



UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

PUBLICIDAD

**INCIDENCIA DEL COMPORTAMIENTO DEL BARRISTA A PARTIR DE SU
IDEOLOGÍA**

TRABAJO FINAL DE PREGRADO

Por:

María Kateryne Rendón Montoya
Juan David Mejía Sánchez

Tutores:

Rafael Vargas Cano
Natalia Ocampo Henao

Medellín- Mayo 2020

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a los profesores de la universidad Católica Luis Amigó, quienes fueron guía y apoyo para el desarrollo personal y en la formación académica adquirida a lo largo de los años. En especial a Natalia Marcela Ocampo Henao, encargada de asesoría de trabajo de grado, ella nos guió en la estructura de la información. Rafael Vargas cano, Director del programa de publicidad, nos guió para la realización de campaña y Andrés montoya profesor de publicidad, nos ayudó con toda la línea gráfica de la campaña.

En general a todos los que se vieron involucrados con este trabajo, les agradecemos profundamente por su apoyo y compromiso. Entre ellos a Yamile Usme Sánchez, psicóloga social; David autor intelectual de las fotografías utilizadas para la organización de las piezas gráficas; José David Castrillon Velasquez, Maria Clara Fonseca Echeverri y Juan Camilo Atehortua Bustamante líderes en la barra deportivo independiente medellín y rexixtenxia social y Andrés Álvarez, profesor con énfasis deportivo quien nos brindo sus conocimientos con la historia deportiva.

Este trabajo es dedicado a nuestras familias por su apoyo incondicional durante este proceso de formación académica que fue esencial para poder salir adelante y así forjar nuevos sueños para nuestro futuro.

índice general

RESUMEN	6
SUMMARY/ ABSTRACT.....	7
PALABRAS CLAVE.....	8
INTRODUCCIÓN.....	9
1.0 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
2.0 JUSTIFICACIÓN	13
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	15
3.0 OBJETIVOS.....	15
3.1 Objetivo general.....	15
3.2 Objetivos específicos.....	15
4.0 MARCO DE REFERENCIA	16
4.1 Marco contextual.....	16
4.2 Marco teórico.....	17
4.2.1¿Qué es publicidad?.....	17
4.2.2 Què es la comunicación?.....	17
4.2.3 ¿Qué es la comunicación persuasiva?.....	18
4.2.4¿Qué es propaganda?.....	19
4.2.5 Tipos de Perspectivas.....	20
4.2.5.1La perspectiva religiosa.....	20
4.2.5.2 La perspectiva antropológica-social.....	21
4.2.6 ¿Qué son las barras?.....	21
4.2.6.1 Composición y organización de las barras.....	23

4.2.6.2 ¿Qué es ser un hincha?.....	25
4.2.6.3 ¿Qué es un barrista?.....	26
4.2.6.4 Barrismo social.....	27
4.2.6.5 Campañas sociales para el barrismo.....	28
4.2.6.5.1 “El clásico paisa más largo de la historia”.....	28
4.2.6.5.2 Aguante musical.....	29
5.0 MARCO NORMATIVO.....	31
5.1 LEY 1270 5 DE ENERO DE 2009.....	31
5.2 ACUERDO 075 DE 2017.....	31
6.0 DISEÑO METODOLÓGICO.....	34
6.1 Enfoque cualitativo	34
6.2 Diseño cuasi-experimental	35
6.3 Pertinencia de la metodología	36
6.4 Población y muestra.....	36
6.5 Alcance.....	37
6.6 Instrumentos de investigación.....	37
7.0 TRABAJO DE CAMPO.....	33
7.1 Anexos.....	33
7.1.1 Entrevista José.....	38
7.1.2 Entrevista Camilo.....	44
7.1.3 Entrevista María.....	48
8.0 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	54
8.1 Observación.....	54
8.1.1 Cultura de argentina.....	56

8.2 Análisis de información	56
9.0 CONCLUSIONES.....	58
10.0 RECOMENDACIONES.....	59
11.0 BIBLIOGRAFÍA.....	60

RESUMEN

En este trabajo de grado se analiza cómo la ideología de las barra Rexixtenxia Norte de la ciudad de Medellín Colombia se vuelve propaganda y que medio se han utilizado para esto.

Para la realización de este trabajo hemos utilizado entrevistas a líderes de la barra y hemos notado como con el pasar de los años han ido cambiando su forma de pensar; en cuanto a la violencia se busca cambiar la forma de pensar de los demás integrantes de la barra desde la creación de varios programas sociales y así poder cambiar el estigma que la sociedad tiene sobre el barrismo.

Ya identificado los problemas: para esto se propone la creación de una campaña publicitaria social en la cual se muestre toda la labor social de la barra y su grupo de trabajo Rexixtenxia Social, en la cual se mostrará la barra a partir de la música, el deporte, la educación y la creación de empleo.

Así ha ido alejando a los jóvenes de la violencia y drogadicción; que afecta en gran parte esta comunidad y mostrando a sus nuevos y futuros integrantes la cultura del fútbol y la convivencia, el valor de compartir y tolerar.

SUMMARY/ ABSTRACT

This undergraduate study analyzes how the ideology of the Rexitenxia Norte bars in the city of Medellín Colombia becomes propaganda and what means have been used for this.

To carry out this work we have used interviews with leaders of the bar and we have noticed how over the years they have changed their way of thinking; As for violence, the aim is to change the way of thinking of the other members of the bar since the creation of various social programs and thus to be able to change the stigma that society has on barrismo.

Already identified the problems: for this the creation of a social advertising campaign is proposed in which all the social work of the bar and its working group Rexitenxia Social is shown, in which the bar will be shown from the music, the sport, education and job creation.

Thus it has been moving young people away from violence and drug addiction; which largely affects this community and showing its new and future members the culture of soccer and coexistence, the value of sharing and tolerating.

Palabras claves

Cultura: Conjunto de conocimientos, ideas, tradiciones y costumbres que caracterizan a un pueblo, a una clase social, a una época, etc.

Educación popular: donde los mismos hinchas se eduquen y tengan un aprendizaje de ellos para ellos.

Ideología: Conjunto de ideas que caracterizan a una persona, escuela, colectividad, movimiento cultural, religioso, político, etc.

Pasión: Afición o inclinación viva por alguien o por algo

Barrista: Hincha que integra una barra o seguidores de un equipo. También llamado en algunas regiones barrero.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se refiere a cómo se vuelve propaganda la ideología del barrista perteneciente a la barra Rexixtenxia Norte de equipo Deportivo Independiente Medellín.

Una característica a resaltar en esta investigación es cuál es la diferencia entre barra popular y barra brava y como desde estas diferencias se han creado estigmas de violencia y drogadicción entre sus integrantes y la comunidad en general.

para poder analizar esta problemática es necesario entender aprender a diferenciar estos términos y así entender la ideología de cada una que van desde la territorialidad y la tolerancia con el rival; siendo el barrista popular más abierto en este tema ya que aprende a convivir en varios espacios con su rival, mientras que el barra brava es cerrado en cuanto a la convivencia.

Esta investigación sobre la problemática social se realizó por el interés de conocer por qué han crecido los estigmas sobre este grupo de hinchas y como con el pasar de los años han realizado acciones sociales para cambiar la forma de pensar de sus integrantes y de la comunidad en general.

En cuanto el interés académico quisimos profundizar nuestra investigación en cómo se vuelve propaganda la ideología de este grupo de personas y qué medios utilizan para esto.

En el ámbito profesional como publicistas es conocer este contexto social y así poder crear una campaña social para cambiar el estigma de violencia y drogadicción con el que llegan los nuevos integrantes a la barra.

1.0 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Barra brava del Club Deportivo Independiente Medellín, está viviendo una problemática de violencia física y mental que afecta su estructura interna y al medio que lo rodea a causa de múltiples situaciones, tales como robo, muerte y condenas de prisión. Al mismo tiempo, la drogadicción y el alcoholismo son otros factores que desencadenan actos violentos como también lo que se puede evidenciar con los menores de edad que están asistiendo al estadio; pero estos problemas sociales vienen desde el año 1985 en la ciudad de Bruselas (Bélgica), donde un grupo denominado los hooligans hubo un hecho donde la cifra de muertos alcanzó la muerte de 39 aficionados (32 italianos seguidores de la Juventus, cuatro belgas, dos franceses y un británico) a causa de una avalancha de aficionados en los prolegómenos de la final de la Copa de Europa (hoy Liga de Campeones de la UEFA) entre el Liverpool y la Juventus de Turín, provocados por un incidente entre los aficionados más radicales de los dos clubes. Los sucesos causaron, además, 600 heridos de diversa consideración. La tragedia sucedió solo dos semanas después de la Tragedia de Valley Parade, con 56 muertos. es algo que ocurre cuando se reúnen muchas personas hacia un mismo objetivo, que en este caso es “ir acompañar a su equipo” o como lo dirían algunos hinchas “hasta en la muerte con vos”.

Otro aspecto importante es la falta de oportunidades para ingresar a la Educación Superior; deserción escolar, falta de trabajo, adicionalmente, en sus hogares no se les presta la atención adecuada y el cariño necesario, por este motivo muchos de estos

jóvenes integran las barras bravas, buscando una identidad ante la sociedad. Muchos de los integrantes cambian su ideología y estilo de vida por optar a tener una integración dentro del grupo. Por esto, los conflictos han ido creciendo por el objetivo de liderar y permanecer en una barra. es acá donde ocurre los actos violentos a veces hasta entre sí mismos.

Los integrantes de la Rexixtenxia norte se ubican dentro del estadio en una tribuna llamada popular, la cual se localizan en los extremos en este caso es el lado “norte” del estadio. se puede decir que le hacen un decoración con banderas, las banderas llevan el nombre de “los trapos” y cada bandera lleva el nombre de cada barra o el nombre de su comuna. Igualmente generan cantos que van acompañados de instrumentos musicales con el fin de animar y a su equipo y expresar que los hinchas siempre los están acompañando para llegar a la victoria.

2.0 JUSTIFICACIÓN

Esta investigación es conveniente en el ámbito social, por que a través de ello se podría saber cómo es la ideología que influye en el comportamiento de los barristas del equipo futbolístico deportivo independiente medellín, y como son transmitidos a sus nuevos integrantes como propaganda. sirve para investigar de dónde y el porque el comportamiento de algunos barristas suelen ser tan agresivos con otros; También esta investigación ayuda a observar cómo se incluye un barrista a la sociedad y como la sociedad lo acepta e integra en el ámbito, o simplemente hay una exclusión social, provocando esto un reacción de comportamiento de los barristas.

A través de este análisis se puede dar una solución a un problema que ha venido afectando a una sociedad, que son los actos agresivos entre las barras, que no solo están las personas adultas, si no también menores de edad. Donde esta investigación ayudará a dar una respuesta del porque hay conducta problemática. La solución frente al caso, que puede ser un currículo para una conducta sobre el barrista como tal. Este estudio tiene alcance social, donde hay beneficios para una comunidad y el desarrollo se ciudadanos pro activos.

Se puede obtener un conocimiento de cómo los medios de comunicación hacen propaganda y cómo esto influyen

en el comportamiento de los ciudadanos, esto será útil para crear conciencia sobre la incitación de rivalidad. De este modo el presente trabajo nos informará sobre todos los procesos o campañas sociales que han sido realizados para minimizar la violencia

en estadios y para mejorar la convivencia con los otros barristas y la comunidad en general.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo incide la ideología de los barristas del equipo de fútbol Deportivo independiente Medellín en el comportamiento de sus miembros y como esta es transmitida a sus nuevos integrantes a partir de elementos propagandísticos ?

3.0 OBJETIVOS

3.1 Objetivo general:

Analizar, cómo a través de la propaganda se puede persuadir una persona que recientemente llega a la barra para que esta cambie por completo su estilo de vida y forma de pensar.

3.2 Objetivos específicos:

- Identificar cómo la ideología de la barra se vuelve un asunto propagandístico.
- Reconocer qué tipo de comportamientos son los que más se propagan en las barras y qué medios se utilizan para esto.
- Analizar el cambio que han tenido los barristas a lo largo de de los años y que campañas sociales se han realizado desde la misma barra o terceros para promover un mejor comportamiento de sus integrantes.

4.0 MARCO DE REFERENCIA

4.1 Marco contextual

La población de esta investigación son los barristas del deportivo independiente medellín, que vivan en la ciudad de Medellín que estén en un rango de edad entre los 14 y 40 años, que vivan en un estrato 1 a 4, muchos de los asistentes son fundadores de la barra desde 1998, comenzaron un grupo de amigos donde se pusieron de acuerdo para comenzar alentar a su equipo, se hicieron llamar la 1913 iniciaron hacerle salidas con papel picado, y hacer ruido para que los jugadores se sintieran motivados para el partido, también realizaron sus primeros “trapos” que fueron hechos con costales, con mensajes alusivos al equipo. Después de los años en el 2006 comenzaron a llevar algunos instrumentos un bombo, un redoblante y dos trompetas, incidieron a muchas más personas para participar en la agrupación musical, y así comenzaron, le pusieron el nombre de la Murga del Indigente, la barra apoyó y patrocinó esta idea, y buscó recursos, encontró un cobranding con la alcaldía y la universidad de antioquia donde les patrocinó durante dos años les enseñan gratuitamente la educación de instrumentos, ahora ellos mismos se educan, los que estudiaron les enseñan a nuevos integrantes. la barra le sigue apostando a la educación de cultura de fútbol, donde generan empleo, educación y la convivencia.

4.2 Marco teórico

4.2.1 ¿Qué es publicidad?

Para **Stanton, Walker y Etzel**, autores del libro "Fundamentos de Marketing", la **publicidad** es "una comunicación impersonal, pagada por un patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos. Los puntos de venta más habituales para los anuncios son los medios de transmisión por televisión y radio y los impresos (diarios y revistas). Sin embargo, hay muchos otros medios publicitarios, desde los espectaculares a las playeras impresas y, en fechas más recientes, el internet" Del libro: Fundamentos de Marketing, 13a Edición, de Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce, Mc Graw Hill, Pág. 569.

Según la **American Marketing Association**, la **publicidad** consiste en "la colocación de avisos y mensajes persuasivos, en tiempo o espacio, comprado en cualesquiera de los medios de comunicación por empresas lucrativas, organizaciones no lucrativas, agencias del estado y los individuos que intentan informar y/o persuadir a los miembros de un mercado meta en particular o a audiencias acerca de sus productos, servicios, organizaciones o ideas" Del sitio web: MarketingPower.com, de la American Marketing Association.

4.2.2 Qué es la comunicación?

Para definir qué es la comunicación partiremos de la palabra proviene de la voz latina "Comunicare" quiere decir, poner o puesto en común (flores de gortari, 1998:24).

La comunicación se puede definir como un proceso por medio del cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje, y espera que esta última de una respuesta, sea una opinión, actividad o conducta. En otras palabras, la comunicación es una manera de establecer contacto con los demás por medio de ideas, hechos, pensamientos y conductas, buscando una reacción del comunicado que se ha enviado. Generalmente la intención de quien comunica es cambiar o reforzar el comportamiento de aquel que recibe la comunicación (Martinez de velasco A, y nosnik A. 1998:11)

4.2.3 ¿Qué es la comunicación persuasiva?

La comunicación persuasiva, expresa D'Ambra (2000: 29), “es un proceso que incluye un conjunto de estímulos que modifican la conducta, el contenido del mensaje, la forma en que se integra y el efecto que genera”. Es un procedimiento o una estrategia para conseguir la aprobación de una propuesta, sin embargo, se duda del carácter ético de la persuasión, sobre todo, porque no está clara la finalidad que se busca cuando se quiere persuadir a alguien. De allí, que si el fin que se persigue es bueno y es, en sí mismo, ético, el proceso de persuasión es también éticamente admisible. Por lo tanto, es el proceso que lleva a cabo una persona con la intención consciente de cambiar la actuación de otra persona o grupo mediante la transmisión de un mensaje persuasivo. En consecuencia, la

comunicación implica un proceso de transmisión y recepción de mensajes, cuyos contenidos inciden en el proceso de toma de decisiones y motivación del personal influenciado por la intención de persuadir la conducta y controlar los comportamientos organizacionales de las personas.

4.2.4¿Qué es propaganda?

La American Marketing Association (A.M.A.), define la propaganda como "las ideas, información u otro material difundido comúnmente a través de los medios (periódicos, páginas amarillas, radio, televisión, etc.) en un esfuerzo por ganar a personas para una doctrina o punto de vista".

el Diccionario de la lengua española de la Real Academia Española, la propaganda puede ser entendida como: “Asociación cuyo fin es propagar doctrinas, opiniones, etc.” (2014).

la propaganda no apela a la comercialización de mercancías, pero sí de ideas y doctrinas que en general son adoptadas por grupos sociales de diferente índole. Justamente aquí, y concretamente en la publicidad y el mercadeo, se acuña al término de grupos objetivos o consumidores, dejando claramente establecida la diferencia entre los dos campos de actuación en torno a los procesos persuasivos. En otros términos, el público o audiencia de la propaganda adopta ideas o dogmas como producto esencial, a diferencia del comercial en el que

desde la acción de mercadeo busca como fin último que los compradores paguen por el producto que adquieren. la propaganda puede ser clasificada teniendo en cuenta tres campos, según su finalidad:

- propaganda social: busca influir en la conducta social de los habitantes de una comunidad, es decir, alinear ideológicamente al ciudadano en temas como violencia, crimen y vicios.
- propaganda política: pretende influir en la opinión pública y política del individuo. Su fin último es obtener el voto; también está unida a tiempos bélicos en los que se requiere modificar conductas, actitudes y aptitudes frente a diferentes temas que requieran del control y restricción por parte de diferentes estamentos y organizaciones de diversa índole.
- propaganda religiosa, que busca ganar adeptos e inclinar el favoritismo hacia las diferentes religiones. (Rábago Dorbecker, 2011).

4.2.5 Tipos de Perspectivas

4.2.5.1 La perspectiva religiosa

Muchas personas adoran el fútbol como si se tratara de una orden religiosa; algunos incluso personifican a sus seguidores como fanáticos religiosos. El pasto que crece en el campo de juego es comparado con una reliquia sagrada y el estadio se constituye en un altar. Los jugadores son idolatrados como dioses jóvenes. Un aspecto importante, sin duda, es la significación religiosa de los juegos de fútbol. Gran parte de la población ha remplazado los servicios y festivales religiosos por los juegos de fútbol. Como si se tratara de

un evento religioso, el juego de fútbol no sólo reúne a gran número de personas, también los asocia a una creencia común: un equipo. Retomando la visión de Mircea Eliade, existe un tiempo sagrado en la cancha, donde uno regresa a la tradición del “eterno retorno” donde el espacio es cercado, separado del acontecer del mundo; donde el tiempo nominal se detiene y surge la magia de la comunión en un “tiempo dado” por la energía colectiva. (Roemer, 2008: 31)

4.2.5.2 La perspectiva antropológica-social

Para Johan Huizinga, el fútbol es, antes que nada, una actividad libre. El niño y el animal juegan porque encuentran gusto en ello, y en eso consiste precisamente su libertad. El fútbol no es la vida corriente, o la vida propiamente dicha. Más bien consiste en escaparse hacia una esfera temporal de actividad que posee una tendencia propia. El fútbol se aparta de la vida corriente por su lugar y duración. Estar “encerrado en sí mismo” y su limitación construye su proxémica y temporalidad. Se juega dentro de determinados límites de tiempo y espacio, el fútbol agota su curso y sentido dentro de sí mismo. Dentro del campo de fútbol existe un orden propio y absoluto. (Roemer, 2008: 33)

4.2.6 ¿Qué son las barras?

Las Barras son definidas en la bibliografía especializada como grupos de personas que se mancomunan bajo un ideal, con un sentido de pertenencia y una

pasión desbordante por un equipo de fútbol. Hacen parte de una colectividad que se denomina “hinchada” suscrita en una divisa. Se establecen oficialmente, tienen presencia pública y se auto-reconocen como tal, el cual es uno de los aspectos importantes que incide en el proceso de identificación mutua de sus miembros. De igual manera establecen códigos y formas organizativas que determinan las funciones y responsabilidades de los Barristas, que los diferencia de la noción de hincha y espectador. Su principal objetivo es proporcionarle al equipo el apoyo necesario para que jueguen siempre en un ambiente propicio para ganar.

Las Barras son un escenario particular de encuentros plurales de hinchas fanáticos; en ellas confluyen diferentes etnias, disímiles estratos socioeconómicos, variadas edades, distintos credos y costumbres; también son el lugar en donde se dan procesos identitarios y de reconocimiento a partir de Celebraciones festivas y carnavaleras que les sirve como elementos de visibilización ciudadana y social. (Pardey, 2001:59).

Una vez por semana, el hincha huye de su casa y asiste al estadio. Flamean las banderas, suenan las matracas, los cohetes, los tambores, llueven las serpientes y el papel picado; la ciudad desaparece, la rutina se olvida, sólo existe el templo. En este espacio sagrado, la única religión que no tiene ateos exhibe a sus divinidades. Aunque el hincha puede contemplar el milagro, más cómodamente, en la pantalla de la tele, prefiere emprender la peregrinación hacia este lugar donde puede ver en carne y hueso a sus ángeles, batiéndose a duelo contra los demonios de turno. (Eduardo Galeano, El Fútbol a sol y sombra).

4.2.6.1 Composición y organización de las barras

Las Barras se dividen en subgrupos denominados de diferentes maneras, según la Barra, como parches, combos, bloques, legiones o sectas; que por lo regular se ubican según su demarcación territorial, buscando copar gran parte de territorio en las ciudades. Tal división facilita la organización y dirección de la masa o muchedumbre para los partidos o viajes. Además denota la presencia e incidencia que las Barras tienen en los espacios públicos de las diferentes ciudades del país y la relación dada entre territorio e identidad colectiva existente en estos grupos.

Definir territorio y su apropiación por parte de las agrupaciones de hinchas en el espacio urbano es una actividad compleja, ya que no existen señales y espacios concretos que se logren definir desde la perspectiva del adulto o de la de alguien que no está vinculado a este tipo de colectivos. En cambio, desde la perspectiva de los Barristas, delimitar el territorio lleva a constituir identidades en espacios urbanos, a partir del espacio compartido donde se presentan diferentes apropiaciones simbólicas y de hábitos cotidianos, que conjugan la memoria individual con una memoria del espacio colectivo que convierte a los parques esquinas del barrio en hogares o fronteras prohibidas (Salcedo y Rivera, 2007: 32).

Para que el funcionamiento de la Barra se dé existen en la estructura organizativa de éstas líderes comprometidos y dedicados a los deberes de la hinchada: Estos grupos de dirigencia están conformados por Barristas que han sido elegidos por sus compañeros de subgrupos o que se han ganado a

pulso el reconocimiento de conformar la “elite” de la Barra mostrando su arrojo, sagacidad, valentía, capacidad de riesgo y aguante. Los líderes, los enlaces de la Barra con su contexto, los que “dan la cara” cuando la Barra lo necesita o el medio lo requiere, hacen contactos y establecen relaciones con entidades o personajes para gestionar asuntos del interés de la grupalidad, mostrando una construcción política de representatividad, la cual se ejecuta como una misión (Bolaños, 2006: 28).

En cuanto a la composición de las Barras en Colombia, se puede decir que aunque no existe una caracterización cuantitativa de las hinchadas, la mayoría de estas están compuestas por jóvenes adolescentes y sus subgrupos están situados en barrios de estratos socioeconómicos populares, como se ha denotado en las investigaciones académicas realizadas y proyectos ejecutados con esta población.

Se trata de un fenómeno relacionado con la juventud y especialmente una juventud urbana (PARDEY, 2001) que ante la exclusión y la frialdad social de las urbes, busca nuevas formas de agruparse y de “materializar” sus imaginarios. Como referencia socioeconómica, se advierte que algunos de ellos están integrados al sistema de producción con empleos incluso, en sectores oficiales y del gobierno; desempeñándose en su mayoría en lo que se denomina el subempleo o marginación económica (FRASSER. 1997:21), bien sea por su edad o porque los estudios adelantados han sido pocos y en ese sentido la consecución de trabajo es más difícil. Algunos Barristas son estudiantes de bachillerato y de universidad o de institutos de educación superior y sus actividades o deberes estudiantiles son llevados a la par con las

obligaciones que ellos mismos asumen en las Barras. Algo particular que se encuentra en el barrista es la entrega a su rol de fanático. Este compromiso supera cualquier responsabilidad que se le asigne social o culturalmente y esto es un código o “premisa de acción identitaria” entre sus integrantes. (Bolaños, 2006: 27) Otra forma de sub grupos de Barras que traspasan los límites de lo local, a nivel regional y/o nacional es el llamado como filiales, las cuales son fracciones de las Barras que habitan territorios distintos al lugar de origen del equipo del que son hinchas.”

4.2.6.2 ¿Qué es ser un hincha?

“De acuerdo al documento de hinchas por la paz se definen los conceptos de: Aficionado, hinchas, barristas y fanático. (Inder de Medellín, 2011) afirma que:

Aficionado.

En este nivel pueden identificarse las personas que expresan un gusto por una práctica cultural específica (aficionado a), en este caso a un deporte determinado como el fútbol. Un aficionado del futbol expresa un disfrute sensorial, estético y/o por conocimiento a este deporte como un juego. Bien sea como practicante directo, como espectador participante o por interés de conocimiento. El hecho de que sea aficionado no implica que necesariamente deba tener una preferencia simbólica determinada por los sistemas competitivos creados culturalmente para su práctica de afición.

Hinchas

Puede definirse así a las personas que expresan una simpatía o preferencia por un determinado equipo deportivo dentro del sistema de competencia deportiva actual y que, en la mayoría de los casos, acompañan esta simpatía expresando también un diferente grado de identificación simbólica (Color o colores representativos, escudo, conocimiento y representación gráfica de los triunfos y derrotas del equipo de simpatía, entre otros). A su vez, y como se observa psicosocialmente, los hinchas pueden clasificarse según también el grado o nivel de empatía o identificaciones simbólicas que expresan.

4.2.6.3 ¿Qué es un barrista?

De la palabra barra y de su significado americanizado que se refiere a una multitud de personas que reunidas realizan un apoyo simbólico a otra (s) persona(s) que participa (n) en un determinado juego o prueba expresándose por medio de consignas, cánticos, danzas o cualquier otra expresión de apoyo festivo que busca elevar el ánimo de los competidores. Se denominan así en este orden de ideas a algunos “hinchas” que deciden reunirse y agruparse eventualmente para realizar un apoyo simbólico a un equipo deportivo específico de su preferencia en común.

Fanático

De la palabra fanatismo que se refiere a un grado de atención e identificación extrema por una idea, creencia, práctica, gusto o preferencia sensorial y simbólica. Un fanático expresa su grado de identificación a través de

conductas reactivas y comportamientos eventuales o regulares de confrontación gestual, verbal y, en algunos casos, hasta física y material con otras personas. Esto cuando su(s) sujeto(s), objeto(s) o idea(s) de atención y preferencia sensorial, cognitiva o 39 emocional se ven comparadas, cuestionadas, o confrontadas en situaciones normales de interacción humana, como la competencia con pares que expresan una simpatía simbólica contraria a la suya.”

“Barras Populares Según el decreto 1007 de 2012, los conceptos de Barras populares y barras organizadas son: “Se entiende por barras populares aquellos grupos de aficionados que se ubican en tribunas reconocidas como tales e instauran en las ciudades relaciones tendientes a fomentar las manifestaciones populares y culturales específicas, tales como festejos y carnavales, entre otras”.

Barras Organizadas Se considera barra organizada, para los efectos de este decreto, el grupo de aficionados que se organice bajo cualquiera de las modalidades legales vigentes, con el fin de apoyar el deporte del fútbol. Cualquiera fuere el modelo de organización, la barra organizada debe contar con un representante acreditado.” (Duque, Jaramillo, Marín, 2016, P. 37).

4.2.6.4 Barrismo social

“Es una apuesta a redimensionar las formas de expresión y las prácticas de los Barristas que inciden negativamente en los ámbitos individual, de las Barras de fútbol y en la comunidad, así como a potenciar sus aspectos

positivos. De la misma forma estableciendo su papel como actor en el universo futbolístico y el del fútbol dentro de la globalización y sus dinámicas mercantilistas. Esta propuesta alternativa se fundamenta en procesos formativos tales como el 41 diálogo de saberes, que recogen valores sociales, normas, creencias, ideales y sentimientos y le permiten a los Barristas, sin perder su esencia, re-significar la realidad que los sumerge en su pasión por el mundo del fútbol, y a la vez, asumir su identidad como sujetos sociales y políticos. La propuesta implica la construcción de formas de relación diferentes y nuevas con el Estado y las instituciones, que hasta ahora se limitan a los programas de atención temporal a los jóvenes y a la judicialización, hacia la participación con decisión en el diseño y ejecución de las políticas públicas.”

(Duque, Jaramillo, Marín, 2016, P. 40).

4.2.6.5 Campañas sociales para el barrismo

4.2.6.5.1 “El clásico paisa más largo de la historia”

Medellín vivirá 24 horas continuas de fútbol previas al clásico paisa de este domingo entre Atlético Nacional e Independiente Medellín. La jornada comenzará este viernes, 6 de abril a las 6:00 p. m., en la cancha Marte 1 de la unidad deportiva Atanasio Girardot y terminará el sábado 7 de abril a la misma hora. La jornada se ha dominado “el clásico paisa más largo de la historia”.

En ese lapso se jugarán 24 partidos de 50 minutos cada uno con la participación de 48 equipos integrados por niños, jóvenes, mujeres, periodistas, ex jugadores profesionales, autoridades, hinchas de los equipos antioqueños, entre otros. En total serán 720 jugadores.

La estrategia hace parte de la campaña #EIFútbolCuentaConmigo y busca ratificar el compromiso de la Administración Municipal de promover la conciencia en el fútbol.

“Esta es la primera vez que tendremos 24 horas continuas de fútbol en Medellín y queremos que entre todos los que vivimos este deporte disfrutemos la fiesta y fomentamos la convivencia y el respeto por el rival”, expresó Daniel Palacios Mejía, director del Inder.

El llamado “clásico paisa más largo de la historia” tendrá como etiquetar en redes sociales #Elfútbolnoduerme y tiene como componente adicional una serie de intervenciones, entre las que se destaca, un foro en la institución educativa Rosalía Suárez, de Belén, Jueves 5 de abril.

El viernes y el sábado, paralelo al “clásico más largo de la historia”, se hará la fiesta de la utopía, en la Casa del Encuentro Eduardo Galeano, en Santa Cruz, en la que se hablará sobre las historias que se tejen alrededor del fútbol.

4.2.6.5.2 Aguante musical

Es un proyecto de la Rexixtenxia Norte junto a la alcaldía de Medellín, el objetivo es que a través de La Murga del Indigente (instrumental musical de la barra) se formen a los jóvenes a través de la música.

Realizando en este un trabajo social en el cual se busca que los jóvenes se alejen de la violencia y las drogas, y su vez quitar un poco del estigma del tema del barrismo, también a través de este se está creando la oportunidad de que los procesos de paz que se ha trabajado desde la alcaldía se lleven tanto dentro como fuera del espectáculo del fútbol.

Del barrio a la cancha, [Telemedellín+]. (2018, ene 4). Aguante Musical [Capítulo 15 DBALC] Telemedellín [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=PjyPChg_Js0

Del barrio a la cancha, [Santiago Bedoya]. (2017, ene 18). Aguante musical - La Murga del Indigente [Archivo de video]. Recuperado de (<https://www.youtube.com/watch?v=mWVgpv8aGPM>)

5.0 MARCO NORMATIVO

5.1 LEY 1270 5 DE ENERO DE 2009

"Por la cual se crea la Comisión Nacional para la Seguridad, Comodidad y Convivencia en el Fútbol y se dictan otras disposiciones".

Creación de la Comisión Nacional de Seguridad, Comodidad y Convivencia en el Fútbol. Créase la Comisión Nacional de Seguridad, Comodidad y Convivencia en el Fútbol, como organismo asesor del Gobierno Nacional en la implementación de políticas, planes y programas, así como en la ejecución de estrategias dirigidas a mantener la seguridad, comodidad y convivencia en la organización y práctica de este espectáculo deportivo. La Comisión tendrá su sede en Bogotá, D. C., estará bajo la dirección del Ministerio del Interior y de Justicia, quien contará con la asesoría y asistencia técnica del Instituto Colombiano del Deporte.Coldeportes.

5.2 ACUERDO 075 DE 2017

(diciembre 4)

GACETA OFICIAL. AÑO XXIV. N. 4489. 19, DICIEMBRE, 2017. PÁG. 3.

CONCEJO DE MEDELLÍN

Por medio del cual se institucionaliza la Política Pública para la Cultura del Fútbol

EL CONCEJO DE MEDELLÍN

En uso de sus atribuciones constitucionales y legales, en especial las otorgadas en el artículo 313 de la Constitución Política y el artículo 32 de la Ley 136 de 1994, modificado por el artículo 18 de la Ley 1551 de 2012,

ACUERDA

ARTÍCULO 1o. Institucionalícese la Política Pública para la Cultura del Fútbol en Medellín, la que servirá como referente de ciudad en Latinoamérica y a nivel mundial debido a la construcción, articulación y esfuerzo de todos los actores partícipes en ella.

ARTÍCULO 2o. OBJETIVO GENERAL. Fortalecer los atributos sociales, artísticos, económicos, creativos y culturales para la construcción de capital social, confianza y la promoción de la convivencia alrededor del fútbol y lo que representa para la ciudad de Medellín.

La Política Pública pretende consolidarse como un entorno preventivo contra las diferentes violencias asociadas y no asociadas al fútbol más allá del escenario del estadio. Su naturaleza descentralizada permitirá un mayor marco de acción en el territorio, visibilizando y potencializando los atributos del barrismo social y el deporte en Medellín.

ARTÍCULO 3o. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- a. Establecer un enfoque que fortalezca las potencialidades sociales del fútbol y el barrismo social y no únicamente las estrategias de naturaleza coercitiva y sancionadora.
- b. Fortalecer el trabajo coordinado y corresponsable de las diferentes instituciones públicas (dependencias del ente Territorial, policía) y no públicas (equipos de fútbol profesionales, barras populares y organizadas, medios de comunicación) alrededor de unas metas comunes para la generación de confianza.
- c. Crear herramientas de medición, información y socialización con el fin de realizar un continuo seguimiento y evaluación a los diferentes programas y proyectos que contenga la política pública para la correcta toma de decisiones.
- d. Concebir al fútbol y sus múltiples escenarios como espacios de pluralidad e inclusión que detonen reflexiones alrededor del respeto, la cultura ciudadana y la valoración por la diversidad propia de un deporte que reúne a todo tipo de personas y despierta un sinnúmero de pasiones. El estadio, escenario de reunión por excelencia, debe ser concebido como un laboratorio de ciudad.
- e. Consolidar un proceso dedicado a la memoria alrededor del fútbol donde logren reunirse textos, videos, fotografías, testimonios, que consoliden a Medellín como una ciudad que le apuesta al fútbol como herramienta social y cultural.

6.0 DISEÑO METODOLÓGICO

6.1 Enfoque cualitativo

Lo que propone el autor Los autores Blasco y Pérez (2007:25), señalan que la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas.

Utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes.

Las etapas en las que suelen integrarse los enfoques cuantitativos son fundamentalmente en el planteamiento del problema, Las técnicas que utilizaremos son las entrevistas y la observación de campo, para la recolección de información.

1. Identificar un tema de interés
2. Plantear el problema
3. contexto y población
4. las razones porque se hace el estudio cualitativo
5. Pertinencia cualitativa

La investigación que se realiza en el grupo Rexixtenxia norte de la barra brava de deportivo independiente Medellín está encaminada a disminuir la violencia física.

1. Se identifica la problemática mediante la observación de noticias, publicaciones en redes sociales y comportamiento de muchos hinchas, adicionalmente se tiene el interés por el tema de las barras bravas un fenómeno cultural.

2. Plantea un problema a partir de los resultados de la observación, verificando si es existente, o no.

3. El contexto ya está delimitado sus edades oscilan entre los 14 a 40 años de edad.

4. las razones porque escogemos el método cualitativo porque se ajusta a las necesidades de la investigación teniendo en cuenta los aspectos que delimita Blasco y Pérez

5. instrumentos en la investigación cualitativa la entrevista que se utilizó para conocer los aspectos generales de un líder de la barra brava.

6.2 Diseño cuasi-experimental

Tener un grupo definido en este caso los jóvenes pertenecientes al grupo Rexixtenxia norte de la barra brava del Deportivo independiente medellín, que este ya estaba formado históricamente son los fundadores de la 1913, este experimento puede ser utilizado para medir otras variables en este caso

disminuir la violencia por medio de una propuesta pedagógica enfocada en el fútbol el respeto y la tolerancia.

6.3 Pertinencia de la metodología

Para nuestra investigación es análisis de datos cualitativos, ya que este tipo de investigación extraen significados y conclusiones de datos no estructurados y heterogéneos que no se expresen de forma numérica o cuantificable. Observa los hechos sin tener una observación estructurada, es tal cual la realidad y el comportamiento del ser humano, en un momento específico.

6.4 Población y muestra

La población de esta investigación son los barristas del deportivo independiente medellín, que vivan en la ciudad de Medellín que estén en un rango de edad entre los 14 y 40 años, que vivan en un estrato 1 a 4, muchos de los asistentes son fundadores de la barra desde 1998, existe el liderazgo por 2 y un grupo que se llama la 1913.

La violencia es uno de los problemas sociales más vistos en el país, dada la cantidad de inconvenientes que se presentan por cualquier adversidad.

En Medellín en los años 2013 hasta el 2015 fueron unos años de mucha violencia, las familias dejaron de ir al estadio y muchos de los participantes mal interpretaron la ideología de barra dejándose llevar por un sentimiento negativo generando violencia, entre otros factores.

A partir de que se ese momento comenzaron a buscar la causa del por qué estaba sucediendo todos problemas sociales, y comenzaron a crear campañas sociales, para mejorar la convivencia y trabajar con los valores de tolerancia y el compartir.

6.5 Alcance

Exploratorio-correlacional

Esta investigación tendrá un alcance el cual busca analizar un fenómeno no muy estudiado como lo es la problemática ideología que tiene la barra del deportivo independiente medellín, con respecto a la investigación cualitativa, como lo dice Blasco y Pérez muestra la forma de abordar y evaluar el fenómeno, así mismo hechos relacionados de fútbol la tolerancia, el respeto y el saber compartir.

6.6 Instrumentos de investigación

Estos instrumentos se aplican para determinar la ideología que tiene la barra rexixtenxia norte del equipo deportivo independiente medellín. Son pertinentes en el desarrollo del proyecto de grado.

1.Observación

2.La entrevista

En primer lugar en el trabajo de observación hicimos análisis a varios

documentales que hay sobre esta barra, lo que decían los hinchas, su comportamiento, lenguaje corporal. y dimos como resultado que la ideología de muchos de los barrista estaba errónea o mal interpretada, donde decir que el aguante, que siempre con el equipo; se malinterpreta muchos piensan que es a muerte, y es ahí donde hay un problema de violencia, donde creían que matar al otro, o pelear con el otro le daría mejor aceptación en el grupo social.

A causa de todo lo estudiado, se elabora la entrevista a 3 líderes de la barra, son quienes trabajan toda la campaña social, para la integración de la comunidad y así lograr que muchos hinchas no sigan malinterpretando la ideología, que sepan que tener aguante, que querer al equipo, no es quitarle la vida al otro, tampoco es insultar al otro, no es pasando los limites. Es ser un buen barrista, es querer a su equipo y saber respetar.

7.0 TRABAJO DE CAMPO

7.1 Anexos

7.1.1 Entrevista José

- José David Castrillon Velasquez, alias “Lengua”. Líder parte social y encargado de viajes.

¿Hace cuanto tiempo pertenece a la barra? R/:José: ”voy a la tribuna desde el 2001, pero hago parte de la barra desde 2004”

¿Cómo ingreso a la barra? R/:José: “2004 solicited para hacer un trapo a los antiguos líderes que habían, daniel barajas entre otros y comencé a interesarme por el tema de los instrumentos musicales, comencé a tocar bombo en la tribuna,

cuando eso no existía la murga y no existía ningún tipo de instrumental eran tres bombos y dos redoblantes, y me empecé a involucrar con el tema de la pegada de trapos. después comencé todo el camino, llegué a ser el encargado de la venta de la boletería de la taquilla de la barra cuando tenía 16 años, en la tribuna norte y luego comencé administrar la tienda rexixtenxia norte en el 2009. Hoy en día me encargo de los viajes tenemos en diferentes líneas varios grupos de trabajo, soy el encargado de los grupos de viajes, grupos sociales y las relaciones públicas, entonces me encargo del grupo de pelaos que consiguen los buses, realizando el listado de los viajes, la venta de boletería de visitante, con el proyecto social tenemos un grupo de voluntarios con los que ejecutamos todos los proyectos sociales y culturales de la barra. A parte de eso el tema de los proyectos sociales yo soy el coordinador soy el que los desarrollo y los supervisa, el que hace las remisiones de cuentas para las entidades públicas y privadas que nos ayudan para que esto sea posible y soy el encargado de relaciones públicas en la barra en temas de políticos con las entidades locales, con los centros gubernamentales, las entidades privadas y demás.

¿Cual es la organización jerárquica de la barra? R/:José: “Sí, sí la tenemos esta depende de diferentes líneas están los dos líderes máximo de la barra que son Edison ramirez y Andres felipe mejia uno está privado de la libertad y el otro está por fuera del país, ellos son los dos líderes de la barra. En una segunda línea el principal grupo de trabajo que son los que ligan diferentes grupos a los que ellos están a cargos, entonces es una figura que la denominamos la 1913 está compuesta por 14 personas en el momento que estamos acá pendiente de todo y nos dividimos los roles, entonces esta la encargada de la murga del

indigente que es la agrupación musical, está el encargado de la seguridad y el apoyo logístico que es un servicio que le brindamos al medellín y a la alcaldía, está el encargado del club deportivo, está el encargado de la tienda rexixtenxia norte, estoy yo como encargado de viajes y proyectos sociales y relaciones públicas, está el encargado de comunicación con el club y jugadores, está el encargado de boletería, se me olvidan no me acuerdo cual otra línea hay, la 19193 somos 14 personas que nos encargamos que todos esos grupos de trabajo funcionen somos los que la lideramos.

Como segunda línea jerárquica viene siendo los líderes de cada parches, la tercera viene siendo los líderes de trabajo o sea la murga, la logística, la LBT (la banda de los trapos), y la cuarta vienen siendo los parches”.

¿Cual es la ideología de la barra Rexixtenxia norte? R/:José: “La ideología de la barra es la misma de toda la vida, que es acompañar al medellín en las buenas y en las malas, sin importar la posición que tengan en la cancha o la situación del club, esa es la unica ideologia que a tenido la barra desde sus inicios, acompañar siempre al independiente medellín sin importar su género, su raza, su preferencia política, religiosa o sexual. Es alentar y apoyar siempre incondicionalmente al Deportivo Independiente Medellín donde quiera que juegue. Que algunas personas la han querido mal interpretar y han querido decir que no hacer pactos con los verdes o no trabajar por la convivencia eso no hace parte de la ideología, eso nunca estuvo involucrado en la ideología”.

¿Qué significa las x en el nombre? R/:José: “ Cuando Chixpax uno de los fundadores de la barra estaban definiendo el nombre, Chixpax era el encargado

de las banderas de esa época sugirió resistencia y lo escribieron con las s, sin embargo él dijo que no que tenían que tachar todas las represiones que tuviera la hinchada del medellín, entonces la primera X significaba tachar al rival y sus burlas, la segunda X a la prensa, detractores y directivos, a la gente de la sociedad que recriminaba a la gente hincha del medellín y la tercera X era la próxima estrella que iba a ganar el club con el apoyo de la hinchada”.

¿Qué es Rexixtenxia Social? R/:José: “Para mi si es un orgullo decir que netamente me lo inventé yo, es un proyecto, un grupo de la barra que hoy en día con el apoyo de Sara Parra y Maria Clara fonseca dos profesionales con las que contamos en la barra logramos tener un grupo de casi 35 voluntarios los cuales nos encargamos de formar las personas de la barra de capacitarlos para que nos apoyen con todos los procesos sociales y culturales que como barra realizamos, además de eso que se vayan formando desde diferentes dependencias en su ámbito profesional ellos nos apoyan de manera voluntaria y vamos realizando el proceso esos procesos académicos que nos ayudan a fortalecer todas las actividades que realizamos, también el impacto social que generamos es el apoyo a la comunidad general no solo a los hinchas del medellín”.

¿hace cuanto nace Rexixtenxia social?R/:José: “Se me ocurrió a mi mas o menos en el 2013, porque en ese año fue el centenario del equipo fue un año muy traumático para la hinchada ya que se vio inmersa en varias problemáticas de violencia por lo cual a mi me toco motilarme, entonces yo que estoy encargado de los proyectos comenzar a limpiar mi nombre porque estaba siendo objeto de señalamiento en la calle, entonces en toda publicación que yo hacía

con referente a los proyectos sociales, coloba que éramos una rexixtenxia social, que nos importaba lo social, lo cultural, lo pedagógico, deportivo, los emprendimientos y que esa era nuestra.

¿qué programas se manejan en Rexixtenxia Social?R/José: “En este momento se está haciendo una campaña que es adoptar a un abuelo, a un adulto mayor, por la contingencia que tenemos a nivel mundial se están brindando ayudas de carácter humanitario y se está regalando unos mercados a personas vulnerables, estamos pidiéndole a la gente que se contagien un poco de la empatía y que la solidaridad les de para brindarle a alguien que lo necesite, están también unas jornadas de formación en liderazgo que trata de diferentes disciplinas y ayudan a que los jóvenes voluntarios de rexixtenxia social vayan adquiriendo conocimientos que le ayuden para su formación académica, porque la mayoría son estudiantes o profesionales ya de algunas de las áreas sociales como planeación en desarrollo social, comunicaciones, pedagogía infantil, licenciatura de lengua castellana o de educación física, psicología... Entonces estamos logrando trabajadores sociales, estamos logrando de que vayan adquiriendo más conocimientos y están los procesos sociales y culturales de la barra por ejemplo aguante musical, que es la capacitación musical a diferentes integrantes de la barra, que luego pasan hacer parte de la murga del indigente. También está un tipo de aguante que vamos a iniciar que es aguante audiovisual que es formar en términos audiovisuales y de comunicación a integrantes de la barra para que empiecen a interesarte por el medio de comunicaciones y aporten a la barra. Está el club deportivo rexixtenxia norte, no es dirigido por rexixtenxia social pero si es una labor social y deportiva que nosotros realizamos, le

enseñamos a más de 130 niños de manera totalmente gratuita el sentido del deporte la importancia del rival formarlos no solo como deportistas sino como personas, entre otros la verdad son varios”.

A lo largo del tiempo, se puede percibir que muchos medios de comunicación solo muestra la violencia, muestran como lo negativo que sucede en las barras, y eso le crea un imaginario a las personas que apenas están llegando ¿Cómo han hecho ustedes desde rexixtenxia norte para cambiar ese imaginario con la que la gente llega?

R/:José: “Con ese imaginario llegan las personas día tras día pensando que la barra es generadora de violencia, nosotros como barra por eso realizamos diferentes medios, en alguna oportunidades cuando se presenta algún problema, nosotros mismos vamos hasta los barrios de los parches los acompañamos y constantemente estamos tratando de involucrar a las personas de la barra con mayor énfasis a los que son problemáticos los tratamos de involucrar en toda la parte institucional que administraciones locales ofrecen, así tratar de robarle jóvenes posible detonante de violencia a las guerras absurdas que se presentan en la ciudad y tenerlos enfocados en mira social en positivo y que constituyan el barrismo como un estilo de vida social positivo para ellos y para sus compañeros, aparte de eso lo que nosotros podríamos hacer por ellos en caso de una problemática es un grupo de mediación, o intervenir en un proyecto social y cultural; ya que son suficiente las guerras y las problemáticas sociales de violencia que tiene la ciudad como para sumarle una más por el fútbol”.

¿Cómo a sido el apoyo de comité de convivencia del fútbol hacia la barra?

R/:José: “En la administración anterior creo que fue un 90% positiva incluso no habíamos llegado a tal positivismo con ninguna otra administración, con esta tenemos grandes esperanzas esperemos que nos vaya muy bien también pero hasta el momento como no habido ningún plan de desarrollo ni nada, estamos como frenados. Estamos esperando que todo comience a marchar a ver que tal nos va”.

7.1.2 Entrevista Camilo

- Juan Camilo Atehortua Bustamante, alias “Kmilito”. Líder la murga del indigente y trabaja en secretaría de medio ambiente como guía ambiental.

¿Hace cuanto tiempo pertenece a la barra? R/:Camilo: “Yo comencé a caer más o menos 2001 o 2002 desde eso asistía, y ya metido así muy de lleno 2005 o 2006 cuando empezamos con lo de la murga y eso”.

¿Cómo empezó la murga del indigente?R/:Camilo: “Pues por mi cuenta empezó a mi me habian regalado un redoblante pues acá en envigado, entonces yo asistía a los partidos con el redoblante así por mi cuenta, por que la barra solo tenía un bombo pues en ese tiempo, entonces yo me parchaba a tocar ahí y ya los muchachos de ese tiempo que eran cope, yeyito hablamos con varios y que para que organizaremos algo más estructurado y ahí comenzamos a convocar gente los que tenían instrumentos y se nos comenzaron a unir más que todo los de barbosa con juan, él tenía unos instrumentos y nos fuimos metiendo pues hay

a la murga, comenzamos hacer rifas, hacer un montón de cosas y se juntando más gente, llegando más gente y ahí empezó el proceso como tal”.

¿Cuándo empieza a meter vientos en la murga? R/:Camilo: “ como al año o a los años todos comenzaron a llegar, hubo un tiempo que un parcerero que aún asiste es de los Belgax, Kalifa el tocaba en una banda de Manrique, y un video muy famoso que es tocando el universo rojo, que tocaba esta pelada Fanny, eran varios ahí. Bueno él los llevó una vez a un partido, pero no eran así de la barra, tocan en una banda y fue como la primera vez que se metieron vientos, pero después de la EEUU, un hombre llamado Fercho, él nos regaló las dos primeras trompetas una roja y una azul, que eran muy famosas pues en ese tiempo, y la tocaban el líder de Demenxia más conocido como el Diablo, y otro pelado llamado Ronald que también era Demenxia.

¿Qué cargo desempeña en la primera línea de la barra? R/:Camilo: “La instrumental y todas las redes sociales de la barra”.

¿Porqué la murga del indigente?R/:Camilo: “Indigente es la chapa que nos pusieron los del nacional, y la gente le gusto como la chapa, y en esos tiempos cuando iniciamos con la instrumental veíamos muchos videos de argentina y todo ese tipo de cosas, nos gusto mucho todo esas cosas de la murga, lo que conlleva hacer una murga, nos gusto el nombre y pusimos murga del indigente”.

¿Qué requisitos deben cumplir las personas para pertenecer a esta?

R/:Camilo: “En el 2006 era muy fácil llegar a la murga necesitábamos era pelados gomosos que quisieran tocar, que así no supieran nada, que todos

empezamos así empíricos con ganas eso era lo que motivaba y viendo videos de barras argentinas, entonces en esos tiempos no habían requisitos, ya debido a todo el proceso que hemos llevado, gracias a la alcaldía con la barra que hizo ese empalme, como en el 2008 fue el primero que empezamos todo el proceso de aguante musical que nos comenzaron a capacitar, que en estos momentos llevamos 12 años seguidos capacitandonos, entonces ya hoy en día es más diferente que pueda entrar una persona a la murga como antes”

¿Qué es aguante musical? R/:Camilo: “son capacitaciones gratis para 50 personas de la barra, en ese tiempo estaba saliendo a flote como la instrumental. Capacitaciones gratis en vientos y en persecución, trompeta, trombon, saxofon, y todo tipo de persecución que era bombo, redoblante en ese tiempo. ya hoy en día le metemos lo que es zurdo, repiques. Comenzamos con la universidad de antioquia con Feria de música los dos primeros años, ya después en el 3 año en adelante la barra siguió con el proyecto sin depender de la universidad de antioquia, se contrataron los profesores por varios años y ya ahora, son los mismos pelados de la murga que son los que dan las clases, entonces eso es lo que ha ayudado a la murga a que sea reconocida y que ahora la reconozcan a nivel nacional e internacional”.

A parte de aguante musical ¿què programas pertenece la murga del indigente para la convivencia del fútbol? R/:Camilo: “la murga tiene el conocimiento social desde hace mucho tiempo, que hemos venido realizando. halloween murguero, en la navidad al ritmo de la murga, pero todas esas cositas se han ido dejando por que ya la barra tiene como el énfasis en lo social,

entonces ya la murga hace más fácil parte de la barra. ahora somos una barra, antes lo hacíamos individual pero ya como la barra tiene ese movimiento de reixitxia social y todas esas cosas, entonces ya nos vinculamos al proceso de hacerlo unido”.

¿Los semilleros de lmdi vienen siendo los mismos de aguante musical?

R/:Camilo: “Nosotros tenemos lo que es semilleros, vacacionales y aguante. El aguante es un proyecto que hace la barra, que viene siendo lo mismo pero la barra es la que hace toda la gestión incluyendo la económica para realizarla esta se hace una vez al año, los semilleros son 6 meses pero el joven tiene que pagar algo, no es muy caro. un profesor de música nos cobraba 60 mil la hora, y eran 3 o 4 horas por día. lo que cobramos en el semillero son maximo 100 mil pesos, por el semestre, es más que todo es para los pasajes para los profesores que tenemos. son cosas mínimas como para poder darle la capacitación a los pelados, se le enseña desde 0. en 6 meses se capacita, si la persona queda mela para tocar entra a la murga, si no le toca volver a repetir. y el vacacional se creó hace dos año, que se creó por la sede adminitrativo (nosotros tenemos como líder por instrumento). entonces la murga paga ese vacacional para las personas que quieran pero es más corto 15 días o 3 semanas, es intensivo. hay también se observa quién está bien para tocar y entra a la murga”.

¿Cuentan con algún apoyo externo a la barra? R/:Camilo: “Hace años fue

un controversia también, vos miras que nosotros vamos a eventos, a cumpleaños, matrimonios. pues a mucha gente no le parecía que nosotros hiciéramos esas cosas, por la ideología, entonces nosotros explicamos que

nosotros queríamos llevarle felicidad a los hinchas del medellín, y la barra decidió darnos autonomía en eso entonces con los toques, recogemos fondos, entonces ya tenemos autosostenimiento para que la barra no tenga que darnos todo, entonces ya tenemos eso más organizado y ya con la alcaldía, desde que llegó federico gutiérrez que creamos cultura del fútbol, que comenzamos a tocar en conjunto con LDS, la sinfónica y llevándonos a eventos de gran escala en la ciudad, como feria del libro, concierto de la juventud, entre otros. Entonces con esos toques nos ha llegado más fondos, entonces ya tenemos una manera de sostenida mucho más fácil”.

¿Ahora con el nuevo alcalde se ha podido desarrollar algo? R/:Camilo:

“Hubo un primer acercamiento, el también es muy futbolero. A parte cultura del fútbol dio de mucho que hablar, no a nivel nacional sino a nivel internacional. Medellín se volvió como ejemplo de convivencia de hinchada en el mundo, inclusive el último juego que hubo acá en la ciudad vinieron gente de chile, argentina, todo este tipo de países donde es complicado, y miraban esto y como que no se las creían, ellos saben que este proyecto da frutos y además el fútbol ya está establecido, o sea que sí o sí tienen que trabajar con las barras esto lo logró Carvalho que firmaran esa política, entonces cada alcalde nuevo tiene que hacer cumplir lo que es cultura del futbol”.

7.1.3 Entrevista María

- Maria Clara Fonseca Echeverri, Líder de Rexixtenxia Social, Estudiante de la Universidad Católica Luis Amigó.

¿Hace cuanto tiempo pertenece a la barra?: Maria: “ Más o menos 16 años”.

¿Cómo ingreso a la barra? Maria: “Mmmm pues.. ingresé con mi parche.. yo soy de Belén empecé a ir al estadio con mi hermano.. con la gente pues de aquí de belén .. y así, hasta que empecé a llegar a quedarme y hacer parte”.

¿Qué es rexixtenxia social? Maria: “bueno, resistencia social es el corazoncito social de la barra, es mi hijo, es un equipo conformado por, en este momento por 36 integrantes y no integrantes de la barra pues es de gente que es de paso o gente que no más va a norte o a oriental, pues así hincha del Medellín y está interesado en lo que es la acciones sociales , y a parte que está interesado en las acciones sociales en hacer las actividades también están prestos y tienen la disponibilidad y compromiso de capacitarse así mismo sobre los temas las actividades que hacemos nosotros”.

¿Qué cargo desempeña en rexixtenxia social? Maria: “ yo soy la coordinadora y la psicóloga de la barra”.

¿Qué problemática trabajan desde este programa?Maria: “ bueno desde resistencia social es un grupo , es un equipo muy visionario, estamos... hemos trabajado tanto en la identidad, la identidad como rexixtenxia norte, este paso o esa creación de identidad de barra popular ayer viene a mover muchos pilares y muchas cosas que con las que se comenzó la barra el hecho de que hoy en día llegar y sentarse con los sureños a determinar que se va a trabajar cada semana de la mesa pedagógica , en el comité de convivencia en el fútbol son momento que nunca antes En un principio de las barras se podían dar o se debían de dar

, entonces hay que reforzar mucho lo de la entidad y construir entre todos lo que es la barra popular entonces hemos trabajado eso también, también hemos trabajado las charlas en los colegios que busca también eso culturizar a estos chicos de Medellín o nacional que van creciendo que sepan que es una barra popular y a que van a llegar al día de mañana que vayan a una popular también hemos trabajado y estamos trabajando en general una conciencia ambiental. Como decía ayer estamos en deuda con lo ambiental y somos uno de los que más generan contaminación y no nos preocupamos por ello, por ejemplo un tipo es mucho el plástico que dejamos ahí tirado y como nos hacemos responsable por ello, entonces también desde REXIXTENXIA SOCIAL nos hemos pensado campañas de como recoger y concientizar a la gente de recoger en el mismo espacio el plástico y tratar de reutilizarlos, son varias cosas, por ejemplo este de adoptar un adulto mayor la campaña que tenemos en este momento que estamos realizando fue algo así loco que literalmente amanecí con la idea y la empiezo a desarrollar como personal, pues como una idea de generar empatía en los otros, ve vos pensante en la manera que puedes ayudar a otra persona que lo necesite y llegué y empecé hablar con José y con Sara ---- que somos los creadores de REXIXTENXIA SOCIAL, yo vení tengo una idea como la llamamos y la hacemos desde REXIXTENXIA SOCIAL, ah listo nos pusimos la camiseta y hoy en día la campaña, creció mucho, ya 120 mercaditos hemos regalado, ahí vamos con las redes sociales – con las campañas de la escuela barrista como unos no recuerdo como es la palabra como es la palabra técnica de poder generar unas preguntas ¿tu que sabes del equipo, ¿que sabes del historial del Medellín? Y a partir de las respuestas a o último llevar a la respuesta correcta – de que tanto

conocemos al equipo pues son muchas las cosas. rexixtenxia social lleva año y medio para un equipo que lleva tan poquito tenemos muy buenos resultados porque antes éramos José Sara y yo los que trabajamos los de la barra hasta que llegamos y dijimos porque nosotros 3 solamente” ¿ si tenemos la capacidad de crear un equipo que nos apoye en esto? .

¿Cual es la diferencia entre: barrista, hincha, fanático y aficionado? Maria:

“barrista es aquel que tiene aguante , va al estadio va una popular que viaja, aunque hay barrista que no viajan pero igual sienten la misma pasión de un barrista aquel se identifica como barrista porque barrista no es aquel que tiene la camisa sino que el mismo se identifica como barrista porque hay gente que va a la popular que no se identifica como barrista si no como hincha entonces también es importante.

Hincha. aquel que quiere a su equipo lo sigue por radio por tv, pero no de una manera tan, tan de tanto aguante y de tanta pasión porque el hincha también siente pasión no decir que no lo quiere porque primero vos sos hincha y luego barrista, algunos son hinchas barristas. Lo que te hace barrista es ese aguante, ese decirte y nombrarte como barrista, viajar aunque también el hincha viaja, entonces la verdad para mí en concepto y conocimiento barrista es aquel que se nombra y que se junta con la barra y también se nombra como barra.

El Fanático es un hincha o un barrista totalmente sesgado por el equipo o por su fanatismo que no ve más allá de una razón una certeza o una verdad, como pasa en cualquier fanatismo religioso o político.

El aficionado es aquel que le gusta el fútbol y simpatiza con el Medellín o cualquier otro equipo”.

¿Que es el barrismo? Maria: “bueno, barrismo es como... como ese conjunto de personas que se identifican con un mismo modo de seguir al equipo y aparte se reúnen y así llegan a conformar una fraternidad nosotros mismos lo llamamos familia, entonces el barrismo viene a ser como ese, ese grupo, ese segundo hogar como ellos también lo llaman”.

¿Cuales son los pilares del barrismo? Maria: “son: Educativo, político ,deportivo recreativo , económico , cultural ,ambiental y social”.

¿Cuál es la diferencia entre barra brava y barra popular? Maria: “haber el contexto en el que se desarrolla el uno y la otra , su historia, por ejemplo se hablaba ayer de la barra brava en argentina ver que cada equipo o pueblo o barrio y tiene su misma plaza en donde juegan, se puede dar esa territorialidad y no están inmersos o obligados a competir con un rivalidad porque si se supone que yo soy de Medellin vivo en Medellín no tengo porque se hinca de ningún otro equipo, por naturaleza yo nací acá tengo que hincha del equipo , entonces no se ve la necesidad de compartir con el rival es la primera diferencia entre la una y la otro la territorialidad y la tolerancia del rival , en una acá nos toca ser tolerantes con el rival tenemos que aprender estamos aprendiendo y construyendo en la convivencia con el rival que no es fácil pero tampoco es imposible , ayer me preguntaros si había drogas en el estadio porque íbamos hablar del barrismo social , la violencia está y siempre va estar , la rabia, la envidia siempre va estar todas esas emociones porque son totalmente naturales ,

es hacerle frente a esas situaciones que se nos presentan de diversas maneras una más acorde a las situaciones a no dañar al otro mi inconformidad y el desacuerdo siempre va estar, el hecho que digamos que vamos a convivir entre la diferencia no quiere decir que vamos a ser amiguitos y vamos aceptar al otro y vamos a compartir como si fuéramos hermanos no. El hecho es aceptar que estas y como estas también te tengo que respetar lo mismo que vos me tenés que respetar a mí entonces estamos en ese proceso”.

¿Desde qué momento una persona empieza a construir su identidad como barrista? Maria: “desde que empieza a ir al estadio o va a una tribuna por ejemplo, se construye desde que ella desee obviamente tiene que ir a una popular, si sos barrista, no podes ser barrista de televisión”

¿Qué acciones han tomado desde Resistencia Social para cambiar el estigma de violencia y drogadicción que hay alrededor del barrismo?

Maria: “Mostrando estas cosas que se están haciendo y dejando a un lado los medios amarillista, te lo juro son más las acciones de estas sociales, que la pelea que pasó en Colombia porque esa pelea va pesar mucho más que las mil acciones que hemos hecho, el año pasado hicimos 7 ferias nadie habló de las ferias ,pero hablaron de la pelea que hicieron en Colombia , pero también nosotros desde resistencia social tenemos una campaña de sensibilizar tanto oriental como occidental , contándoles e invitándolos a todas las cosas que nosotros hacemos”.

¿como ha sido tu experiencia como un hincha que pertenece a la rxn?

Maria: “En diciembre llegar y tener una clausura de 25 chicos que durante todo

el año hicieron parte de las actividades, se capacitaron muy juiciosos y pensándose en lo social para mí eso fue un sueño hecho realidad como barrista. Te lo juro que desde el pregrado de psicología pensaba me babeaba por eso. Y muy próximo entre mis sueños a mediano plazo hacer de rexixtenxia social un semillero de investigación”.

8.0 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

8.1 Observación

El barrismo a través de los años ha cambiado a partir de las campañas sociales que se han ido realizando de parte de la alcaldía de medellín y los barristas que han participado en ellas. logrando así el cambio de la estigmatización que tiene la comunidad en general sobre este tema, debido a que los barristas los años anteriores solo generaban hechos de violencia alejando a las familias y gran parte de la hinchada del estadio, debido al temor que generaba.

Otro cambio que se puede notar es la disminución de los índices de machismo dentro de la barra siendo más inclusivo con las mujeres que pertenecen en en la barra, como se puede notar que en tiempos de inicio de la barra las mujeres no podían estar en la instrumental del Deportivo Independiente Medellín más conocida como La Murga del indigente, tampoco podían coger las banderas del equipo (los trapos), y no podían decir que eran de la barra, como tampoco pueden salir en las fotografías, ahora todo ha ido cambiando en La Murga del

Indigente hay aproximadamente 15 mujeres tocando instrumentos, las mujeres pueden portar camisetas de sus combos, salir en fotografías, decir que son de tal combo. Inclusive hay porristas del equipo donde son mujeres que alientan de a su equipo de una forma diferente, y en cada partido están presentes. pueden llevar su identidad con ellas sin ninguna discriminación y ser líderes de los ya mencionados.

Aparte de eso, la integración familiar y con los menores de edad enseñándoles que el barrismo no es violencia, para ello en la Murga del Indigente pueden ser partícipes de ellos, al igual que a la escuela del fútbol del Deportivo Independiente Medellín o Club Deportivo Rexitenxia Norte, el torneo anual que hacen entre todos los combos de las barras, escogen un barrio ganador y la cancha donde participan todos los combos y apuestan algo de dinero, pero el mayor interés es la participación y la integración de todos los combos.

la alcaldía ha brindado apoyo a los integrantes de la barra desde la generación de empleos en proyectos de barrismo social, con lo cual estos pueden mantener a sus respectivas familias alejándose así de actividades que están al margen de la ley y generan a su vez recursos para el sostenimiento de la barra.

La barra también cuenta con un programa en el cual se le paga a personas por la decoración de las tribunas, y la confección de las banderas gigantes con las que engalanan cada fecha la tribuna popular.

Hay eventos de la alcaldía donde participan la Murga del indigente y los del sur, tocando en unión.

8.1.1 Cultura de argentina

En argentina se vive el fútbol de manera territorial, donde cada equipo tiene su estadio, y su zona para que los hinchas viven alrededor de su templo, tienen fronteras invisibles donde un hincha de un equipo x no tiene nada que estar haciendo en el otro barrio, las mujeres son hinchas pero no las consideran como barristas, no salen con camisetas de parches por hay en la calle para evitar los problemas.

Lo que se puede notar el barrismo en colombia ha ido cambiando a través de los años al inicio cogió la cultura de argentina, pero fue cambiando en medellín los hinchas desde pequeños aprendimos a compartir, a compartir estadio, ideas y cultura. porqué en la familia siempre hay hinchas de los dos equipos, y sin embargo no nos matamos por tal diferencia, cuando la población comenzó a comprender esto fue cambiando y fue cogiendo su propia cultura de fútbol, donde se volvió más tolerante, más unida. Ahora con la contingencia del coronavirus, se unen las barras sin importar el color para hacer un bien común, ya sea con la donación de mercados y auxiliar a las personas que lo necesitan.

8.2 Análisis de información

En la investigación nos hemos dado cuenta que la barra rexixtenxia norte, hinchada del equipo Deportivo Independiente Medellin desde que surgió ha tenido la misma ideología de acompañar al medellín en las buenas y en las malas, sin importar la posición que tengan en la cancha o la situación del club, pero, el barrismo colombiano y tanto como esta barra adoptaron una cultura de

barrismo totalmente diferente a la que ahora se está viviendo, y eso dio a pensar que la ideología de la barra rexixtenxia norte del siempre estar y siempre acompañar, también lo entendían como un acto violento, no importa las circunstancias con la drogadicción, y las mujeres buscando la aceptación con la prostitución. A través de los años la cultura a ido cambiando en esta barra, optaron por educar y coger cultura de fútbol diferente a lo de otros países, comenzaron a ser tolerantes con el rival, incluyentes con las mujeres, educativos con los nuevos integrantes, y cambiar todo tipo de mito o estigmas que la gente tiene con el barrismo, ahora es la integración de las familias, que todos los hinchas vuelvan a la cancha con paz.

9.0 CONCLUSIONES

La presente tesis tuvo como objetivo en cómo incide la ideología de los barristas del equipo de fútbol Deportivo independiente Medellín en el comportamiento de sus miembros, nos hemos dado cuenta que el compartimiento no depende de la ideología de cuya barra, sino el adoptar un cultura de otro país frente a esta situación, pero al pasar los años muchas personas se dieron de cuenta que lo único que estaba haciendo era afectando toda la sociedad, por qué no están en las mismas condiciones, ni en los mismo pensamientos, iniciando por qué en Medellín y en los estadios colombianos se comparten estadios con el rival, los hinchas de los dos equipos deben de compartir zona donde viven, y en la parte familiar hay hinchas de dos equipos, se han ido dando cuenta que lo mejor que se puede hacer es cambiar la cultura de fútbol con tolerancia y integración. Por parte de los medios aunque se siga haciendo rivalidad y en muchos eventos salga clásico a muerte y cosas que pueden incidir a la violencia, se han dado cuenta que es mejor aportar a la paz y han ido cambiado la redacción de sus titulares, y apoyar todo lo que se está haciendo desde el gobierno, los barristas y la sociedad.

10.0 RECOMENDACIONES

Por consiguiente, el trabajo de grado si puede ser utilizado para implementarse en la población donde tengan estos problemas con la ideología, o casos de violencia. Esto se evidencia en sus resultados finales. Por otro lado cabe resaltar que la ideología a través de su interpretación puede ser mal interpretada, es un fenómeno muy difícil de manejar, pero; a través de las campañas sociales y educación se puede mejorar la cultura del fútbol. Así que la investigación nos arroja que la educación es lo primordial para mejorar el comportamiento, y el cambio de la cultura.

Según lo mencionado la barra Rexixtenxia Norte son un fenómeno cultural, históricamente pasaron de una subcultura del barrismo, para ir modificando y creando su propia cultura, una cultura de respeto, del saber compartir, de ser tolerante. En la actualidad con lo investigado se indago que el problema era la adaptación de una cultura, con contexto diferente, ubicación diferente. Esto estaba provocando un problema social y de género violento.

11.0 BIBLIOGRAFÍA

- <https://www.mincultura.gov.co/areas/poblaciones/grupos-de-interes/Documents/Documento%20Poblacional%20sobre%20el%20Barrismo%20en%20Colombia.pdf>
- https://repository.uniminuto.edu/bitstream/handle/10656/4997/TTS_DuqueMiraPabloAntonio_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- <https://www.youtube.com/watch?v=eJOXLA5Z1Pc&feature=youtu.be>
- <https://www.inder.gov.co/index.php/es/sala-de-prensa/noticias/274>
- https://www.youtube.com/watch?v=PjyPChg_Js0
- <https://www.youtube.com/watch?v=mWVgpv8aGPM>
- <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=34491>
- <http://www.marketingpower.com>
- https://www.medellin.gov.co/normograma/docs/a_conmed_0075_2017.htm