popularidad que tiene en el país, lo que causa que los efectos de los enfrentamientos generen diversos daños. “Los fenómenos de violencia en el fútbol colombiano constituyen una problemática que actualmente causa gran preocupación, pues en dichas situaciones resultan afectadas la vida, la integridad (física y psicológica) y la propiedad privada de los ciudadanos” (Aramburo y Pérez, 2014), lo anterior sucede, no solo para las personas que hacen parte de las barras, sino también para residentes y comerciantes que se encuentran próximos al estadio de fútbol. De esta manera, es claro que el problema incumbe a todos, pues es obvio que las acciones que ha tomado el Gobierno de Colombia, como la creación de la Ley 445 de 2011 para sancionar penalmente a quienes incurrir en actos de violencia, no son suficientes.

De esta manera, se encuentra que la falta de control sobre las barras se debe a diversos factores que no pueden corregirse únicamente mediante la imposición de la fuerza pública y la creación de normas. Es necesario entonces que concientizar a la población y crear movimientos y estrategias para reducir la violencia como fenómeno del fútbol, pues los enfrentamientos han llegado a tal magnitud que no son únicamente los medios de comunicación los que hablan del tema, sino que los mismos barristas aceptan que este tipo de comportamientos violentos en los estadios son una problemática que debe resolverse.

Es evidente que la percepción común que se tiene sobre las barras es negativa, debido a los constantes enfrentamientos y olas de violencia que tienen lugar, a raíz de las dinámicas sociales que se presentan alrededor del ámbito futbolístico. Es precisamente por esta razón, por la que los mismos integrantes de las barras aceptan que la violencia es una práctica reiterativa y que “siempre se ha visto” (comunicación personal, 17 de mayo, 2020). Sin embargo, por más que la práctica social de las barras de fútbol está ligada a una violencia reiterada, no puede negarse que alrededor de estas no solo se generan escenarios de conflicto,

sino también existe un grupo de personas que se apoya, que encuentra identidad dentro de los colores, los cantos y las costumbres del equipo al que pertenece; escenarios que no son muy visibles para la población, debido a que los medios de comunicación no lo presentan a sus espectadores.

Después de adelantar este trabajo de grado, y con la experiencia ya sistematizada y analizada, se pueden mencionar las siguientes limitaciones en relación a los datos obtenidos;

Aciertos

Recomendaciones

Es así como, la conversación en torno hacia la práctica social de las barras es buena o mala es muy importante, pues si bien existen diversos actos de violencia que se presentan como consecuencia de las mismas, también **existen situaciones** que no son lo suficientemente promocionadas que deben tenerse presentes para hacer una valoración justa de lo que significan las barras en el contexto social.

Existen leyes y normas que pretenden controlar los comportamientos violentos de las personas que hacen parte de las barras de fútbol, son las redes sociales las que están teniendo un gran impacto en el cambio de actitud de sus integrantes. Las redes sociales han creado canales de comunicación y han generado diversas transformaciones en la hinchada que no busca generar violencia, sino apoyar a sus equipos (Botero, 2008).

Las barras no deben ser catalogadas únicamente como turbas de personas violentas y desorganizadas; las redes tienen un deber con los espectadores de mostrar toda la realidad, pues cabe mencionar que los equipos no solo han creado campañas en contra de la violencia, sino que además han incursionado en diversas actividades de labor social, como la creación de una escuela de fútbol por parte de Los del Sur de Atlético Nacional, para la formación de niños en valores y conocimiento (Botero, 2008).

Definitivamente, las redes sociales tienen un papel de gran importancia en la manera como las personas perciben las barras de fútbol. Existen diversas realidades que rodean esta práctica social; las barras no son solo buenas o malas, sino que son un complejo conjunto de situaciones, acciones y labores que se llevan a cabo donde no se habla lo suficiente y por ende no se apoya.

10. Referencias:

Bateson, G., Schefflen, A., Birdwhistell, R., Hall, E., Jackson, D., Watzlawick, P., Sigman, S. y Goffman, E. (1981). *La nueva comunicación*. Ediciones Yves Winkin.

Casas, M. (2007). Entre lo Público y lo Privado. Un espacio para la convivencia social a través de la comunicación. *Razón y Palabra*, 12(55).

Castells, M. (2012) *Redes de indignación y esperanza: Los movimientos sociales en la era de Internet*. Alianza Editorial

Castro, J. A., y Arcos Parra, M. L. (2021). Los rituales deportivos y la violencia entre los hinchas de una barra brava de Bogotá. *Revista Logos Ciencia & Tecnología*, 13(1), 36-46.

Cordero, R. y LaHuerta, E. (2018). *Redes sociales: un antes y un después en el comportamiento humano*. <https://telos.fundaciontelefonica.com/redes-sociales-un-antes-y-un-despues-en-el-comportamiento-humano/>

Cornejo, M., y Tapia, M. L. (2011). Redes sociales y relaciones interpersonales en internet. *Fundamentos en humanidades*, 12(24), 219-229.

Concejo de Bogotá (2017). Proyecto de acuerdo 059 de 2017. Por medio del cual se dictan medidas para mejorar la convivencia y seguridad dentro y fuera de escenarios deportivos en el ámbito del fútbol en el Distrito Capital y se dictan otras disposiciones. Bogotá DC: Colombia.

Concejo de Medellín (2010). Acuerdo municipal 078 de 2010. Por el cual se institucionaliza la Política Pública “Barras Fieles” . Medellín: Colombia.

- Dunning, E., Murphy, P. & Williams, J. (1996). La violencia en los espectadores de fútbol.
- Domínguez, D. C. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 45-68.
- El Financiero (2020). Porque 280 caracteres no eran suficientes... Ahora llegan a Twitter los tuits por voz. <https://www.elfinanciero.com.mx/tech/porque-280-caracteres-no-eran-suficientes-ahora-llegan-a-twitter-los-tuits-por-voz/>
- Euler, L (1736) “Solutio Problematis ad Geometriam Situs Pertinentis The Solution of a Problem Relating to the Geometry of Position” en 8 Commentarii Academiae Scientiarum Imperialis Petropolitanae 128.
- Freud, S. (1921). Psicología de las masas y análisis del yo. En Obras completas (tomo XVIII). Buenos Aires: Amorrortu
- Gallego, S.(2011). Redes sociales y desarrollo humano. *BARATARIA. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, (12), 113-121.
- García, D. (2003). *Barras de fútbol bogotanas y administración distrital: entre la zanahoria y el garrote*. [Tesis de pregrado, Universidad de los Andes].
- García, F. B. (2010). Usos de las TIC, relaciones sociales y cambios en la socialización de las y los jóvenes. *Revista de estudios de juventud*, (88), 97-114.
- García, M. (2013). Redes sociales, un medio para la movilización juvenil. *Zer*, 18 (34) 111-125. <https://addi.ehu.es/handle/10810/41093>
- Garrigós, I., Mazón, J. N., Saquete, E., Puchol, M., y Moreda, P. (2010). La influencia de las redes sociales en el aprendizaje colaborativo. In XVI Jornadas de Enseñanza Universitaria de la Informática (pp. 531-534). Universidade de Santiago de Compostela. Escola Técnica Superior d'Enxeñaría.

Gómez, G. E. (2011). Las barras bravas. Un acercamiento sociológico a un fenómeno urbano. *Lúdico pedagógica*, 2(16). Recuperado de <https://revistas.pedagogica.edu.co/index.php/LP/article/view/1358>

Gómez Aguilar, M., Paniaguao, F.J. y Farias, P. (2015) Comportamiento de la audiencia de televisión en las redes sociales. Una aproximación al perfil y programas más comentados. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 539-551.

Gobierno de Colombia (2020). Con la reactivación del fútbol en Bogotá llega 'Goles en Paz 2.0'. <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/gobierno/cuarentena/regresa-goles-en-paz-20-con-la-llega-del-futbol-en-bogota>

Gobierno de Colombia (2019). MÁS FÚTBOL MÁS VIDA, LA ESTRATEGIA QUE BUSCA GENERAR RESPETO Y CONVIVENCIA EN EL FÚTBOL DE BOGOTÁ. <https://www.participacionbogota.gov.co/mas-futbol-mas-vida-la-estrategia-que-busca-generar-respeto-y-convivencia-en-el-futbol-de-bogota>

Habermas, Jürgen (1989). Teoría de la acción comunicativa. Argentina: Taurus

Héctor, C. (2017). Fútbol, violencia, identidad y tejido social, el caso de las barras capitalinas [Tesis de pregrado]. Recuperado de <http://repository.udistrital.edu.co>

Herreros, M. C. (2009). Nuevas formas de comunicación: cibermedios y medios móviles. *Comunicar*, 17(33), 10-13.

Herrera, W. (2020). Barras futboleras: más allá de una pasión por el fútbol estudio de caso barra Comandos Azules, la banda Azurra. Retrieved 14 September 2020, from <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/21857>

Kuz, Antonieta, Falco, Mariana, y Giandini, Roxana. (2016). Análisis de redes sociales: un caso práctico. *Computación y Sistemas*, 20(1), 89-106. <https://doi.org/10.13053/cys-20-1-2321>

Malinowski, B. (1986). Los argonautas del Pacífico occidental. Barcelona: Planeta.

Le Bon, G. (1895). *Psicología de las multitudes*. Ed. Nacional

Luciana, C. (2020). *Características de las fake news que se difunden por las redes sociales sobre el coronavirus COVID19 y sus consecuencias en la credibilidad de los medios de comunicación en Arequipa* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Agustín].

Orozco, G. y González, R. (2011). *El andamiaje de una obra investigativa*. En: *Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. Editorial Tintable.

Pacheco, M. (2000). *Ondas de pasión: influencia de la radio en el comportamiento de las barras bravas* [Tesis de pregrado, Universidad Jorge Tadeo Lozano]

Palacio, J. y Ruiz, A. (2004). *Mitos, ritos y símbolos que estructuran los rasgos de personalidad de un barrista perteneciente a los del sur*. [Tesis de pregrado, Universidad Pontificia Bolivariana].

Personería de Bogotá (2011). *Personería de Bogotá*.
<http://www.personeriabogota.gov.co/?idcategoria=4485>

Primo, A. (2007) *O aspecto relacional das interações na Web 2.0*. E- Compós (Brasília), v. 9, <http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/web2.pdf>.

REIG, D. (2013). “Describiendo al hiperindividuo, el nuevo individuo conectado”. *Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: tendencias, claves y miradas*. Madrid: Fundación Telefónica, pp. 23-90.

Reyes, C. (2018). *Comunicación organizacional y deporte: Análisis del manejo de comunicación interna y externa de los equipos de fútbol de Quito hacia sus barras bravas*. Universidad Central de Ecuador.

Serrano, J. (2013). *Vidas conectadas: tecnología digital, interacción social e identidad*.

Sotelo, J. (2012). *Deporte y social media: el caso de la Primera División del fútbol español*. *Historia y Comunicación Social*, 17, 217-230.

Sivickas, A. M. (2002). Cultura ciudadana y comunicación. *Revista La Tadeo*, (68), 106-108.

Toro, G. (2015). Aproximación a un modelo de comunicación para el desarrollo y la paz en contextos vulnerables. *Estudios Políticos*, 46, Instituto de Estudios Políticos, Universidad de Antioquia, pp. 125-146.

Uribe, N. (2013). La violencia en las barras de fútbol. Una aproximación desde la Etología y el Psicoanálisis. *Poesis*, 25: 1-11.

Uribe, N. (2020). Violence, Psychology Of Masses And Soccer Bars. [en línea] Scielo.org.co. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-31082019000100085

Vázquez, A. I., y Cabero, J. (2015). Las redes sociales aplicadas a la formación. *Revista Complutense de Educación*, 26, 253-272.

W Radio (2021). Barras bravas de los equipos de Cali 'le juegan' a lo social. <https://www.wradio.com.co/noticias/regionales/barras-bravas-de-los-equipos-de-cali-le-juegan-a-lo-social/20210419/nota/4127209.aspx>

90 Minutos (23 de junio, 2018). Autoridades anuncian creación de mesa departamental de barrismo social, en Cali <https://90minutos.co/gobernacion-crea-mesa-departamental-barrismo-social-23-07-2018/>.

Ley 1445 de 2011. (2011, 12 de mayo). Congreso de la República. Diario oficial No. 48.067. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1445_2011.html

Uribe-Aramburo, N., y Castaño-Pérez, G. (2014). Barras de fútbol, consumo de drogas y violencia. *Psicología desde el Caribe*, 31(2), 243-279. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-417X2014000200005&lng=en&tlng=es.

Botero, M. (2008). Barras Bravas ¿o no tanto?. *Semana*. (<https://www.semana.com/online/articulo/barras-bravas-o-no-tanto/95763-3/>)