



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN
PROGRAMA DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL

Trabajo de titulación previo la obtención del título de:
Licenciado en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional

TEMA:

**DISEÑO DE UN PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS PARA
CANALIZAR LOS ACTOS VIOLENTOS DE LAS BARRAS
BRAVAS, EN BUENAS ACCIONES, CASO: “SUR OSCURA
QUITO”**

Autora: María José Cevallos Carrera

Director: Cecilia Céspedes

Quito-Ecuador

2012

Del contenido del presente trabajo se responsabiliza su autora

María José Cevallos Carrera

***Agradezco inmensamente a mis
abuelitos; sin su apoyo, cariño y
compresión no hubiera llegado a ser lo
que soy.
Gracias por cuidarme y guiarme durante
toda mi vida.***

ÍNDICE

Portada.....	i
Autoría.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice.....	iv
1. INTRODUCCIÓN.....	ix
2. PROTOCOLO DE TESIS.....	x
2.1 Título del Tema de Tesis.....	x
2.2 Planteamiento del Problema	x
2.3 Sistematización del Problema.....	x
2.4 Objetivos.....	xi
2.5 Justificación	xii
2.6 Idea a Defender	xiii
2.6.1 Variable Independiente	xiii
2.6.2 Variable Dependiente.....	xiii
2.7 Marco de Referencia.....	xiv
2.7.1 Marco Temporo Espacial.....	xiv
2.7.2 Marco Conceptual	xiv
CAPÍTULO I.....	1
1. Generalidades	1
1.1 Definición de Barra Brava.....	1
1.2 Antecedentes Históricos.....	4
1.3 Estudios Previos.....	7
1.3.1 Aporte de la Psicología	7
1.3.2 Psicología Social.....	8
1.3.2.1 Teoría del Aprendizaje Social.....	12

1.3.2.2 Teoría del Balance	16
1.3.3 Estudios Socioculturales	27
1.3.3.1 El Fútbol Como Deporte	27
1.3.3.2 El Fútbol Como Espectáculo	28
1.3.3.3 El Ritual del Fútbol	30
1.3.3.4 Las Tribus Urbanas	31
1.3.3.5 La Violencia.....	48
1.4 Las Barras Bravas a Nivel Mundial, Regional y Local	89
1.4.1 Alemania.....	89
1.4.2 Escocia	90
1.4.3 España.....	92
1.4.4 Inglaterra.....	99
1.4.5 Italia	106
1.4.6 Argentina.....	107
1.4.7 Brasil.....	128
1.4.8 Colombia.....	128
1.4.9 Chile.....	129
1.4.10 Perú	130
1.4.11 Uruguay	132
1.4.12 México.....	134
CAPÍTULO II	141
2. Marco Teórico.....	141
2.1 Relaciones Públicas.....	141
2.1.1 Importancia	143
2.1.2 Parámetros	144
2.1.3 Modelos	145
2.1.4 Públicos	147

2.1.5 Opinión Pública	148
2.1.5.1 Etapas de Formación de la Opinión Pública	149
2.1.5.2 Líderes de Opinión	150
2.1.6 Elementos	152
2.1.7 Relaciones con los Medios.....	154
2.1.8 Relaciones con la Comunidad.....	156
2.1.8.1 Responsabilidad Social con la Comunidad.....	158
2.1.8.2 Expectativas de la Comunidad	161
2.1.8.3 Beneficios para la Organización	163
2.1.9 Las Relaciones Públicas como Proceso.....	164
2.2 La Comunicación	174
2.2.1 Proceso.....	175
2.2.2 Dificultades	176
2.2.3 Tipos	177
2.2.4 La Comunicación en las Organizaciones.....	179
2.2.4.1 Identidad Corporativa	180
2.2.4.2 Imagen	181
2.2.4.3 Comunicación Interna.....	182
2.2.4.4 Modelo Sistémico de la Comunicación Corporativa	190
2.2.4.5 Comunicación Externa	193
Marco Institucional: “Sur Oscura Quito”	198
<i>CAPÍTULO III</i>	<i>200</i>
3. Investigación.....	200
3.1 Introducción	200
3.2 Objetivo General	201
3.3 Objetivos Específicos.....	201
3.4 Universo de Estudio	201

3.5 Tipo de Investigación	201
3.6 Muestra.....	202
3.7 Metodología	202
3.7.1 Método Inductivo.....	202
3.7.2 Método Deductivo	202
3.8 Fuentes y Técnicas.....	203
3.9 Análisis de Datos	208
3.9.1 Tabulación e Interpretación.....	208
3.10 Conclusiones de la Investigación	226
3.10.1 Encuestas	226
3.10.2 Entrevistas	227
CAPÍTULO IV.....	233
4. Propuesta	233
4.1 Diagnóstico de la Investigación.....	233
4.2 Determinación del Público Objetivo.....	236
4.3 Objetivo General	236
4.4 Objetivos Específicos.....	236
4.5 Desarrollo del Plan.....	238
4.6 Cronograma.....	263
4.7 Presupuesto General	264
4.8 Matriz de Evaluación.....	266
4.9 Conclusiones y Recomendaciones	269
ÍNDICE DE GRÁFICOS	
Gráfico N°1	20
Gráfico N°2	31
Gráfico N°3.....	59

Gráfico N°4	82
Gráfico N°5	83
Gráfico N°6	161
Gráfico N°7	174
Gráfico N°8	174
Gráfico N°9	178
Gráfico N°10	186
Gráfico N°11	187
Bibliografía.....	272
Anexos	278

1. INTRODUCCIÓN

Sabemos todos que las barras bravas, como su nombre lo indica, son agrupaciones que se han dedicado a causar miedo en nuestro país y el mundo; la información que se obtiene de éstas es a través de los medios de comunicación, que nos transmiten diariamente noticias e imágenes alarmantes, creando así una percepción y una actitud negativa hacia estos grupos.

El presente trabajo de titulación es una interesante recopilación de información sobre las barras bravas. Las investigaciones se han realizado con el propósito de informar y dar a conocer un poco más sobre estos grupos de los que muchos en la actualidad desconocen y por esta razón los excluyen.

La información que contiene este trabajo, no solo incluye definiciones; sino que también nos explican los problemas por los que atraviesan y las razones por las cuales actúan de una u otra manera.

Ha sido necesario contar con la opinión de varios expertos que han permitido profundizar la información obtenida por otros medios, con base en sus conocimientos profesionales y personales; haciendo de la información emitida, una pauta que incentiva la reflexión de problemas que se encuentran inmersos en nuestra sociedad.

Con este trabajo se pretende incluir a estos grupos de jóvenes, que por tanto tiempo han sido estereotipados y rechazados por todos. Para conseguirlo, se ha elaborado una propuesta innovadora e interactiva que permite, de cierto modo, un compromiso de su parte hacia la sociedad, lograr un acercamiento y posteriormente la vinculación entre ambas.

2. PROTOCOLO DE TESIS

2.1 TÍTULO DEL TEMA DE TESIS.-

Diseño de un plan de Relaciones Públicas para canalizar los actos violentos de las barras bravas, en buenas acciones, Caso: “Sur Oscura Quito”

2.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.-

La violencia en los estadios generada por las barras bravas preocupa a la sociedad luego de haber evidenciado y ser testiga de varios actos vandálicos. Dichos acontecimientos han causado una imagen negativa sobre estas organizaciones, por lo cual, es necesario aplicar las Relaciones Públicas y así tratar de concienciar a los jóvenes, para que en lugar de enfocarse en la violencia aporten a la sociedad con buenas acciones.

2.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.-

La existencia de barras bravas es una realidad en nuestro país y un problema para la sociedad, debido a los constantes infortunios que han ocasionado; cegados por el fanatismo en el que han caído.

Han cambiado su principal razón de ser por comportamientos violentos, lo que no les ha permitido fijarse nuevos retos que podrían desviar su atención en actos benéficos para sus organizaciones y .para la sociedad en la que se desenvuelven.

La inexistencia de profesionales de Relaciones Públicas interesados en aplicar técnicas y conocimientos para concienciar a estos grupos sobre los problemas que trae la violencia, hace más interesante el desafío de lograr una motivación en ellos, para de esta manera lograr un cambio positivo.

Es evidente que por falta de la aplicación de estas ciencias se han desencadenado una serie de resultados negativos que han afectado a la imagen de las barras bravas y su exclusión de la sociedad. Si esta situación no mejora, los actos de violencia se seguirán suscitando.

Por esta razón principalmente, es necesaria la aplicación de una serie de herramientas en una campaña de Relaciones Públicas, que permitirá a las barras bravas tomar conciencia y adquirir un compromiso con la sociedad; con el resultado final de convertirlas en organizaciones con una imagen positiva.

2.4 OBJETIVOS

2.4.1 OBJETIVO GENERAL.-

Canalizar los actos violentos de las barras bravas de la ciudad de Quito, en buenas acciones, por medio de la aplicación de un plan de Relaciones Públicas.

2.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.-

2.4.2.1 Analizar el contexto social en el que las barras bravas, tanto a nivel mundial, regional y local, se desarrollan.

2.4.2.2 Determinar la importancia que tiene la aplicación de las Relaciones Públicas para persuadir y concienciar sobre las repercusiones de la violencia en la sociedad, caso barras bravas.

2.4.2.3 Identificar las causas que degeneran en violencia; por parte de los integrantes de la barra Sur Oscura de Quito.

2.4.2.4 Diseñar un plan de Relaciones Públicas para concienciar a la barra Sur Oscura de Quito, sobre las repercusiones de sus actos violentos en la ciudad de Quito.

2.5 JUSTIFICACIÓN.-

La sociedad se ha dedicado a criticar y sentenciar la actitud que tienen los integrantes de las barras bravas, sin comprender cuáles son los motivos que les lleva a comportarse violentamente.

Por lo que es de gran importancia tomar la iniciativa y realizar propuestas innovadoras, que generen mejorías en dichos grupos; gracias a la utilización de Relaciones Públicas debido a su aplicabilidad en cualquier ámbito.

La posibilidad de aplicación de éstas, es muy cercana a la realidad; debido a que existe gran interés de los integrantes de la Sur Oscura Quito en contribuir en lo que sea necesario, por que conocen la manera en la cual se beneficiarán si se logra un cambio.

La ejecución de este trabajo se facilita gracias a la metodología aplicada que a su vez ha permitido de una manera sistemática la obtención de datos importantes por medio de un acercamiento con el objeto de estudio. De esta forma se sustenta las soluciones dadas.

La aplicación de esta propuesta beneficiará notablemente a los integrantes de la barra anteriormente mencionada, en cuanto a su imagen que actualmente está deteriorada; también a los amantes del fútbol, quienes no pueden asistir tranquilamente a los estadios, debido a que la violencia no permite que los espectáculos deportivos se desarrollen correctamente.

Para la realización de este plan es necesario conseguir todos los auspicios posibles, ya que la barra no posee recursos.

2.6 IDEA A DEFENDER

Con la aplicación de un plan de Relaciones Públicas se cambiaría la percepción negativa que se tiene sobre las barras bravas y se lograría la aceptación de la opinión pública.

2.6.1 VARIABLE INDEPENDIENTE

Plan de Relaciones Públicas aplicado a las barras bravas Caso: Sur Oscura Quito.

2.6.2 VARIABLE DEPENDIENTE

Cambio de actitudes violentas de las barras bravas por acciones no violentas.

2.7 MARCO DE REFERENCIA

2.7.1 MARCO TEMPORO ESPACIAL

El presente trabajo de investigación, se realizó en la ciudad de Quito en el segundo semestre del año 2011 y la propuesta se aplicará en el tiempo que se crea conveniente.

2.7.2 MARCO CONCEPTUAL

2.7.2.1 Definición de Términos Conceptuales

- **Opinión Pública:** son las actitudes que un público adopta ante la imagen de una persona, objeto o concepto y que representa el conjunto de opiniones de la sociedad.
- **Líderes de opinión:** Personas que influyen en las actitudes o acciones de otras personas.
- **Relaciones con la comunidad:** función de las relaciones públicas que consiste en la participación planeada, activa y permanente de una institución con una comunidad, y en el interior de ella, para mantener y mejorar su entorno para beneficio de la institución y de la comunidad.
- **Resolución de conflictos:** Esfuerzos por reducir fricciones entre las personas o las organizaciones y los públicos.
- **Persuasión:** es el proceso de inducir modificaciones en las creencias actitudes y conductas de un sujeto o colectivo, mediando su aceptación de los beneficios que se le proponen a cambio de su respuesta positiva.

- **Boletín de prensa:** Noticia preparada por la organización para los medios.

2.7.2.2 Definición de términos Operativos

- **Barras bravas:** es un grupo organizado de fanáticos de un equipo de fútbol que suelen actuar de forma violenta.
- **Fanático:** es una persona que defiende con tenacidad desmedida, sus creencias u opiniones. Un fanático es también quien se entusiasma o preocupa ciegamente por algo. Al rebasar la irracionalidad, puede llegar a niveles peligrosos como matar a otro ser humano, puede incluir como síntomas el deseo incondicional de imponer una creencia razonable, para el fanático o para un grupo de los mismos.
- **Fenómeno social:** Todo aquel acontecimiento que afecta la vida de la comunidad.
- **Pasión:** Sentimiento muy intenso que domina la voluntad y puede perturbar la razón, como el amor, el odio, los celos o la ira.
- **Vandalismo:** Sentimiento muy intenso que domina la voluntad y puede perturbar la razón, como el amor, el odio, los celos o la ira.
- **Violencia:** La violencia es un comportamiento emocional, verbal o físico que nos domina, disminuye, deshumaniza o destruye a nosotros y/u otros. Está motivada por el miedo, el enojo, y el deseo de dominio o poder sobre otras personas o la naturaleza.

- **Estereotipo:** *“son las percepciones o creencias que sostenemos de los demás. Consisten en conjuntos de características atribuidas a grupos socialmente definidos”*.¹
- **Mitos sociales:** *“es una retórica de la verdad , un discurso que pretende y luego asume un valor de verdad factual”*²
- **Frustración:** *“respuesta al bloqueo de una meta”*³

¹ PERLMAN Daniel; “PSICOLOGÍA SOCIAL”; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 393

² CERBINO Mauro; “PANDILLAS JUVENILES; CULTURA Y CONFLICTO DE LA CALLE; Quito, Abya-Yala; año: 2004; pág 13

³ PERLMAN Daniel; “PSICOLOGÍA SOCIAL”; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 248

CAPÍTULO I

1. GENERALIDADES

Descripción de lo que realizan las barras bravas a nivel nacional y regional.

Para comprender más sobre las barras bravas es necesaria cierta información que será detallada a continuación:

1.1 Definición de Barra Brava

“Son bandas compuestas por hinchas fanáticos de un club, que consagran su vida al mismo, y a la vez viven de él, organizados y armados como grupo mafioso, pueden provocar desórdenes en las canchas, agredir y hasta matar, además de presionar a dirigentes, técnicos y jugadores de su propio club y hasta amenazarlos y agredirlos también”. En general todas las barras bravas actúan violentamente, pero sí se diferencian según los países en los que se ubican; en Argentina este fenómeno es muy avanzado, existen relaciones entre éstos, la política y los vincula el dinero. Gracias a las declaraciones de un hincha anónimo a la revista Tiempos del Diario Hoy, se puedo conocer su labor *“nosotros somos un mal necesario para el dirigente. Y ojo, existimos porque ellos, como los políticos, nos necesitan y recurren para que actuemos, ya sea en las elecciones o bien cuando hay que apretar a determinado jugador o técnico que no quiere irse antes de tiempo”*⁴

⁴ ALABARCES Pablo; “FUTBOLOGÍAS, FÚTBOL, IDENTIDAD Y VIOLENCIA EN AMÉRICA LATINA”; Buenos Aires, CLACSO: Primera Edición; año: 2003; pág 66

“En principio la función de las barras bravas es la de equilibrar la desventaja natural de ir a jugar como visitante. Cuando la gente empieza a perder el entusiasmo por el fútbol, cuando las masas populares empiezan a dejar de ir a la cancha, nace la necesidad de tener barras que alienten a los jugadores.”⁵.

Esta es la principal razón de ser de las barras, pero con el tiempo se ha distorsionado, ahora *“La violencia es el sello que las identifica, por eso se llaman barras bravas”* . A dicho comportamiento lo ponen en práctica en cualquier lugar que se encuentren, independientemente de los resultados de su equipo, estos grupos siempre son violentos⁶.

Para Waldemar Jimenez, presidente del Servicio Paz y Justicia, antes se podía ir con tranquilidad al Estadio Atahualpa a presenciar las tripletas que se organizaban, pero desde hace ocho años las barras organizadas en nuestro país empiezan a mutar y se convierten en barras bravas, empiezan a marcar territorios en las gradas y a adquirir un sentido de pertenencia con su equipo.⁷

La popularidad del fútbol ha ocasionado la pérdida del principal rol del hincha, al ser practicado en todas partes, se empieza a crear una pasión en los espectadores, se incrementan los sentimientos de amor al equipo y fidelidad que llevan a cometer actos inesperados, cuando esto ocurre estamos hablando de un nuevo concepto que es el fanatismo, cuando se ha caído en este mal, las personas se ven dominadas. Éste, también ha provocado una pérdida de control, porque prevalece una carga emocional por el triunfo; un fanático no

⁵ ALABARCES Pablo; “FUTBOLOGÍAS, FÚTBOL, IDENTIDAD Y VIOLENCIA EN AMÉRICA LATINA”; Buenos Aires, CLACSO: Primera Edición; año: 2003; pág 66

⁶ El Comercio, Quito Ecuador, 26 de Marzo de 2010, pág 22

⁷ Cfr El Comercio, Quito Ecuador, 12 de Marzo de 2012, pág 42

tiene autorregulación entre lo que se siente, se piensa y se hace, por eso únicamente actúa.⁸

La violencia genera más violencia, cuando una persona agrede a otra, ésta se desquitará y por último la primera en agredir otra vez buscará pleito con más fuerza. Lo ideal sería que para terminar con esta cadena, uno de los agresores se de cuenta y la corte, pero *“este hincha carece de espíritu crítico, no razona, se limita a sentir a su club”* además actúa por orgullo, dar un paso hacia atrás sería como demostrar su cobardía por esta razón no accede.

El equipo es una parte muy importante en la vida de un hincha, los lazos afectivos que se forman son más fuertes que inclusive los de su familia, sienten que su vida gira alrededor de su club, viven, actúan en función de éste. Sus rivales son hinchas que tienen los mismos sentimientos pero hacia otros equipos, y éste es un motivo suficiente para actuar violentamente en su contra.⁹

El sentimiento y la pasión que sienten los integrantes de las barras bravas por su equipo, lo evidenciamos en esta canción:

“Viejo amigo Barce, te venimos a ver,

como te va, hoy tenemos que ganar,

digan lo que digan yo te quiero igual,

yo soy así, sin ti no puedo vivir,

⁸ Cfr El Comercio, Quito Ecuador, 26 de Marzo de 2010, pág 22

⁹ Cfr ALBARCES Pablo; “FUTBOLOGÍAS, FÚTBOL, IDENTIDAD Y VIOLENCIA EN AMÉRICA LATINA”; Buenos Aires, CLACSO: Primera Edición; año: 2003; pág 66, 67, 68

esta es tu hinchada,

la que te alienta sin parar,

la que tiene aguante,

la que va a la popular,

Amarillo, amarillo...

yo te quiero te llevo en el corazón”

1.2 Antecedentes Históricos

Los hinchas *"Son aquellos que se declaran partidarios de uno de los equipos y tienen distintos grados de compromiso con él"*

Este concepto lo dio Andrés Recasens Salvo, profesor y antropólogo Social de la Universidad de Chile, además distingue la diferencia que existe entre éstos: espectadores y barras bravas.

Los espectadores son aquellos que *"van a los estadios para disfrutar de un partido que, de antemano, promete ser un buen espectáculo deportivo"*.

Un barras brava, *"presenta particularismos culturales que lo hacen distinto a las otras dos categorías, pudiendo constituir (...) un grupo cultural claramente identificable"*.¹⁰

Cada uno tiene distintos grados de implicación y participación con su equipo.

¹⁰ BBC; "BARRAS BRAVAS"; sf; 12-05-2011; http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/specials/newsid_4371000/4371158.stm

La aparición de hinchas y espectadores se empezó a dar con el reemplazo de la mano de obra por las máquinas, ya que con esto surge el tiempo libre y se empiezan a incrementar la práctica de los deportes.

En el año de 1963 en Londres, se expande la práctica del fútbol, antes este deporte era exclusivo para el estado superior feudal y burgués, pero fueron las escuelas públicas y las universidades que desarrollaron el fútbol a partir de un juego popular practicado en la edad media, posteriormente este deporte se formalizó y estructuró con ciertas reglas (Cambridge Rules).¹¹

Con la necesidad de pagar sueldos y hacer mejoras, los clubes deportivos empiezan a cobrar a los asistentes, otra manera de adquirir ingresos es por medio de la venta de marca del equipo, transferencia y venta de jugadores; es así como aparece el profesionalismo

“Los clubes de jugadores profesionales son empresas económicas profesionales del sector de la prestación de servicios, que venden las exhibiciones de futbolistas, en cuanto mercancía, a un público que las consume”

Los espectadores cada vez se van involucrando más, la información deportiva va copando más los diarios. En 1920, en Alemania, se empezó a utilizar páginas enteras, se escribían libros de fútbol, biografías de jugadores, igual que en la radio y televisión, se incrementan las noticias deportivas y se crean programas específicos en los cuales el deporte dominante es el fútbol.

¹¹ Cfr VINNAI Gerhard; “EL FÚTBOL COMO IDEOLOGÍA”; México, Editorial Siglo Veintiuno; año: 1978; pág

*“Los reportajes e informaciones futbolísticas, se cuentan entre las emisiones que mayor número de personas atrae frente a los receptores”*¹². En el negocio del fútbol todos estos aspectos han logrado la popularidad de este deporte, ahora se lo practica en todos los lugares del mundo y a estos asisten espectadores que permiten que los clubes subsistan.¹³

Antes, los movimientos sociales abundaban y eran utilizados por las personas para expresarse libremente y participar activamente, pero con el paso del tiempo estos se han ido politizando y con ello la expresión ha ido perdiendo espacios, razón por la cual se ha ido buscando nuevas estructuras organizativas, en las que se pueda participar sobre los acontecimientos y de esta manera las identidades de las colectividades se han debilitado por lo que se muestran con mayor violencia, esta es una de las tantas razones por las que se conforman los grupos de hinchas¹⁴

En América Latina la palabra hinchas se empezó a utilizar a principios de siglo cuando muchos espectadores acudían a los estadios de Montevideo a presenciar los partidos de un equipo uruguayo llamado Nacional. Uno de los protagonistas de esos espectáculos era el utilero, encargado de preparar los uniformes de los jugadores y las pelotas que serían utilizadas pero siempre se ganaba reclamos por no inflarlas bien: “hinchá bien la pelota”, le decía el preparador físico, el director técnico, los jugadores y hasta los espectadores,

¹² VINNAI Gerhard; “EL FÚTBOL COMO IDEOLOGÍA”; México, Editorial Siglo Veintiuno; año: 1978; pág 72

¹³ Cfr VINNAI Gerhard; “EL FÚTBOL COMO IDEOLOGÍA”; México, Editorial Siglo Veintiuno; año: 1978; pág 60

¹⁴ ALBARCES Pablo; “FUTBOLOGÍAS, FÚTBOL, IDENTIDAD Y VIOLENCIA EN AMÉRICA LATINA”; Buenos Aires, CLACSO: Primera Edición; año: 2003; pág 65

pero él muchas veces lo tomaba como una broma y se dedicaba a incitar a los espectadores a alentar al equipo.

Un periodista deportivo, realizó una crónica sobre el “hincha pelotas que alentaba al equipo tricolor” y desde ese entonces a los aficionados se los empezó a llamar “hinchas”, y a los que molestaban mucho “hincha pelotas”, poco tiempo después esta palabra se extendió por todos los países de habla hispana.¹⁵

1.3 Estudios Previos

Por medio de una investigación se pudo observar varios cambios en la concentración sanguínea de glucosa y de adrenalina en jugadores y espectadores; pero algo curioso ocurre en los espectadores del fútbol, estas modificaciones en su cuerpo se restablecen con mayor lentitud.

1.3.1 Aporte de la Psicología

Teoría de las Necesidades Humanas

Abraham Maslow, creador de la teoría de las necesidades humanas, afirmó que el hombre posee varias necesidades que deben ser satisfechas en un orden, desde la más básica hasta las de orden superior. Para ejemplificar creó una pirámide que contiene dichas jerarquizaciones.

¹⁵ Cfr LUCAS Kintto; “APUNTES SOBRE FÚTBOL”; Quito, Editorial Abya-Yala; año: 1998; pág 79-90

Necesidades Fisiológicas.- Se encuentran en la base de la pirámide ya que son las más básicas e indispensables que le permiten al ser humano vivir. Estas necesidades son: alimento, descanso, abrigo.

Necesidades de Seguridad.-“es una necesidad de autoconservación”¹⁶. Es decir de sentirse protegidos, libres del miedo, seguridad en el futuro de ellos y de sus familias.

Necesidades de Afiliación.- el ser humano es gregario y por naturaleza es social, por lo que siente la necesidad de unirse a otros individuos y ser aceptado por esos grupos. Esta necesidad es la que sienten los jóvenes, sentirse parte de un grupo que en este caso el grupo a estudiar es la barra Sur Oscura.

Necesidades de Estima.- se refiere a la de los demás hacia nosotros y también de nosotros mismo, en otras palabras de autoestima. Es necesario para el ser humano sentirse bien emocionalmente en el grupo al que pertenece, lo que le produce confianza en sí mismo.¹⁷

Necesidades de Autorealización.- cuando el hombre alcanza la autorrealización, *“Deja de preocuparse por las necesidades propias y empieza a preocuparse por las de los demás.”*¹⁸

¹⁶ MURIEL María; “COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL: ENFOQUE SOCIAL DE LAS RELACIONES PÚBLICAS”; Quito, Editorial CIESPAL: Primera edición; año: 1980; pág 276

¹⁷ MURIEL María; “COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL: ENFOQUE SOCIAL DE LAS RELACIONES PÚBLICAS”; Quito, Editorial CIESPAL: Primera edición; año: 1980; pág 275-277

¹⁸ BEL José; “COMUNICAR PARA CREAR VALOR”; España; Editorial Universidad de Navarra: Segunda edición; año:2005; pág 164-167

1.3.2 Psicología Social

La Psicología Social *“es un intento de entender y explicar cómo el pensamiento, los sentimientos y el comportamiento de los incluidos son influidos por la presencia imaginaria o real del otro”*¹⁹. Esta ciencia realizará un aporte importante al presente trabajo, ya que se centra en la pertenencia de los jóvenes a los grupos y la manera cómo éstos son influidos.

Varios filósofos trataron de encontrar una explicación a la conducta social en los siglos XVIII y XIX entre ellos los siguientes:

- Jeremy Benthan, quien inventó el principio del hedonismo, explica que las personas *“actúan para incrementar su placer, la experiencia del placer varía a través de muchas dimensiones –duración, intensidad y certidumbre que ocurra”*

Este principio se da en los hinchas de la siguiente manera, al ser seguidores empedernidos de los equipos de fútbol, sienten un tipo de placer cuando acuden a los estadios a ver los distintos partidos y frecuentan estos lugares para incrementar ese placer. Para acudir a estos espectáculos deportivos deben pasar por las siguientes dimensiones, la espera por ver un partido en su ciudad o de realizar un viaje para acudir a uno de éstos, en cuanto a la duración y la intensidad, estas dimensiones van ligadas, ya que se dan en el momento mismo del partido, cuando los hinchas ya se encuentran en los graderíos disfrutando de los 90 minutos del partido.

¹⁹ Allport 1968, citado por PERLMAN Daniel; “PSICOLOGÍA SOCIAL”; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 7, 44-47

- Thomas Hobbes considera que el principio más básico es el egoísmo, antes del placer es necesario tener poder, este provoca una lucha entre las personas por conseguirlo. Hobbes afirmaba que las personas se unían para obtener poder y poderse proteger de otros que quieren conseguir lo mismo.

Las barras bravas como un conjunto de integrantes, se han organizado poco a poco principalmente para apoyar a sus equipos, pero al formarse varios de estos grupos, se ha generado la rivalidad, existe pugna por ser la barra más organizada y la más popular. A continuación el ejemplo de una canción coreada por los seguidores del Barcelona Sporting Club, en la que se manifiestan todas las actividades que hacen y dejan de hacer por mostrar su pertenencia a la mejor barra del país.

*“Dejaré el estudio por ti,
Dejaré el trabajo y vendré,
A verte a ti,
Junto con mi pato y mi rock,
Lograré cantar siempre mejor,
Solo para vos,
El día viviré, vistiendo la amarilla,
De noche la oscura me acompañará,
Serás tú para mí,
Lo mejor de este mundo,
Me voy pero te juro,
Que el domingo volveré,
Vas a ser por siempre mi pasión,
Barcelona te llevo en el corazón,
Gritaré con locura,*

*Soy de la Sur Oscura,
La barra más arrecha del Ecuador”*

Los integrantes de esta barra se auto catalogan como los más arrechos, es decir los más valientes y se sienten orgullosos de pertenecer a esta barra.

- Gabriel Tarde, elaboró la doctrina de la imitación; la misma que asegura que todas las conductas son copiadas de los demás, esto especialmente se observa en las clases bajas que imitan a las clases altas. No es raro observar conductas violentas aprendidas que sin duda fueron copiadas de las barras más agresivas del mundo, como los Hooligans, o de aquellas que se encuentran en Argentina. Si hablamos a nivel nacional es común observar que nuevas barras bravas o aquellas que tienen menos años de creación que otras, han copiado de las más antiguas comportamientos y estructuras.

La Barra Sur Oscura al ser una de las más antiguas de nuestro país, ha sido un referente para las otras barras en cuanto a los cánticos.

Por ejemplo:

“Dale dale dale dale dale dale Barcelo..

Dale Barcelo..

Dale Barcelooo...”

La Muerte Blanca, principal barra de la Liga Deportiva Universitaria tiene una barra muy parecida

“Dale dale dale dale dale dale Albo..

Dale dale Albo..

Dale Dale Albooo...”

Las letras de las canciones no siempre son las mismas, a veces son modificadas, es más común que se tome de ejemplo los ritmos que por lo general son sacados de canciones famosas de artistas nacionales y extranjeros como por ejemplo Los Iracundos, Gerardo Morán, estos ritmos al ser conocidos y de una melodía contagiosa facilitan su aprendizaje por parte de otros hinchas

Este tema de las imitaciones crea también un conflicto entre las barras, ya que pierden su originalidad y esto es reprochado por su rival.

1.3.2.1 Teoría del Aprendizaje Social

Muchas de las conductas son aprendidas por medio de la observación, lo que se aprende es codificado y guardado en la memoria, en cualquier momento puede servir como modelo de conducta. Si se ejecuta una conducta, cualquiera que sea ésta, dependerá si estamos esperando ser alentados o castigados por llevarla a cabo. Hay algunas conductas que no son puestas en práctica por todos, ya que no son aceptadas por la sociedad.

Dentro de los grupos se dan dos casos muy interesantes, el individuo puede modificar su comportamiento al seguir reglas internas o puede ocurrir también

lo contrario, si un individuo se integra a un grupo, puede influir y alterar su funcionamiento y naturaleza.²⁰

El primer caso es muy común en los grupos de jóvenes, estos tienen establecida una forma de comportamiento, cuando un joven decide unirse a uno de estos, en algunos casos se verá casi en la obligación de modificar su comportamiento y en otras circunstancias el cambio que tenga puede ser inconsciente pero muy notable para las personas que lo conocen; consciente o inconscientemente el objetivo es ser aceptado por los demás integrantes, por lo que se adapta a sus reglas y manera de funcionar.

1.3.2.1.1 Socialización

El papel que juega la relación de los padres con sus hijos, es muy importante porque facilita la socialización o el rechazo, a partir de estas relaciones se pueden desarrollar conductas antisociales.²¹ El amor que brindan los padres puede generar confianza y autoestima, lo que ayudará a la interacción social sin miedo; crearán más relaciones con otros individuos. Pero si en un hogar los padres son apáticos y desamorados con sus hijos, estos últimos actuarán reservadamente, con temor a relacionarse.²²

Existen varios principios que rigen la sociedad y las relaciones humanas, este conjunto de valores, reglas y normas son inculcados en niños y jóvenes,

²⁰ Cfr PERLMAN Daniel; "PSICOLOGÍA SOCIAL"; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 7, 44-47

²¹ Cfr Hoffman 1970, Patterson 1976, citados por PERLMAN Daniel; "PSICOLOGÍA SOCIAL"; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 7, 44-47

²² Cfr Arend, Grove, Sroufe 1979, citados por PERLMAN Daniel; "PSICOLOGÍA SOCIAL"; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 7, 44-47

principalmente en los hogares y en las instituciones educativas. De estos dependerá su posterior desenvolvimiento en la sociedad.

1.3.2.1.2 Actitudes

“Las actitudes son sentimientos evaluativos (bueno/malo), hacia objetos, problemas, personas o cualquier otro aspecto identificable de nuestro ambiente”

Todo aquello que nos proporcione información y que sea de nuestro interés ocasionará una toma de actitud positiva o negativa hacia ello. Por ejemplo las personas tienen varias actitudes frente a la policía, muchos estarán de acuerdo con su labor y para otros su labor implica represión.

Las actitudes cumplen con las siguientes características:

- Son permanentes, es decir que perduran por un tiempo, pueden cambiar después de haber tenido otra experiencia con ese suceso o persona.
- Se aprenden, no se nace con un sentimiento de aceptación o rechazo.
- Influyen en el comportamiento, para que tomemos cierta posición frente a algo, debería haber existido cierta experiencia o información y esta se refleja en la demostración de sentimientos hacia objetos y problemas.

Medición de las Actitudes

Pueden existir varios métodos para conocer las actitudes que se tiene sobre algún aspecto. La más sencilla consiste en la aplicación de interrogantes, sobre el tipo de opinión que se tiene frente a un suceso.

A las actitudes es posible cambiarlas siempre y cuando se propongan formas alternas para satisfacer esas necesidades.

1.3.2.1.3 Las Creencias

Son la información que las personas tienen sobre algún objeto. Ejemplo: existe la creencia que las manzanas son rojas.

Las creencias se pueden obtener por medio de:

- Experiencias personales.- las vivencias que las personas tienen en su vida diaria, les deja un aprendizaje sobre algo nuevo que se vea o escuche; en cuanto a las barras bravas se puede creer que son violentas porque se las ha visto involucrados en problemas con otras barras.
- Padres.- proporciona una influencia muy fuerte, gracias a la experiencia que han tenido durante toda su vida. Los padres pueden recomendar a sus hijos no ir a los estadios debido a que en estos se suscitan peleas entre rivales y pueden afectar la integridad de personas inocentes.
- Amigos.- son quienes informan sobre una experiencia personal o de alguna persona cercana que ha vivido alguna situación propia. En el caso de las

barras bravas algún amigo pudo haber tenido algún tipo de percance, por lo que para él todos los jóvenes ligados a estos grupos son violentos y esta idea la transmitirá sus iguales.

- Instituciones.- al ser instituciones con años de trayectoria, son referentes de credibilidad, que transmiten nuevas enseñanzas. Una institución es una escuela, en la que a los estudiantes les enseñan sobre los grupos de riesgo como pandillas, barras bravas y les inculcan la idea de tener mucho cuidado y no unirse a estas por lo peligrosas que pueden resultar.
- Medios de comunicación.- recibimos constantemente información sobre acontecimientos por medio de la radio, televisión y prensa, en estos medios constantemente se habla sobre disturbios que ocasionan hinchas de equipos de fútbol a nivel nacional e internacional.²³

Por ejemplo: el pasado 11 de Septiembre de 2011, en el estadio Atahualpa se enfrentaron los equipos de El Nacional y Barcelona, en el que el equipo de los Puros Criollos venció 2-0; en el Diario El Comercio, se publicó fotografías de los incidentes que provocaron los hinchas canarios enfurecidos por la derrota de su equipo.

Bajo el título: La evidencia de los objetos:

“En la pista atlética del estadio se observan las piedras, botellas y palos, que lanzaron los hinchas canarios”

²³ PERLMAN Daniel; “PSICOLOGÍA SOCIAL”; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 74, 76, 77 ,84 ,85 ,86 , 110

1.3.2.2 Teoría del Balance

Cuando a una persona no le agrada otra y se entera que aquella comparte un gusto en común, la primera se sentirá motivada a restaurar el balance de dicha relación.

Existen dos efectos. El de primacía, que es el que se forma con las primeras impresiones, en un inicio se la considera la más importante, luego se da el efecto de novedad cuando se conoce más a la persona y se da cuenta que la información posterior es más importantes. Conocer más a las personas podrá cambiar la primera impresión que se haya formado.

Si en la primera impresión se vio a la persona con una sonrisa, la mente deduce que es una persona feliz, sin tener en cuenta la circunstancia que pudo haber ocasionado que tenga esa sonrisa.

En cuanto al fútbol se refiere es difícil comprender cómo por la rivalidad de sus hinchas se puede catalogar a los de los otros equipos como sus enemigos, sin antes haberlos conocido, quizá se hayan formado las primeras impresiones, los pocos acercamientos que tienen son debido a enfrentamientos pero no se ha llegado más allá para conocerse.²⁴

La enemistad que tienen estos grupos entre sí es tan grande que hasta se habla de matar a su rival, este odio se muestra en la siguiente canción:

“Barcelona yo te quiero más y más,

te sigo de cabeza a donde vas,

²⁴ Cfr PERLMAN Daniel; “PSICOLOGÍA SOCIAL”; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 94, 149, 150

*será de visitante o de local,
aquí esta la hinchada de papá,
la que te va, siempre a alentar,
la que la vuelta quiere dar,
hay que correr, a la Liga,
Y a los azules va a matar”*

La rivalidad que tienen miembros de la Sur Oscura con los hinchas de la Boca del Pozo; de Emelec y con la Muerte Blanca, es notable en varios de sus cánticos y constantes enfrentamientos.

1.3.2.2.1 Desarrollo de Relaciones

Las relaciones tienen un proceso de formación:

- **Contacto cero.-** la cercanía física proporciona más posibilidades de encuentro. Cuando los individuos frecuentan un mismo lugar, es porque tienen intereses parecidos. Los espectadores asisten a los estadios a presenciar los partidos con lo que se puede evidenciar su gusto por un equipo.
- **Conocimiento.-** conocimiento unilateral, una persona conoce a la otra, sin que exista interacción entre ambas. En los graderíos de los estadios, cuando una persona asiste constantemente a las zonas donde se ubican las barras

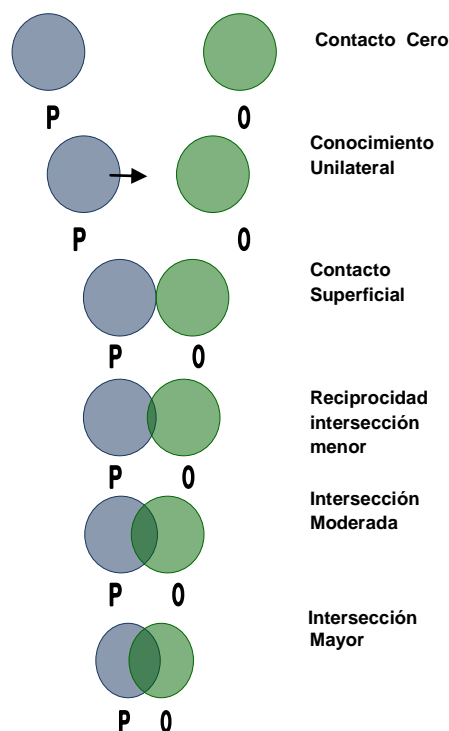
bravas, sin duda conocerá a sus integrantes por sus apodos, sin que ellos lo sepan.

- **Contacto superficial.-** los individuos empiezan a interactuar, el contacto es superficial, posiblemente hablen de sus intereses, esta información ocasionará aprendizaje, en ambos. Cuando un individuo y un integrante de una barra brava se encuentren uno a lado del otro presenciando el partido, pueden surgir comentarios entre ambos o invitaciones a formar parte de la agrupación y la manera en la que podrían hacerlo si están interesados.
- **Similitud de actitud.-** cuando ya ha habido un acercamiento, se puede dar el agrado. Para lograrlo también las personas hacen cumplidos con los que además se logra una aprobación social. Un cumplido siguiendo el ejemplo de las barras, puede ser un alago hacia la organización de estas o el “aguante” que tienen en las peleas con sus rivales.
- **Reciprocidad.-** las personas empiezan a superponerse, pasan más tiempo juntos, intercambian información más íntima. En este punto ya se ha entablado una amistad que poco a poco se hará más fuerte, posiblemente se cree una relación más estrecha entre hinchas, que puede ser únicamente en el estadio o si se ha decidido formar parte de la barra, dentro de esta, donde se comparten experiencias.²⁵

²⁵ Cfr PERLMAN Daniel; “PSICOLOGÍA SOCIAL”; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 176-184

Gráfico N° 1

Etapas del Desarrollo de Relaciones de Levinger



Fuente: Levinger y Snoek 1972, citados por Perlman 1985

1.3.2.2.2 Los Grupos

“Un grupo consiste en una serie de individuos que tienen relaciones entre sí que los hacen interdependientes en algún grado significativo”²⁶

Se puede hablar de un grupo de amigos y hasta de grupos más organizados que se juntan debido a su amistad o intereses comunes, cada miembro es importante para su correcto funcionamiento.

Dentro de los diferentes grupos que existen, puede haber un cambio notable en la conducta de una persona, cuando tiene un alto grado de interés en la

²⁶ Cartwright y Zander, 1968, citado por PERLMAN Daniel; “PSICOLOGÍA SOCIAL”; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 125

organización y en sus valores. Pero no puede únicamente ocurrir lo mencionado, sino también las situaciones son determinantes en un cambio de conducta; con los amigos se puede tener una forma de comportamiento distinta a la que se tiene cuando uno comparte con la familia.

“Muchos de los cambios más importantes en la vida de una persona son resultados de cambios en los miembros del grupo”²⁷. Los padres de los jóvenes son quienes se dan cuenta de los cambios que pueden atravesar sus hijos, al integrarse a un grupo como una barra brava.

En la entrevista realizada a la madre de un joven que pertenece a una barra brava, comentó haber muchos cambios notables en su hijo, antes era una persona tranquila y estudiosa, pero cuando se unió a este grupo cambió radicalmente, para ella fue fácil darse cuenta.²⁸

Cada uno de los grupos tiene su propio mundo, sus valores, normas, actitudes y prácticas compartidas; si a una persona le interesan estos aspectos, seguramente estaría dispuesta a formar parte de estos.

“Los miembros de muchos grupos emplean el martirio de ellos mismos o de sus líderes como ayuda para el compromiso. Entonces, el sacrificio une a sus miembros en un sufrimiento común y en una negativa común. Lo que se ha sacrificado para lo que se ha invertido con valor es difícil de dejar”²⁹

²⁷ PERLMAN Daniel; “PSICOLOGÍA SOCIAL”; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 362

²⁸ Cfr Entrevista a la madre de un integrante de una barra brava, efectuada el 29 de Octubre de 2011

²⁹ Cfr PERLMAN Daniel; “PSICOLOGÍA SOCIAL”; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 361-388

Valores

Son aquellos que le dan perspectiva, significado y coherencia, a las actividades en las que participan sus miembros, representan la importancia de las conductas del grupo y explican por qué los grupos actúan de una u otra manera.

Los valores representan las motivaciones intrínsecas e implicaciones de los miembros del grupo, además les ayudan a ser organizados; a sus integrantes les permiten restringir o elevar su conducta.

“Conocer los valores centrales del grupo nos da una buena comprensión de la importancia o significado de cualquier actividad”³⁰. Podemos comprender su manera de comportarse pero no siempre vamos a estar de acuerdo.

Para un grupo en el cual uno de sus valores es la rivalidad, las conductas pueden ser restrictivas y devastadoras, las personas que rivalizan desean hacer daño y hasta eliminar al otro, esto no permite que puedan crear relaciones amenas con otros grupos, como lo evidenciamos en la siguiente canción:

*“Desde el día en que nací,
me hice hinchada de Barcelona,
siempre lo voy a alentar,
esta es tu hinchada la que va al frente,*

³⁰ PERLMAN Daniel; “PSICOLOGÍA SOCIAL”; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 365

vayas a donde vayas,
a todas partes te seguiremos,
vamos campeón,
hay que ganar,
y... matar a los de Liga..."

Normas

"Las normas del grupo están dadas por los juicios derivados de las conductas que violan o no los valores compartidos del grupo"³¹

Pueden existir ciertas normas que van a ser aceptadas o no por los integrantes del grupo, no se rigen tanto por reglas escritas; por lo tanto las normas no son tan rígidas sino son utilizadas como límites donde se puede saber lo que es aceptable o inaceptable. Existen casos donde se imponen reglas, y se pretende que se cumplan a cabalidad, esto causa sumisión, pérdida de libertad para expresarse, o hasta conflictos al no estar de acuerdo con estas.

Cuando las personas se unen a los grupos voluntariamente, no tienen problemas en cumplir las normas que estos tienen, ya que estar de acuerdo con estas es actuar respetando los valores que los rigen.

³¹ PERLMAN Daniel; "PSICOLOGÍA SOCIAL"; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 371

El Status

“Es un término que resume el lugar o puesto de un miembro dentro del grupo”³²

Estos puestos son asignados por los mismos miembros de los grupos, del lugar que ocupe, dependerá el trato que tenga. Pueden designarse los estatus por la experiencia que tenga la persona; mientras más antiguo es, tiene más conocimiento del grupo, a otros se les puede dar el estatus del liderazgo por su responsabilidad, otros pueden ser facilitadores para que el grupo pueda cumplir sus metas. Cada una de las funciones que se designa a los integrantes del grupo, permite explotar sus capacidades y esto es beneficioso para todos. Dentro de las barras bravas existe un líder, quien realiza reuniones periódicas para determinar aspectos que son importantes para el grupo, hay personas que están encargadas de organizar tours a las ciudades donde irán a ver los partidos de su equipo, otros son los encargados de llevar banderas, papel picado, bombos a los estadios y otros están encargados de llevar la contabilidad de las cuotas.

Acreditación y Degradación del Status

“La acreditación del status es un incremento de la conducta potencial que resulta de un cambio en las relaciones”³³

Los individuos pueden ganar el respeto de otras personas ajenas al grupo, por pertenecer o haber pertenecido a éste.

³² PERLMAN Daniel; “PSICOLOGÍA SOCIAL”; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 374

³³ PERLMAN Daniel; “PSICOLOGÍA SOCIAL”; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 376

*“Implica una resignación del status que reduce la conducta potencial de los miembros”*³⁴. Usualmente las personas pueden perder su status cuando han violado alguna norma, la gravedad de sus actos se verá reflejada en la sanción que se le de, por ejemplo si es muy grave se le puede excluir del grupo y si es leve, basta una represión ligera. Cuando se descubre que un miembro del grupo ha robado los fondos del grupo degradará el estatus que le dio el grupo y podría ser sancionado.

El liderazgo

Para llegar a ser un líder es necesario demostrar la capacidad de poder comunicarse ante los demás miembros del grupo sin mucho esfuerzo, también es aquella persona que mejor representa los valores del grupo y quien mejor trata de alcanzar los objetivos. Según investigaciones realizadas, se ha demostrado que los líderes tienen más tolerancia para violar las normas establecidas. *“Los líderes acumulan créditos idiosincrásicos, por ayudar al grupo, los cuales se les pueden pagar con permisos de una conducta desviada”*³⁵. Su esfuerzo por sacar al grupo adelante puede ser recompensado por un poco más de libertad que los demás integrantes, esto se puede dar cuando el grupo no está tan comprometido con los valores, caso contrario, causaría polémica porque el líder querría violar los valores del mismo.

³⁴ PERLMAN Daniel; “PSICOLOGÍA SOCIAL”; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 378

³⁵ Hollander 1958, citado por PERLMAN Daniel; “PSICOLOGÍA SOCIAL”; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 379

Las acciones que realizan son escogidas por los miembros y el líder, por medio de un consenso. Sus acciones deben ser las que mejor representen los valores y normas del grupo, para de esta manera mejorar la conducta de los miembros del grupo.

Las formas en las que los grupos toman decisiones, con las siguientes:

- El consenso, cuando los valores del grupo se encuentran bien establecidos y todos trabajan por llevarlos a cabo³⁶
- Cuando los grupos tienen valores dominantes, las decisiones que tomen serán más extremas.³⁷
- Cuando existen discusiones dentro de los grupos, sin llegar a un acuerdo, lo más probable es que las decisiones se tomen por la regla de la mayoría, por medio de una votación.³⁸
- El valor del compromiso, netamente cuando se trata de diferencias de valores, se llega a un acuerdo que consta de un compromiso por cumplir lo escogido.³⁹
- Muchas veces puede que no haya un acuerdo sobre algo, pero se pueden buscar formas creativas.

³⁶ Cfr Schater, 1951, citado por PERLMAN Daniel; "PSICOLOGÍA SOCIAL"; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 381

³⁷ Cfr stoner 1968, citado por PERLMAN Daniel; "PSICOLOGÍA SOCIAL"; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 381

³⁸ Cfr Davis 1973, citado por PERLMAN Daniel; "PSICOLOGÍA SOCIAL"; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 381

1.3.3 Estudios Socioculturales

1.3.3.1 El Fútbol Como Deporte

“El deporte es el fenómeno que se manifiesta en el gran ámbito del juego. El juego es una actividad sin objetivos, por sí misma, es decir en contraste con el trabajo”

El deporte es una distracción para las personas que lo practican, el objetivo único es el de ganar, pero este se termina cuando el partido ha concluido, a diferencia del trabajo en el cual las personas tienen que diariamente cumplir sus actividades y objetivos.⁴⁰

Según varios sociólogos, el principal papel que cumple la práctica de los deportes es la ayuda a los procesos de integración social, sentirse en libertad, apartarse de la realidad, dejar de lado el estrés que ocasiona el trabajo diario y permite también que las personas sociabilicen, siempre y cuando exista una comunicación efectiva y sin barreras discriminatorias de raza, etnia, religión, poder económico.

En nuestra sociedad, la importancia del deporte más popular, se debe a que es una muestra de los principios que rigen la vida cotidiana como: conflicto-consenso, performance individual y sujeción a un plan colectivo, competencia-solidaridad. Es inevitable que se creen vínculos o conflictos, ya que esto forma parte del fenómeno del fútbol.⁴¹

⁴⁰ Cfr Diem 1960, citado por VINNAI Gerhard; “EL FÚTBOL COMO IDEOLOGÍA”; México, Editorial Siglo Veintiuno; año: 1978; pág 155

⁴¹ Cfr ALABARCES Pablo; “FUTBOLOGÍAS, FÚTBOL, IDENTIDAD Y VIOLENCIA EN AMÉRICA LATINA”; Buenos Aires, CLACSO: Primera Edición; año: 2003; pág 63

Según el etnólogo italiano Alessandro Dal Lago, el fútbol promueve una división del mundo en amigos/enemigos, que algunas veces puede desencadenar en violencia física.

“Los deportes serían un espacio donde concurren grupos rivales entre sí, con el fin de competir por prestigio, honor y cada vez más por dinero”⁴²

Por lo que se puede decir que este deporte es un negocio muy rentable, especialmente si se trata del fútbol profesional, ya que genera grandes cantidades de dinero, que muchas veces es mal utilizado y se genera la corrupción.

1.3.3.2 El Fútbol como Espectáculo

Pero no únicamente es utilizado para este fin de conflictos, sino también es un espacio en el cual los hinchas lo viven verbalizándolo, *“inclinados hacia las funciones pragmáticas del lenguaje, es decir, cuando el lenguaje es también acciones, actos”⁴³*, los espectadores participan de este espectáculo comentando varias circunstancias que se van dando como: decisiones del árbitro; si sus acciones han sido correctas o no, jugadas polémicas, dominio del balón de los jugadores entre otras cosas. De esta manera no solo los jugadores profesionales son los actores del espectáculo del fútbol, sino también los hinchas, aunque pareciera que solo asisten al fútbol para ocupar su ocio, en

⁴² ALABARCES Pablo; “FUTBOLOGÍAS, FÚTBOL, IDENTIDAD Y VIOLENCIA EN AMÉRICA LATINA”; Buenos Aires, CLACSO: Primera Edición; año: 2003; pág 22

⁴³ ALABARCES Pablo; “FUTBOLOGÍAS, FÚTBOL, IDENTIDAD Y VIOLENCIA EN AMÉRICA LATINA”; Buenos Aires, CLACSO: Primera Edición; año: 2003; pág 86

realidad son muy activos. Una prueba de ello es cuando hay un partido importante, el fútbol no solo es visto en los estadios sino que también existe un seguimiento por radio, televisión, internet y cuando la gente no puede asistir ni recurrir a ninguna de estas fuentes, para conocer resultados busca información en diarios y noticias deportivas. Por obvias razones toda la población no puede concurrir a los estadios, pero cuando hay festejos por alguna victoria, los festejos son multitudinarios.

“Los actos en general y los actos verbales en particular, suponen- todos-órdenes sociales de comportamiento”⁴⁴

La participación que tienen los hinchas en los estadios es alentando a su equipo y motivarlo con sus cánticos a obtener resultados positivos.

“Haber haber los jugadores,

haber haber si pueden oír,

a sudar la camiseta,

como yo la sudo aquí.”

Esta barra es coreada por los hinchas del Barcelona S.C, cuando los jugadores no están motivados y su juego es pobre.

⁴⁴ ALABARCES Pablo; “FUTBOLOGÍAS, FÚTBOL, IDENTIDAD Y VIOLENCIA EN AMÉRICA LATINA”; Buenos Aires, CLACSO: Primera Edición; año: 2003; pág 87-88

1.3.3.3 El Ritual del Fútbol

Juan Pablo Ferreiro, antropólogo colombiano miembro del Grupo de Trabajo Deporte y Sociedad, define al fútbol como un complejo ritual, el cual tiene dos subprocesos: el primero es el juego, donde se aplican una serie de reglas y el segundo es un proceso identitario.

Se dice que es un ritual porque se da en un tiempo determinado y sale de la cotidianeidad, además para ser ritual debe tener entradas y salidas que son los preparativos antes del partido, la entrada al estadio y las salidas son el momento en el que termina el partido, su climax es el gol y la última característica que permite que sea un ritual es que debe haber público al que se le llama hinchada, esta utiliza símbolos que la identifican, estos son: banderas, cánticos, colores, camisetas.

El estadio es el lugar en donde se da este ritual, se lo compara con un cono invertido; en su punta se concentran todas las emociones y encuentran una salida.

En muchos países se puede comprender que una persona se cambie de ideologías políticas o de religión, pero es muy difícil, casi imposible escuchar que una persona se haya cambiado de equipo de fútbol. En Argentina, donde este fenómeno es más grande, se podría considerar como una patología. Se puede apreciar las dimensiones de identidad que se han formado en los pueblos alrededor del fútbol.⁴⁵

⁴⁵ Cfr ALBARCES Pablo; "FUTBOLOGÍAS, FÚTBOL, IDENTIDAD Y VIOLENCIA EN AMÉRICA LATINA"; Buenos Aires, CLACSO: Primera Edición; año: 2003; pág 57- 68

1.3.3.4 Las Tribus Urbanas

Los estudios sobre las tribus urbanas se empezaron a dar a partir de 1915, con la aparición de éstas en las grandes ciudades. Chicago, albergaba varias agrupaciones con apariencia extravagante y conducta delictiva. El periodista Robert E. Park, dejó su profesión para formar parte del Departamento de Sociología de la Universidad de Chicago, fue uno de los mentalistas de la escuela de ecología humana, la cual estudia las conductas del medio urbano. Además otros estudiosos aportaron con el criterio que los jóvenes que conforman dichos grupos no presentan un orden patológico, sino que se derivaban de varios factores sociales. En 1929, Fredrick Trasher descubre cuáles son los elementos simbólicos que caracterizan a estos grupos como su vocablo, la vestimenta. Estos investigadores fueron los pioneros en los estudios que posteriormente fueron complementados con otros.⁴⁶

Gráfico N°2

Estudios Cronológicos sobre las Tribus Urbanas

Año	Autores	Estudios Realizados
1955	Albert Cohen	Función compensatoria del grupo
1958	Walter Miller	Semejanzas y diferencia entre la subcultura de los jóvenes y la cultura de sus padres.

⁴⁶ Cfr Pàmols 1986, citado por Costa COSTA Pere Oriol, PÉREZ José, TROPEA Fabio; "TRIBUS URBANAS"; Barcelona, Editorial Paidós Ibérica; s/a; pág 31

1969	Willmott	Relación Jóvenes /clase social
1966	Downes	Utilización del tiempo libre Ocio: modo de recrear el interés que han perdido
1981	Fritch	Influencia de la música.
1983	Hall Jefferson	Marginalidad, crea nuevas formas de resistencia "mediante rituales".

Fuente: Elaboración propia a partir de Costa, Pérez, Tropéa

1.3.3.4.1 Definición de Tribus Urbanas

“Las pandillas, las bandas, o, simplemente agrupaciones de jóvenes y adolescentes, que se visten de modo parecido y llamativo, siguen hábitos comunes y se hacen visibles, sobre todo, en las grandes ciudades”⁴⁷

Varios autores de libros sobre las tribus urbanas, las asocian con la delincuencia sin tener en cuenta las diferencias notables que existen entre ambas, *“A diferencia de los grupos de delincuentes, la respuesta de la subcultura se expresa por medio de rituales (identidades del grupo, lealtades territoriales, etc) y se manifiesta mediante la adopción de un estilo (formas de vestir, objetos adoptados como símbolos de la cultura, etc)”⁴⁸*

⁴⁷ COSTA Pere Oriol, PÉREZ José, TROPEA Fabio; “TRIBUS URBANAS”;Barcelona, Editorial Paidós Ibérica; s/a; pág 11

⁴⁸ COSTA Pere Oriol, PÉREZ José, TROPEA Fabio; “TRIBUS URBANAS”;Barcelona, Editorial Paidós Ibérica; s/a; pág 71

Las tribus en su mayoría están formadas por personas de clases bajas, ya que estas son muy numerosas en todas partes del mundo. Debido a su origen varía su naturaleza, pero en todas las ciudades existen varias circunstancias parecidas que causan la aparición de las tribus con tendencia violenta.

El adjetivo urbanas, utilizado en su nombre, nos indica que estos grupos se forman con mayor frecuencia en las ciudades ofreciendo a sus habitantes una vida más rápida y estresante que la rural. *“El miembro de la urbe se ve afectado por una relación más deshumanizante que lo vuelve menos sensible con el ambiente que lo rodea y, a la vez, se encuentra expuestos a los más diversos comportamientos”*⁴⁹

“Obsérvense los nuevos espacios urbanos: ruidosos, extensos, fríos... obligan a los individuos a cursar grandes trayectos en circunstancias que no favorecen ni el intercambio personal, ni el diálogo.

Contémpense los edificios de una gran ciudad: generalmente altos, sin espacios comunitarios, que amontonan inquilinos que no conocen el sentido de la vecindad.

*Éntrese en los nuevos hogares: dominados por la televisión o por medios que desconcentran para la charla y la tertulia, para el intercambio de experiencias... En resumen, muy pocas oportunidades para un contacto social gratificante”*⁵⁰

Estas razones han causado el individualismo y con el paso del tiempo han provocado el alejamiento de la familia, amigos, o su reemplazo por medios

⁴⁹ TERMINELLO Oscar; “DE LAS TRIBUS A LAS MARAS”; Buenos Aires, Editorial Bonum; Año: 2008; pág 13

⁵⁰ COSTA Pere Oriol, PÉREZ José, TROPEA Fabio; “TRIBUS URBANAS”; Barcelona, Editorial Paidós Ibérica; s/a; pág 31

como la televisión, el internet, la radio, los videojuegos. Si el individualismo promovería la crítica y la autonomía sería algo positivo, pero ocurre lo contrario, las personalidades se quedan presas. Los jóvenes entran en un estado de angustia, acompañada de un sentimiento de vacío, por lo que empiezan a presentar comportamientos con características tribales, ven la necesidad de crear nuevos grupos cuyos lazos de identidad son muy fuertes y logran la cohesión que la sociedad no les brinda.

1.3.3.4.2 La Identidad

El paso de dos etapas de la vida de las personas de la niñez a la juventud, además de implicar varios cambios biológicos, físicos, y psicológicos, supone otro tipo de necesidades, como la redefinición de relaciones con los padres o la búsqueda de una nueva identidad.⁵¹

Identidad Personal

Los jóvenes se agrupan en búsqueda de una identidad personal, todos sus actos giran en función de esa pertenencia; tratan de salir de la normalidad, pueden expresarse libremente, consiguen apoyo sentimental con personas que son sus iguales, aunque no tienen una clara estructura, proporcionan a sus integrantes muchas experiencias gratificantes.

Según una investigación realizada por Valerie Sinason; el paso de los jóvenes por los grupos es algo necesario, *“excepto en sujetos profundamente*

⁵¹ Cfr TERMINELLO Oscar; “DE LAS TRIBUS A LAS MARAS”; Buenos Aires, Editorial Bonum; Año: 2008; pág 78

*perturbados, la mayoría de los adolescentes o jóvenes son conscientes del carácter temporal de la etapa de la vida en la que son miembros de un grupo”.*⁵²

Esta investigadora, también considera que los jóvenes que se unen a estos grupos tienen problemas de inseguridad, tendencia depresiva o han sido rechazados por su familia por lo que se refugian en estos.⁵³ Otros se unen, debido al falso status que les frece ser parte de estos.

Algunas de las razones por las que los jóvenes se adhieren a las tribus son las siguientes:

- Necesidades insatisfechas
- Desintegración familiar
- Pobreza y marginalidad
- La baja escolarización o el abandono escolar
- El desempleo del jefe de hogar
- La insuficiencia de ingresos
- La existencia de barreras culturales
- La responsabilidad del tutor en el hogar
- Mala calidad de la educación

⁵² COSTA Pere Oriol, PÉREZ José, TROPEA Fabio; “TRIBUS URBANAS”;Barcelona, Editorial Paidós Ibérica; s/a; pág 75

⁵³ Cfr COSTA Pere Oriol, PÉREZ José, TROPEA Fabio; “TRIBUS URBANAS”;Barcelona, Editorial Paidós Ibérica; s/a; pág 73-75

- La falta de políticas juveniles e inexistencia de redes de apoyo
- El clima de violencia política y desconfianza en el sistema institucional.⁵⁴

Identidad Múltiple

Es un proceso que comparte una persona con otras, así conforman el nosotros, no importa la clase social, el género al que pertenezcan, todos comparten los mismo gustos por el fútbol por ejemplo, gracias a esta explicación se puede comprender la conformación de hinchas.

Los jóvenes pueden ingresar a conformar parte de las barras bravas ya que comparten su sentimiento por un equipo al igual que los otros integrantes.⁵⁵ Al existir dos de estos grupos de identidad se crea la relación nosotros/ellos, cuyo principio de cada uno, es seguir los mismos colores, refiriéndose a los de su equipo, esta relación crea inclusión y exclusión con los del equipo contrario.⁵⁶

Identidad Ajena

En el interior de estos grupos de jóvenes, se reafirma la cohesión y la identidad propia, pero aquellos que están fuera conforman la identidad ajena. Cuando sus integrantes se encuentran unidos, se crea una oposición, enfrentamiento con lo exterior. Hechos históricos, apoyan la idea de que lo exterior es causa

⁵⁴ Cfr TERMINELLO Oscar; "DE LAS TRIBUS A LAS MARAS"; Buenos Aires, Editorial Bonum; Año: 2008; pág 60, 81

⁵⁵ Cfr Entrevista realizada a la madre de un integrante de una barra brava, efectuada el día 29 de Octubre de 2011.

⁵⁶ Cfr ALBARCES Pablo; "FUTBOLOGÍAS, FÚTBOL, IDENTIDAD Y VIOLENCIA EN AMÉRICA LATINA"; Buenos Aires, CLACSO: Primera Edición; año: 2003; pág 40, 57, 58, 110

de conflicto; Roma estaba trazada por un contorno, en el que en su interior se podía sentir seguridad y todo lo exterior significaba peligro. En la sociedad pre industrial todo ser que quedaba fuera de este círculo, era considerado extraño y hasta como enemigo y hasta la actualidad ¿quién no considera que estar dentro de su hogar es un lugar seguro y el exterior está lleno de peligros?, lo mismo sucede con estos grupos de jóvenes. Actualmente ya no solo se siente esta diferencia entre los interior y exterior, sino que la sociedad cada vez se llena de barreras, y aparecen consigo las intolerancias internas; el racismo, discriminación por preferencias sexuales, religiones, edad, enfermedades.⁵⁷

La categoría de nosotros reconoce la existencia de ellos y como consecuencia se crean dos tipos de dimensiones de la identidad:

Identidad Nominal.- Es aquella que ordena según la jerarquía a los procesos de identidad por ejemplo, la pertenencia comunal, local, étnica, genérica y nacional

Identidad Virtual.- Se relaciona con la anterior, esta se designa según las experiencias cotidianas.

Entre las dos dimensiones existe cierta tensión, ya que son objeto de manipulación y burla. Se utilizan marcas identitarias que expresan oposiciones en la sociedad como: ciudad/campo, centro/periferia, macho/no macho, blanco/no blanco.

⁵⁷ Cfr COSTA Pere Oriol, PÉREZ José, TROPEA Fabio; "TRIBUS URBANAS"; Barcelona, Editorial Paidós Ibérica; s/a; pág 27-30, 36

Los hinchas pueden utilizar estos términos para descalificar a su rival. Al sentirse agredida, la barra contraria responderá inmediatamente para defenderse y también ofenderán a sus rivales o les harán caer en la reflexión de si son tan distintos como para estigmatizarlos.⁵⁸

Este fenómeno se da en todas las barras. Los hinchas del equipo argentino, Atlético Cuyayá cantan esta barra a sus rivales históricos del Atlético General Lavalle:

“Saltemos todos,

que Cuyayá esta de fiesta,

saltemos todos,

que en Cuyayá es carnaval,

que en moreno están de luto,

que son todos negros putos de Bolivia y Paraguay”⁵⁹

Este hecho fue denominado lógica partisana y consiste en *“echar mano de todo tipo de estigmatización disponible para desacreditar al adversario, chocar con el otro y pesar, mediante humillaciones mordaces, sobre el resultado del partido”⁶⁰*

⁵⁸ Cfr ALABARCES Pablo; “FUTBOLOGÍAS, FÚTBOL, IDENTIDAD Y VIOLENCIA EN AMÉRICA LATINA”; Buenos Aires, CLACSO: Primera Edición; año: 2003; pág 60

⁵⁹ ALABARCES Pablo; “FUTBOLOGÍAS, FÚTBOL, IDENTIDAD Y VIOLENCIA EN AMÉRICA LATINA”; Buenos Aires, CLACSO: Primera Edición; año: 2003; pág 61

⁶⁰ Bromberger 1998, citado por ALABARCES Pablo; “FUTBOLOGÍAS, FÚTBOL, IDENTIDAD Y VIOLENCIA EN AMÉRICA LATINA”; Buenos Aires, CLACSO: Primera Edición; año: 2003; pág 62

La humillación se puede lograr negando la existencia del equipo contrario, con más frecuencia se da en partidos considerados como clásicos y esto según connotaciones políticas y culturales, es la peor descalificación que se puede recibir de alguien. Pero aunque se utilicen estos términos, no podría ser real la inexistencia del equipo contrario ya que si esto ocurriría, no se podría jugar los partidos de fútbol

“De que esta tarde ganamos de eso no hay duda,

Hay Barce yo te llevo en el corazón,

bombillo eres un puto y mi hijo tarado,

Vos que tiene banda sos un cagón,

Hay un lugar para ti tan esperado,

Donde yo te aseguro sales campeón,

Creo que puede ser en supernintendo,

En un cuento de hadas o de ficción.

Otras formas de humillar, son hacer referencia a los aspectos sexuales; la degradación de las trabajadoras sexuales y la comparación de los jugadores con ellas.

“Que lo vengan a ver,

que lo vengan a ver,

eso no es un arquero,

es una puta de cabaret.” (Y el nombre del arquero)

O también dudar de la masculinidad de un hombre y asociarlo con la homosexualidad es algo realmente hiriente.

En especial si se toma el ritmo de una de las canciones del rival para cambiar su letra y ridiculizarlo más:

“Los domingos oye apesta a mierda,

por un mojón que se llama Emelec,

una hinchada cojuda y ahuevada,

es la hinchada maricona de Emelec,

Emelec, Emelec, maricones de la Primera de Mayo

Emelec Emelec romperte el culo otra vez.”

Esta canción es dedicada a los hinchas del Emelec, rival histórico del Barcelona S.C.

La identidad de los hinchas se va formando y reafirmando cuando todos los integrantes participan en este proceso de humillación, aunque su rival histórico no se encuentre presente.

Actualmente un hecho que da prueba de estos sucesos, es lo que han realizado los hinchas del Boca Juniors de Argentina, la barra llamada “La Doce”, la misma que al enterarse que su rival River Plate descendió de categoría en el fútbol Argentino, fue utilizado para realizar burlas, publicaron imágenes y videos en el internet, estos elementos se convierten en

representantes de una identidad del grupo, la cual requiere una muestra de cohesión, fidelidad, constancia que va permitiendo la excelencia del grupo ante otros rivales.

1.3.3.4.2.1 Identidades en el Fútbol

Identidades por clubes.- es imposible que se den reconciliaciones entre los seguidores de los equipos rivales. Por ejemplo hablaríamos que no existe ninguna posibilidad entre una firma de paz entre los integrantes de las barras bravas existentes en todo el mundo.

Metaidentidades nacionales.- cuando existen partidos de fútbol internacionales en los que las selecciones de dos países se enfrentan, sus habitantes los apoyan sin importar de qué equipo local son seguidores. Nuestro país tampoco es excepción de las metaidentidades nacionales, cuando juega la selección todos los ecuatorianos nos sentimos unidos, esto se empezó a suscitar en 1993 en la copa América cuando el presidente de aquella época Sixto Durán Ballén dijo lo siguiente⁶¹: *“La Copa América ha servido para demostrar que los ecuatorianos sí podemos unirnos; que se pueden lograr cosas imposibles si nos integramos; que podemos hacer patria y que, definitivamente, hacer deporte es hacer patria”*⁶²

⁶¹ Cfr ALABARCES Pablo; “FUTBOLOGÍAS, FÚTBOL, IDENTIDAD Y VIOLENCIA EN AMÉRICA LATINA”; Buenos Aires, CLACSO: Primera Edición; año: 2003; pág 89-93

⁶² El Comercio 1993 citado por Alabarces ALABARCES Pablo; “FUTBOLOGÍAS, FÚTBOL, IDENTIDAD Y VIOLENCIA EN AMÉRICA LATINA”; Buenos Aires, CLACSO: Primera Edición; año: 2003; pág 89-93

Pero si se trata de otro tipo de campeonatos como la Copa América; la metaidentidad desaparece, dichosos se sentirán los hinchas de un equipo si su rival local pierde, no importa si este representa a su país. Liga de Quito ha participado en torneos internacionales importantes, sus hinchas esperaban ansiosos obtener buenos resultados, mientras que los hinchas de los equipos rivales como Deportivo Quito y Barcelona, en su mayoría; ansiaban su derrota. Pero a la final este equipo ecuatoriano, logró quedar campeón.

Supraidentidad.- en ámbitos más generales cuando se enfrentan dos equipos uno que represente a Latinoamérica y otro a Europa, el apoyo a estos dependerá del lugar donde se sitúe el país de origen de los espectadores.⁶³

Existen varias teorías sobre las identidades pero se ha llegado a un consenso en asumir las identidades como procesual y dialógica *“es decir, se construye y reconstruyen la praxis social a partir de la relación de alteridad que una identidad social definida tiene con otras entidades análogas, oposición que por lo general se da en torno a recursos tanto materiales como simbólicos que son necesarios para la existencia y continuidad sociocultural de los involucrados”*⁶⁴

En lo que se refiere al fútbol, la oposición que se da entre identidades se refiere a las barras de los distintos equipos, en los cuales existe rivalidad, si nos referimos a los recursos materiales y simbólicos podemos entender que se trata de aspectos importantes para ellos, como banderas; el equipo que más

⁶³ Cfr ALABARCES Pablo; “FUTBOLOGÍAS, FÚTBOL, IDENTIDAD Y VIOLENCIA EN AMÉRICA LATINA”; Buenos Aires, CLACSO: Primera Edición; año: 2003; pág 89-93

⁶⁴ Almeida 1997 citado por ALABARCES Pablo; “FUTBOLOGÍAS, FÚTBOL, IDENTIDAD Y VIOLENCIA EN AMÉRICA LATINA”; Buenos Aires, CLACSO: Primera Edición; año: 2003; pág 77

tiene, es visto por los demás como el más organizado y el que mejor a creado su identidad y es actualmente la más solida.

1.3.3.4.3 Rasgos Dominantes de la Identidad

Dentro de los grupos se puede encontrar personas con distintas características, pero todos comparten unos rasgos en común:

- Un gusto por el disfraz.- es un atuendo característico y fácil de identificar con el cual son reconocidos. Por ejemplo los seguidores de los equipos de fútbol visten camisetas, gorras que les identifique como hinchas de su equipo, pero también ha habido casos como los integrantes de la barra Boixos Nois (muchachos locos), hinchas del Barcelona de España, que han preferido cambiar sus atuendos para no ser reconocidos y fichados por la policía y poder actuar en el anonimato.
- Vitalismo rebelde.- desprecio visible hacia lo que procede de la cultura dominante.
- Búsqueda de automarginación del grupo social más amplio.- al no querer parecerse a los seres convencionales; con sus atuendos y modos de comportarse, crean en la sociedad un sentido de rechazo o marginación hacia ellos.
- Anomía.- es la ausencia de reglas, muchas veces no se acata las reglas sociales, se hace caso omiso a estas. Los jóvenes actúan sin planificación, sin conocer los riesgos que pueden tener. Al actuar de esta manera, no se

obtiene ningún beneficio y no se es productivo en la sociedad. La drogadicción facilita este tipo de conducta; en los estadios, integrantes de las barras bravas actúan violentamente, ocasionado desmanes en los graderíos, también provocan peleas entre barras y no respetan a la autoridad encargada de controlarlos que es la policía.

Rasgos de Sensibilidad

Tensivo-pasional.- ponen mayor tensión y pasión en la existencia de su grupo. La tensión la logran causando polémica en la sociedad y lo pasional, al sentirse parte del grupo, defendiendo sus valores y territorios.

1.3.3.4.4 Medios de Expresión

Tatuajes

La sílaba ta significa en polinesio, dibujar. Son utilizados por muchos aborígenes de todos los continentes, con distintos significados pero especialmente muestra el rango que ocupan en sus grupos. Esta práctica llegó a Europa en el siglo XVIII con los navegantes ingleses, españoles y portugueses, que proveían de Polinesia, Asia y América. En su historia contemporánea los tatuajes aparecen en los años 50, los motociclistas norteamericanos los utilizaban; en los años 60, esta práctica se reafirmó con los hippies y se populariza en los años 70 hasta la actualidad.

Muchos jóvenes seguidores de los distintos equipos de fútbol, llevan en su cuerpo tatuado, símbolos y colores que muestran su preferencia y fanatismo por un equipo también es común que lleven el nombre de la barra a la que pertenecen. Estos diseños no son los únicos, existe gran variedad entre ellos llevan en su cuerpo el retrato de sus hijos o también tatuajes del tipo barroco funerario que incluye calaveras, cruces invertidas, serpientes, figuras mitológicas. En definitiva varios diseños con colores llamativos que expresan los sentimientos y gustos de quien los lleva.

Grafitis

“Los grafitis constituyen un conjunto de signos escritos que identifican a sus miembros, sus actividades y sus territorios”⁶⁵

Se los encuentra en todos los lugares posibles de las ciudades como: paredes, puertas, árboles, hasta en monumentos, se los hace sin el consentimiento de sus dueños, lo que puede causar molestias y simplemente lo ven como unas imágenes o palabras sin sentido, pero para los jóvenes que los hacen, tiene varios significados. Los grafitis sirven para marcar territorio, es decir mostrar a los demás grupos que dicho barrio, les pertenece, o que han pasado por un lugar determinado, también es una forma de desafiar y poner cierta advertencia o amenaza a sus opositores.

⁶⁵ TERMINELLO Oscar; “DE LAS TRIBUS A LAS MARAS”; Buenos Aires, Editorial Bonum; Año: 2008; pág 19

Se los realiza en las noches para que las personas no identifiquen a los autores y los sancionen, están cargados de sentimientos que llevan a la construcción de la propia identidad

Si recorremos la ciudad de Quito, nos encontraremos con grafitis de escritura clara como Barrio Albo o textos codificados como: MB, SO, Q pintadas en las paredes, para la sociedad en general, serán extrañas y sin sentido pero estas pertenecen a las barras bravas de la ciudad, estas sí saben a qué grupo pertenece cada inicial y debido a su rivalidad las tachan o escriben encima de estas, para provocar a sus contendores y demostrarles quién es el que manda.

“El incremento en los grafitis nos informa el crecimiento de la actividad de las barras bravas, que se van introduciendo en barrios donde no existía el problema”⁶⁶

Señales Con las Manos

Los jóvenes crean en sus grupos distintas formas de saludos que únicamente pueden ser utilizados en su círculo amistoso, lo mismo ocurre con los integrantes de las barras bravas, quienes han adoptado distintas maneras de saludo entre ellas.

También las manos son utilizadas para desafiar a una pelea uno a uno a sus rivales cuando ambos se encuentran, o para insultar por medio de señas

⁶⁶ TERMINELLO Oscar; “DE LAS TRIBUS A LAS MARAS”; Buenos Aires, Editorial Bonum; Año: 2008; pág 47

obscenas. A diferencia de las pandillas, estas no tienen un abecedario, para comunicarse.

Silbidos

Cuando las barras bravas tienen varios integrantes y con el objetivo de comunicarse entre ellos sin levantar sospechas de sus rivales, utilizan un tipo de silbido que es conocido por sus integrantes, estos pueden ser utilizados para llamarse entre ellos cuando se encuentran lejos o para convocar a sus integrantes cuando hay alguna emergencia, como un encuentro con sus rivales.

Mensajes vía Sms, Internet

Con los avances tecnológicos que existen actualmente, las personas se han acoplado a su utilización, los mensajes vía celular permiten a los jóvenes comunicarse rápidamente entre ellos para enviar comunicaciones internas.

Las páginas web creadas por los distintos grupos son utilizadas como medio de expresión, para realizar comentarios sobre un partido; o como medio de comunicación, son utilizadas para informar a sus suscriptores sobre los futuros viajes que realizarán para acompañar a sus equipos, los costos, lugares de encuentro, etc. Las redes sociales de moda, de igual forma son un medio de comunicación, de discusión y de insultos con sus rivales.

Vestimenta

Las barras bravas están conformadas por jóvenes que pueden pertenecer a su vez a distintos grupos por ejemplo Rockeros, Hoperos, Punkeros, Skins, ellos visten el atuendo que los caracteriza como integrantes de dichos grupos. No existe un atuendo específico que utilicen los hinchas, únicamente se podría decir que su atuendo principal es un gorro, camisetas, del equipo de fútbol de su preferencia cuando hayan partidos o en las calle se los puede ver utilizando bufandas y mochilas con parches de sus equipos, que lleven estas indumentarias no necesariamente quiere decir que pertenecen a las barras bravas, pues hay jóvenes que son de dichos equipos pero no pertenecen ningún grupo de hinchas.⁶⁷

1.3.3.5 La Violencia

Esta palabra proviene del latín violentia, cuyo elemento esencial es la fuerza, a continuación dos conceptos:

- *“La violencia es vista como inherente a toda existencia colectiva, es el resultado del movimiento de las fuerzas por las cuales dicha existencia se compone y que ella engendra, depende de la dinámica de lo vivo por la cual orden y desorden son inseparables”*

Es imposible tener un mundo perfecto, sin violencia en el cual todos los seres humanos estaríamos de acuerdo en todo, todos deberíamos pensar igual, pero

⁶⁷ Cfr TERMINELLO Oscar; “DE LAS TRIBUS A LAS MARAS”; Buenos Aires, Editorial Bonum; Año: 2008; pág 27-34

cada uno tiene su propio criterio y siempre van a existir diferencias que a su vez van a causar desacuerdos.⁶⁸

“La violencia se produce cuando no hay autocontrol, todos tenemos una cultura violenta implantada en la sociedad y de la que no podemos escapar aunque así lo queramos.”⁶⁹

“Es el uso deliberado de la fuerza o el poder, ya sea en grado de amenaza o efectivo, contra uno mismo, otra persona o un grupo comunidad, que cause o tenga muchas probabilidades de causar lesiones, muerte, daño psicológico, trastornos del desarrollo o privaciones”⁷⁰

Todo comportamiento tiene sus repercusiones y con más razón si se trata de comportamientos negativos, se afecta a la integridad de uno mismo y de las otras personas.

1.3.3.5.1 Generadores de Violencia

“En las sociedades de la modernidad actual, las situaciones potencialmente generadoras de violencia son permanentes y no sólo coyunturales: efectos de número: (con el apilamiento urbano), de masa (con la indiferenciación) de multitud (con las reuniones ocasionales cargadas de un poder difícil de controlar) y de imitación (toca la fragilidad de los valores y los modelos de identidad, propicia al desamparo individual)”

⁶⁸ Cfr CERBINO Mauro; “PANDILLAS JUVENILES; CULTURA Y CONFLICTO DE LA CALLE; Quito, Abya-Yala; año: 2004; pág 15

⁶⁹ El Comercio, Quito Ecuador, 26 de Marzo de 2010, pág 22

⁷⁰ BERTELLI Christian; “LA VIOLENCIA EN EL FÚTBOL”; Buenos Aires, Editorial Boabab; año: 2006; pág 16

Las causas comunes que se ha identificado se refieren a la pérdida de valores, desarticulación familiar, pero no se tiene en cuenta otras variables que pueden afectar a todo tipo de personas, ya sean niños o adultos.⁷¹

Para ampliar el tema familiar la Doctora Sandra Cevallos, Directora del Colegio Nuevo Mundo, afirma que la violencia en los niños puede ser un mecanismo de defensa hacia algo que le molesta, pero también existen síndromes que vienen acompañados de comportamientos violentos y desórdenes de personalidad⁷²

Los niños que tienen problemas en sus hogares también pueden presentar dificultad para adaptarse a la escuela, y mostrarse violentos con sus compañeros también en estos lugares pueden encontrar a sus pares, juntarse y dedicarse a otras actividades, esto provoca menos interés por la familia y la escuela.

Los jóvenes que provienen de familias débiles tienden a presentar más riesgo de violencia, y esto implica provenir de familias extensas, tener bajos ingresos económicos, crecer dentro de un hogar con un progenitor soltero, deficiente crianza de los padres, poca comunicación, mal manejo de conflictos, violencia intrafamiliar, poco control a los hijos problemas con el consumo de alcohol y drogas por parte de los padres.

Los aspectos económicos y sociales también influyen en la generación de violencia. En lugares donde la gente tiene más carencias; los niveles de violencia son más altos, la falta de trabajo, la venta de droga, abandono

⁷¹ Reguillo 1999, citado por CERBINO Mauro; "PANDILLAS JUVENILES; CULTURA Y CONFLICTO DE LA CALLE; Quito, Abya-Yala; año: 2004; pág 35-36

⁷² Cfr Entrevista a Dra. Sandra Cevallos, Directora del Colegio Nuevo Mundo, efectuada el 24 de Agosto de 2011

escolar, los embarazos en adolescentes, la poca vigilancia policial y otros aspectos más, pueden ser detonantes de este mal e irrumpen la vida de las personas que allí habitan y las influyen negativamente.⁷³

Balandier, nos muestra otros factores desencadenantes de violencia, y se refieren como él lo indica a aquellos que nos invaden en el mundo actual.

- El deterioro de las relaciones sociales y con ello, la poca comprensión de la importancia de la dependencia mutua, lo que pertenecen a su grupo y los otros.
- La marginación, la exclusión, la relación que se puede dar a los jóvenes por su modo de vestir, su condición económica o el barrio en el que habitan. Los policías son quienes más hacen uso de este tipo de violencia, al juzgar y presumir culpabilidad sin haberlo constatado, simplemente por vestir diferente o porque los consideran sospechosos y los llaman “dañados” o “delincuentes”, los jóvenes asumen este papel que se los ha otorgado, muchas veces sin serlo pero se comportan de tal forma. Es común escuchar como parte de la solución a este problema, la realización de charlas, que muchas veces no tienen efecto alguno en los jóvenes, la represión genera estigmatización, exclusión y en lo que se refiere a la rehabilitación, no es más que la privación de la libertad de los jóvenes y

⁷³ Cfr LUTZKER John; “PREVENCIÓN DE VIOLENCIA”; México, Editorial El Manual Moderno: Primera edición; año: 2008; pág 103-104, 106-107

estos lugares pueden ser espacios de perfeccionamiento de conductas delictivas.⁷⁴

- Los jóvenes pueden actuar violentamente por envidia, es decir que los grupos se sienten marginados, burlados y superados por sus rivales, esto nos ayuda a entender cómo los integrantes de una barra brava le roban a su rival una bandera o un bombo, *“la envidia puede ser la dimensión en la que los signos del otro, los signos prueba, pueden llevar al sujeto juvenil a buscar la bronca. Con estos signos prueba, nos referimos a aquellos que permiten mostrarse y que otorgan algún status”*⁷⁵. El robo va a incrementar su ego y se sentirán más valientes que los de la otra barra.
- La violencia está ligada con la virilidad, si eres hombre puedes pelear como tal, para estar en una barra brava, uno de los requisitos fundamentales es que sus integrantes tengan las agallas para pelear y estar preparado para los enfrentamientos que se den, caso contrario, se lo catalogará como cobardes que no saben pelear, esto provocará el rechazo de sus compañeros.

Para la barra brava del Boca Junior y sin duda para otras barras bravas más, el boxeo es un símbolo de masculinidad, es por esto que muchos de sus enfrentamientos son con los puños.⁷⁶

⁷⁴ Cfr CERBINO Mauro; “PANDILLAS JUVENILES; CULTURA Y CONFLICTO DE LA CALLE; Quito, Abya-Yala; año: 2004; pág 15-20

⁷⁵ Cfr CERBINO Mauro; “PANDILLAS JUVENILES; CULTURA Y CONFLICTO DE LA CALLE; Quito, Abya-Yala; año: 2004; pág 35-36

⁷⁶ Cfr GRABIA Gustavo; “La Doce; la verdadera historia de la barra brava de Boca”; Buenos Aires, Editorial Sudamericana; año: 2009; pág 159

Hablar de los enfrentamientos, muertes entre los miembros de un grupo, le otorga un cierto tipo de superioridad frente a los otros, se ganará el respeto, y muy difícilmente tendrán problemas con ellos. Pero si hablamos entre dos grupos de hinchas, cada uno tendrá sus propias versiones y contará a los suyos sobre ese enfrentamiento que los hará verse como héroes.

- La mirada, puede también causar una pelea, por medio de esta y sin necesidad de palabras, podemos entender o suponer lo que el otro está pensando. Cuando dos grupos rivales se miran se expresan odio, acompañadas de un cruce de palabras fuertes que casi siempre terminarán en agresión física.
- El insulto y el ataque físico, pueden ser dos desencadenantes más. Cuando una persona ataca a otra verbal o físicamente, seguramente esta última querrá desquitarse a como de lugar.

Debemos tener en cuentas ciertos procesos:

- Para que una persona agreda de estas dos maneras puede haber tenido un fracaso que la haya conducido a comportarse agresiva.
- La venganza, casi siempre va con la misma intensidad con la que se agredió, las personas quieren hacer sentir a la otra persona tan mal como lo han hecho sentir a ellas.⁷⁷

⁷⁷ Cfr McDaniel, O'Neal y Fox 1971, citados por PERLMAN Daniel; "PSICOLOGÍA SOCIAL"; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 371

- Cuando el agresor ataca, comúnmente utiliza armas, que puede incrementar la posibilidad de una agresión de venganza.
- El cólera está relacionado con la agresión, mientras más cólera tenga una persona, la magnitud de la agresión será mayor.⁷⁸

1.3.3.5.2 Desarrollo de la Violencia

Muchos de los niños que en su infancia han sido violentos, han crecido con ese patrón y cada vez han ido progresando en el nivel de violencia por medio de estas vías de desarrollo:

- Vía de conflicto con la autoridad.- en la infancia los niños muestran un comportamiento de desobediencia a sus autoridades, progresivamente ésta se va desarrollando y cuando llegan a la juventud los jóvenes evitan a la autoridad y la demuestran ausentándose al colegio, escapándose de sus hogares.
- Vía encubierta.- en un inicio los niños mienten o pueden robar cosas pequeñas, pero con el paso del tiempo sus actividades van progresando a otras más graves, como dañar la propiedad privada, provocar incendios y posteriormente pueden culminar con el robo de domicilios.
- Vía manifiesta.- puede iniciarse con la intimidación escolar, progresar y convertirse en peleas físicas.

⁷⁸ Cfr Green, Rakosky, O'Neal 1968, citados por PERLMAN Daniel; "PSICOLOGÍA SOCIAL"; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 372

“Los niños que siguen una vía de desarrollo hacia la violencia y delincuencia graves se han denominado infractores persistentes vitalicios”⁷⁹

Según varias largas investigaciones, que en ocasiones han durado hasta 22 años, durante la vida de ciertos niños se ha comprobado que desde el inicio del ciclo de vida tienden a presentar actitudes agresivas, mientras van creciendo se van incrementando en cantidad y gravedad. No todos los niños que presentan estas características desde muy pequeños, en su juventud siguen siendo violentos, depende de las vivencias y oportunidades que han tenido para presentar estos casos. Además durante los primeros años de sus vidas siempre tienden a mostrarse agresivos por lo que no se puede predecir si en un futuro lo serán o no y es deber de los padres inculcar a sus hijos para que cambien sus actitudes y aprendan a resolver sus conflictos por medio del lenguaje sin llegar al contacto físico o llantos innecesarios.⁸⁰

Cuando los niños llegan a la juventud, pueden incrementar la posibilidad de convertirse en violentos cuando se unen con pares antisociales, pueden influir en el inicio de un camino delictivo.

1.3.3.5.3 Tipos de Violencia

El conflicto

Es un estado por el cual pasa el hombre naturalmente, no se lo puede evitar ni eliminar, pero sí es regulable, la manera en la que se lo puede regular, es

⁷⁹ Moffitt 1993, citado por LUTZKER John; “PREVENCIÓN DE VIOLENCIA”; México, Editorial El Manual Moderno: Primera edición; año: 2008; pág 103-104, 106-107

⁸⁰ Cfr Howell, Hawkins 1998, citado por LUTZKER John; “PREVENCIÓN DE VIOLENCIA”; México, Editorial El Manual Moderno: Primera edición; año: 2008; pág 103-104, 106-107

enseñando a la resolución pacífica de conflictos, esta es una forma de socialización, porque constantemente estamos tratando de resolver los conflictos.

En el conflicto intervienen tres elementos: las personas, el proceso y el problema

Una de las formas para afrontar los conflictos son:

- **La evitación.-** es una forma de evadir y no resolver el conflicto.
- **La negociación cooperación.-** se deben conocer cuáles son las posturas de las dos partes para llegar a un consenso, en el cual no existan ni ganadores ni perdedores.
- **La acomodación.-** ambas partes tienen intereses distintos y una de las dos se da cuenta que la otra no va a acceder a sus peticiones, entonces este cede ante las propuestas del otro.
- **La competición.-** una de las partes implicadas defiende por sobre todo sus intereses, no le importan los de la otra persona, ya que no está dispuesta a llegar a ningún tipo de acuerdo.⁸¹

La Tolerancia

En un mundo donde la tolerancia en el ser humano cada vez es más escasa, deja ver la forma más violenta del hombre en la vida diaria. Frente a cualquier

⁸¹ Cfr MOSQUERA María, LERA Ángela, SÁNCHEZ Antonio; "NOVIOLENCIA Y DEPORTE"; España; Editorial Inde: Primera Edición; año: 2000; pág 19,82-83

problema, las personas actúan violentamente en lugares como el trabajo, la escuela, los buses. Estamos a la defensiva, con cualquier suceso podemos demostrar un comportamiento explosivo. Según el escritor Rodriguez, autor del libro “Los jóvenes y la violencia urbana en América Latina y el Caribe”, lo más preocupante es que los actores principales son los jóvenes, ya sea como víctimas o victimarios; podría suponerse que ellos son quienes tienen menos obligaciones y consigo menos preocupaciones.⁸²

Para Waldemar Jimenez, cada vez somos más agresivos porque no respetamos la diversidad, en un país con tantos habitantes y tantos equipos de fútbol, es normal que existan distintas preferencias por estos, lo cual todos deberíamos respetar, pero cada vez la intolerancia se va interiorizando y con esta se incrementa el irrespeto. La sociedad se ha encargado de cultivar la intolerancia.⁸³

La Agresión

Esta palabra se utilizaba para describir conductas, actitudes y hasta emociones, pero ya ha sido restringida por investigadores para tener claro su verdadero significado, que se refiere a las conductas que intentan hacer daño. Comúnmente es confundido con la palabra agresividad, pero cada una tiene un significado diferente, la agresión puede ser evitada, pero la agresividad es una tendencia natural del ser humano que no se puede evitar.

⁸² Cfr BERTELLI Christian; “LA VIOLENCIA EN EL FÚTBOL”; Buenos Aires, Editorial Boabab; año: 2006; pág 18

⁸³ Cfr El Comercio, Quito Ecuador, 12 de Marzo de 2012, pág 42

Tipos de Agresión

- Agresión colérica, Arnold Buss le dio este nombre y se refiere a la venganza que puede realizar una persona al verse agredida y está muy molesta, se provoca cuando no se ha resuelto problemas entre los actores.
- Agresión instrumental.- es cuando se da un ataque previsto de una persona a otra, con el objetivo de conseguir algo.

Las personas pueden actuar de estas dos maneras cuando se ha llegado a los extremos de la provocación motivada y la provocación continua no motivada y no necesariamente por presentar conductas agresivas.

En 1971, Buss hizo tres distinciones sobre la agresión: directa/indirecta; activa/pasiva, física y verbal

Gráfico N°3

Tres dimensiones entre los tipos de agresión

		<i>Directa</i>		<i>Indirecta</i>	
		<i>Activa</i>	<i>Pasiva</i>	<i>Activa</i>	<i>Pasiva</i>
Física	<ul style="list-style-type: none"> Apuñalar Golpear Disparar a otra persona 	<ul style="list-style-type: none"> Impedir físicamente que otra persona alcance una meta (por ejemplo, tomar parte en una demostración) 	<ul style="list-style-type: none"> Poner una trampa; contratar a una persona golpeada 	<ul style="list-style-type: none"> Rehusarse a desarrollar las tareas necesarias (por ejemplo, no ayudar al enemigo moribundo) 	
Verbal	<ul style="list-style-type: none"> Insultar o desacreditar otra persona 	<ul style="list-style-type: none"> Rehusarse a hablar a otra persona 	<ul style="list-style-type: none"> Esparcir rumores maliciosos o chismes acerca de otra persona 	<ul style="list-style-type: none"> Omitir el apoyo verbal a otra persona (por ejemplo, no defender a una persona que ha sido criticada injustamente) 	

Fuente: PERLMAN Daniel; "PSICOLOGÍA SOCIAL"; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 244

1.3.3.5.4 Teorías Sobre la Violencia

Según Lorenz, Etólogo ganador del Premio Nobel, la agresión es cuestión de instinto y no se la aprende, *“representa la descarga de una energía agresiva que está constantemente formándose en el individuo”*. Las personas en la actualidad están estresadas y descargan su energía violenta en la primera oportunidad que tienen, como por ejemplo dicho por el mismo etólogo, se la descarga a través de los deportes agresivos de manera aceptable.⁸⁴

Así como esta teoría, se han propuesto varias. Se pensaba que existía una relación entre los cromosomas que tenían las personas y la violencia. Las mujeres normales tienen dos cromosomas X ligados al sexo y los hombres poseen uno X y uno Y. en los años 60 la anomalía XYY se propuso como una posible causa de la conducta agresiva, pero esta teoría fue desvirtuada cuando se hicieron análisis en convictos por crímenes violentos, quienes no presentaron este tipo de cromosomas.⁸⁵

Con la estimulación de centros específicos del sistema límbico del mesencéfalo, se realizó un experimento con ratas y ratones, la solución es dañar estas estructuras para reducir la conducta agresiva de los animales. Lo mismo trataron de hacer dos neurocirujanos Mark y Ervin en 1970, quienes por medio de rayos x, exploración radioactiva del cerebro, trataron de localizar áreas de actividad eléctrica anormal en cerebros con largo historial criminal. Estos sitios se estimularon después eléctricamente para corroborar su función

⁸⁴ PERLMAN Daniel; “PSICOLOGÍA SOCIAL”; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 243-245

⁸⁵ Cfr Price y Whatmore 1967, citados por PERLMAN Daniel; “PSICOLOGÍA SOCIAL”; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 243-245

agresiva, y por último en algunos casos, el área fue destruida quirúrgicamente. Estas prácticas fueron cuestionadas ya que violaban la ética de la psicocirugía y además no eran tan eficaces como parecían ya que las conductas violentas no siempre se producen en un mismo sitio, las cirugías podían causar incapacidad física e intelectual y una vez realizada la operación, las conductas violentas no se eliminaban y se seguían repitiendo.⁸⁶

Hipótesis de la Agresión por Frustración

Un grupo de psicólogos publicaron sobre la explicación de la agresión por medio de dos afirmaciones: *“la frustración siempre conduce a la agresión y la agresión resulta sólo de la frustración”*⁸⁷. Esta explicación no es absoluta, ya que la frustración puede ocasionar otro tipo de sentimientos sin llegar a la agresión. Compréndase frustración al sentimiento que se siente cuando se suspende una recompensa esperada o el fracaso de una tarea, a veces acompañado de insultos verbales por no haberlo logrado.

Worchel por medio de un experimento, concluyó que mientras más inesperada sea la frustración existirá una mayor posibilidad de agresión. Este hecho puede explicar las causas de la violencia masiva. En un país donde existe una desestabilidad política y económica, la frustración de los habitantes podría causar cierto tipo de agresión.

⁸⁶ Cfr Valenstein 1973, citado por Perlman 1985 PERLMAN Daniel; “PSICOLOGÍA SOCIAL”; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 255-256

⁸⁷ Cfr Miller 1941, citado por PERLMAN Daniel; “PSICOLOGÍA SOCIAL”; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 255-257

Según una entrevista realizada en el Diario El Comercio, el 26 de Marzo de 2010 a Franklin Andrade, Psicólogo deportivo, la violencia en los estadios es producto de las frustraciones, los hinchas acuden a los estadios a ver ganar a su equipo, pero cuando no lo logran, hay resentimientos y descensos en los estados de ánimo, esto produce la frustración que desemboca en violencia. Además cuando las personas no tienen satisfechas sus necesidades materiales y espirituales, es decir tiene un conflicto interno, *“descarga toda la violencia contenida que le produce la sociedad”*.

Por ejemplo: El pasado 7 de Noviembre de 2011, el Aucas enfrentaba al equipo de Gualaceo, por el Zonal de Ascenso, los hinchas llenos de ira, actuaron violentamente contra jugadores, dirigentes y policías, lanzaron objetos a la cancha, como respuesta a la frustración de no poder ascender a la serie B.⁸⁸

La Agresión Por Aprendizaje Directo

Según la Doctora Sandra Cevallos, las conductas pueden ser aprendidas, cuando un niño se desenvuelve en un medio donde sus referencias más cercanas se comportan constantemente de una manera violenta.⁸⁹

Cuando los padres se comportan violentamente al ver o practicar un deporte van a influir en sus hijos en tener las mismas conductas agresivas, si

⁸⁸ Cfr El Comercio, Quito Ecuador, 7 de Noviembre de 2011, pág 35

⁸⁹ Cfr Entrevista a Dra. Sandra Cevallos, Directora del Colegio Nuevo Mundo, efectuada el 24 de Agosto de 2011

demuestran agresividad o desprecio al equipo contrario, falta de respeto al público o al árbitro.⁹⁰

La Agresión Por Aprendizaje Indirecto

La Doctora Sandra Cevallos, afirma que es importante evitar lugares y situaciones violentos que puedan afectar a los niños, por ejemplo no es recomendable que un niño vea la televisión sin la compañía de un adulto, quien le explique el por qué y le dé a conocer lo que está sucediendo y si está bien o está mal. De no ocurrir esto el niño puede confundir la fantasía con la realidad.

Los estadios también son lugares a los que los padres llevan a sus hijos para disfrutar de un partido, pero sin darse cuenta que en estos se dan varias situaciones de riesgo, que pueden asustar a los niños o también pueden creer que lo que ocurre ahí como el consumo de bebidas alcohólicas, drogas, etc son comportamientos normales.⁹¹

En un inicio el niño observa con atención, comprende lo que está sucediendo y por último lo recuerda y lo pone en práctica. Cuando aprenden esta conducta, los niños saben cómo hacerlo y las consecuencias que puede traer.⁹²

⁹⁰ Cfr MOSQUERA María, LERA Ángela, SÁNCHEZ Antonio; "NOVIOLENCIA Y DEPORTE"; España; Editorial Inde: Primera Edición; año: 2000; pág 10

⁹¹ Cfr Entrevista a Dra. Sandra Cevallos, Directora del Colegio Nuevo Mundo, efectuada el 24 de Agosto de 2011

⁹² Cfr Bandura 1973, citado por PERLMAN Daniel; "PSICOLOGÍA SOCIAL"; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 2270-272

Está comprobado que las personas que observan la violencia son más ansiosas que aquellas que no lo hacen.⁹³

La Provocación

“Con frecuencia un acto violento representa un esfuerzo del individuo para expresar indignación de lo que percibe injusto o no equitativo en la sociedad”⁹⁴.

Cuando una persona recibe un tipo de agresión, ya sea verbal o física, esta puede entrar en un dilema, sus principios morales pueden entrar en juego y la duda sobre la venganza se hace presente, hay que tener en cuenta también que el cólera, puede no permitirnos entrar en este dilema y actuar inmediatamente, dejando a un lado las inhibiciones.

Como respuesta a la provocación se da la venganza que permite una liberación de tensiones, el cólera se reduce, existe una relajación, acompañada de una reducción de la presión arterial pero según dos investigadores a más de esto, puede también causar ansiedad, o temor de un desquite, sentimiento de culpa.

La provocación de las barras bravas, en ciertas ocasiones se da mediante cánticos como el siguiente:

“Liguista esperáte un poquito más,

que ya nos vamos a encontrar,

los de liga, tienen miedo,

porque saben la oscura tiene huevos,

⁹³ Cfr Croft, Courrier 1973, citado por PERLMAN Daniel; “PSICOLOGÍA SOCIAL”; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 275

⁹⁴ PERLMAN Daniel; “PSICOLOGÍA SOCIAL”; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 263

en Ponciano ya corrieron,

y esta tarde los vamos a correr de nuevo.”

Este cántico es coreado por los miembros de la Barra Sur Oscura en los últimos minutos del partido, con el fin de provocar a su rival y enfrentarse en las afueras del estadio. En otras ocasiones, la provocación se da por medio de actos, según un resumen deportivo elaborado en el Diario El Comercio, antes del inicio del partido, un hincha de Liga de Quito bromeó con un vestido rosado aludiendo los quince años que su rival no gana un campeonato ecuatoriano, acompañado con la quema de una bandera de Barcelona, en la general donde se ubican los hinchas amarillos, se vivió un ambiente de malestar que trajo consigo múltiples insultos y hasta lanzaron objetos para tratar de derribarlo de las malla donde se encontraba.⁹⁵

1.3.3.5.5 Posibles Soluciones Frente a la Violencia

Sería lo ideal encontrar una fórmula para detener la violencia pero es imposible, ya que esta es causada por un sinnúmero de factores, a lo largo del tiempo, se han descubierto algunas estrategias para reducir la posibilidad que existan explosiones de violencia:

- Según la Doctora Sandra Cevallos no es recomendable corregir a los niños con golpes porque el niño reproducirá esa agresión y se vuelve un círculo vicioso, además que el golpe afecta intensamente en el subconsciente de la

⁹⁵ Cfr El Comercio, Quito Ecuador, 30 de Abril de 2012, pág 32

persona y la hiere mucho. Es contradictorio enseñarle a un niño a no ser agresivo por medio de la agresión.

- Enseñar a los niños a resolver sus problemas por medio de la palabra dando a conocer sus sentimientos.
- Corregir a tiempo la agresividad evitará problemas en la adultez. Los niños crean su personalidad hasta los siete años, y depende del tipo de estímulos que haya recibido, positivos o negativos, para influir en su comportamiento.⁹⁶
- En las escuelas y colegios, los profesores son quienes tienen la obligación de detener a los estudiantes cuando estos se comporten violentamente con sus compañeros, caso contrario, estarían apoyando su comportamiento.
- Se debe enseñar a respetar las reglas, a jugar en equipo, a no fingir faltas y por último a no ver a la derrota como un fracaso que afecte y condicione su vida cotidiana.⁹⁷
- Reducir las horas frente al televisor, existen varios programas violentos que pueden ser aprendidos por quienes los ven. En nuestro país en la pasada consulta popular, se determinó que existirá un control a los medios en los mensajes que estos emiten en su programación.
- Fomentar el desarrollo de búsqueda de alternativas que suplan la violencia como camino a resolver conflictos como hacer una broma para apaciguar los ánimos, conversar.⁹⁸

⁹⁶ Cfr Entrevista a Dra. Sandra Cevallos, Directora del Colegio Nuevo Mundo, efectuada el 24 de Agosto de 2011

⁹⁷ Cfr MOSQUERA María, LERA Ángela, SÁNCHEZ Antonio; "NOVIOLENCIA Y DEPORTE"; España; Editorial Inde: Primera Edición; año: 2000; pág 10

- Enseñar a controlar las tensiones y a incrementar la tolerancia.
- Educar para reafirmar la autoestima, para que podamos respetarnos a nosotros mismos y a los demás.
- En los partidos de fútbol deben haber reglas que no se violen como regular el consumo de bebidas alcohólicas, controlar el ingreso de bengalas, impedir la colocación de banderas que contengan mensajes que inciten la violencia.⁹⁹
- Todos los cambios que han perturbado la vida del ser humano, también han afectado a la práctica de valores y son considerados como una teoría, porque no se lo pone en práctica. Por esta razón la educación y la inculcación de valores tiene gran importancia en la formación de niños, para que cuando lleguen a ser adultos, los tengan siempre presentes y los pongan en práctica.

Cuando se quiere lograr un cambio, es prescindible que haya un compromiso. *“Sin dicho compromiso, será imposible llevar adelante un proyecto serio y responsable. En un proceso de participación real todos los miembros de una institución deben hacerlo”*¹⁰⁰

Con respecto a la desaparición de la violencia juvenil, se han creado varios mitos sociales, estas medidas necesitarían leyes severas, pero más allá de

⁹⁸ PERLMAN Daniel; “PSICOLOGÍA SOCIAL”; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 248-264

⁹⁹ Cfr MOSQUERA María, LERA Ángela, SÁNCHEZ Antonio; “NOVIOLENCIA Y DEPORTE”; España; Editorial Inde: Primera Edición; año: 2000; pág 50

¹⁰⁰ BERTELLI Christian; “LA VIOLENCIA EN EL FÚTBOL”; Buenos Aires, Editorial Boabab; 2006; pág 16

aquello se pueden buscar alternativas para conseguir un cambio en las personas a continuación algunas de ellas:

- **Poder de recompensa.-** se debe buscar algo que interese al sujeto para intercambiarlo por obedecer al requerimiento deseado, esto puede ser cosas tangibles como dinero, bienes o servicios o intangibles como afecto, membrecía a un grupo. Una desventaja de llevar a cabo esto, es que es necesario que se haga un seguimiento, para ver si se ha cumplido con lo establecido o no.
- **Poder coercitivo.-** es la capacidad que tiene una persona para castigar a otra si esta ha cumplido con lo acordado. Este castigo puede implicar el retiro de afecto, premios.
- **Experiencia.-** la persona que va a ser influenciada, tiene que conocer que quien lo quiere hacer cambiar, tiene experiencia en dicho campo y el cambio que quiere lograr es por su bien.
- **Poder de referencia.-** es el deseo que tiene un ser humano por parecerse a otro. Es importante que la persona a la cual se va a imitar demuestre la manera correcta de comportarse, para que sea imitado correctamente.
- **Poder legítimo.-** las personas, piensan por aspectos culturales que la persona que les está pidiendo su obediencia, tiene el derecho de hacerlo debido al papel que desempeña.
- **Poder informativo.-** la persona que quiere influir le proporciona al otro la información necesaria para que se convenza que los cambios que se

requieren son necesarios. Para que esta información sea persuasiva, se debe utilizar mensajes convincentes.¹⁰¹

1.3.3.5.6 La Violencia y el Fútbol

En épocas antiguas los deportes que se practicaban estaban vinculados a la violencia. Los ejercicios físicos de los espartanos eran parte de la preparación que se les enseñaba para la guerra. En la Edad Media, la práctica del tiro al blanco tenía el mismo fin, en épocas más recientes de igual manera, los prusianos, Hitler tenían la misma idea sobre la práctica de los deportes. *“Se puede comprobar fácilmente que los juegos de competición de la antigüedad clásica, se diferenciaban notablemente de nuestras competiciones deportivas. Bastará subrayar un rasgo que ilustra especialmente bien las diferencias. Las reglas de los encuentros atléticos “duros”, tales como el boxeo o la lucha libre, toleraban en la antigüedad un grado de violencia física mucho más elevado que el admitido en los deportes contemporáneos”.* Este gran avance en los deportes sin duda ha prevenido muchas agresiones que podrían haber tenido finales fatídicos. Es importante respetar la integridad de los otros, el deporte tiene la finalidad de integración, compartir con otras personas el mismo gusto por los deportes y además sirve para mantener nuestro cuerpo sano.

El fútbol en sus inicios tenía como protagonistas a dos pueblos, cuyo objetivo principal consistía en insertar la cabeza de una persona en una meta, en Inglaterra, la práctica de este deporte era violenta, las escuelas aristocráticas

¹⁰¹ Cfr PERLMAN Daniel; “PSICOLOGÍA SOCIAL”; México, Mc Graw-Hill; año:1985; pág 326-327

inglesas vivían revueltas frecuentemente para canalizar esa violencia incontrolable; se utilizó el fútbol y el rugby con ciertos límites. Con el paso del tiempo el fútbol se fue popularizando, al ser una herramienta para implementar la disciplina fue acogido por todos, tenían la idea que las personas que practicaban un deporte no hacían huelgas ni se emborrachaban.

En Francia, este deporte era prohibido debido a que al terminar los partidos habían muchos heridos y hasta muertos. A comienzo del siglo XX, empiezan a suscitarse hechos violentos que fueron incrementándose progresivamente.¹⁰²

Muchas son las causas que pueden ocasionar la violencia de las barras, pero estamos acostumbrados a socializar a la violencia con las drogas y el alcohol, es cierto que pueden ser detonantes pero no los únicos, para comprender a la violencia es necesario tener en cuenta que el mundo se encuentra en constantes cambio culturales, sociales, políticos y económicos; que influyen en el comportamiento de los jóvenes, la realidad que vive o que ha vivido cada país es distinta, las regiones no son únicamente un espacio geográfico definido, sino que también son el resultado de un pasado lleno de historia y pueden estos aspectos también ser causantes del problema de la violencia.

En nuestro país se maneja el discurso de unión nacional, en cuanto se refiere al apoyo a la selección, pero este se ve dificultado por problemas como el regionalismo y el racismo en todos los estratos de la sociedad, hasta en los medios de comunicación.

¹⁰² Cfr BERTELLI Christian, "LA VIOLENCIA EN EL FÚTBOL"; Buenos Aires, Editorial Boabab; 2006; pág 28-29

El regionalismo trae consigo la fragmentación de un país, cuando un pueblo tiene una ideología regionalista no permite a sus integrantes pensar en el bienestar de todos, esto muchas veces es incentivado por los políticos cuyos intereses radican en las autonomías.

En el Ecuador el regionalismo lo encontramos principalmente en las ciudades de Quito y Guayaquil, entre los años 1939 y 1959. Quienes ocupaban los cargos guayaquileños más importantes, promulgaban un Guayaquil independiente, existía un notable centralismo, este problema es histórico y ha perdurado hasta la actualidad, se lo ve reflejado en los partidos de fútbol. *“El campeonato nacional es un duelo entre regiones, entre ciudades, colores y estilos de juego que confirman la diversidad y la pluralidad cultural del país”*¹⁰³

Como lo expuse anteriormente especialmente entre estas dos ciudades, son evidentes las diferencias existentes entre ambas, y se lo puede constatar en sus cánticos alusivos al regionalismo y en sus símbolos, por ejemplo en la Barras Sur Oscura de Guayaquil, es común observar en los graderíos hinchas haciendo flamear orgullosamente banderas de su ciudad; este fenómeno es interesante y respalda lo anteriormente dicho que por historia Guayaquil es una ciudad regionalista.

Otro fenómeno que incentivó al regionalismo es el que sucedió desde que se organizaron los campeonatos nacionales; en un inicio, existían cuatro asociaciones: Quito, Guayaquil, Ambato y Manta cada una de estas tenía su propias reglas y jugaban su propio campeonato, además del campeonato

¹⁰³ Medina 1996 citado por ALABARCES Pablo; “FUTBOLOGÍAS, FÚTBOL, IDENTIDAD Y VIOLENCIA EN AMÉRICA LATINA”; Buenos Aires, CLACSO: Primera Edición; año: 2003; pág 89-93

nacional. De estas federaciones las más representativas eran las de Guayas y Pichincha. *“Si retrocedemos hacia los años 50 y 60, cuando surge el fútbol profesional, éste era un campo más de confrontación regional costa-sierra con los campeonatos nacionales de fútbol. A nivel local era la expresión de un tipo de identidades en conflicto. En Guayaquil, Barcelona, que representaban los plebeyos, y Emelec a los “añiñados”. En Quito LDU, que expresaba a las clases medias blancas (como la camiseta), y Aucas, que era la representación de los sectores populares”*¹⁰⁴

Esta modalidad cambió y el campeonato se unificó, pero lo ocurrido anteriormente provocó que se forme una identidad regional que perdura hasta la actualidad.

Nuestro país es diverso en su cultura, etnias, etc, cada región tiene su gente y la forma de ser de estas difiere a las de otras partes del país¹⁰⁵. *“La melancolía del serrano aparentemente evasiva en su alcoholismo lloriqueante acumula violencia, no elude la realidad, el costeño hace justicia en cada situación particular, con su propia mano”*¹⁰⁶

En el caso de nuestro país vecino Colombia, se lo consideraba como un país que no se identificaba con símbolos, ídolos, por lo que los gobiernos varias

¹⁰⁴ Ibarra 1997 citado por ALABARCES Pablo; “FUTBOLOGÍAS, FÚTBOL, IDENTIDAD Y VIOLENCIA EN AMÉRICA LATINA”; Buenos Aires, CLACSO: Primera Edición; año: 2003; pág 99

¹⁰⁵ ALABARCES Pablo; “FUTBOLOGÍAS, FÚTBOL, IDENTIDAD Y VIOLENCIA EN AMÉRICA LATINA”; Buenos Aires, CLACSO: Primera Edición; año: 2003; pág 101-115

¹⁰⁶ DONOSO Miguel; “LA VIOLENCIA EN ECUADOR”; México; editorial Diógenes; año: 1973; pág 15

veces han creado proyectos para implantar una identidad. En 1985 la selección nacional logró que los colombianos sientan una identidad por su país.

El fútbol profesional colombiano aparece en 1948 en medio de un proceso violento, el primer torneo de fútbol profesional se jugó el mismo año que fue asesinado el líder popular Jorge Eliecer Gaitán y como reacción a esta muerte se produjo el “bogotazo”, uno de los levantamientos populares más significativos de la historia colombiana, desde ese entonces el fútbol colombiano ha tenido un acercamiento con el ámbito político. El fútbol no solo se concentró en la capital sino que se dio en las distintas regiones y se pudo conocer distintas formas de vida y de juego, los equipos de Bogotá llevaban los colores de los partidos políticos. No se explica la razón ni las circunstancias por las que los equipos de fútbol fueron atrayendo a más seguidores que en ese entonces eran muy leales pero fríos y poco apasionados.

Los jugadores extranjeros reemplazaron a los nacionales y este hecho no permitió que el fútbol colombiano se desarrolle, por lo tanto la selección alcanzó buenos resultados tardíamente, esa época se superó en 1986, pero a trajo la atención de los narcos, el lavado de dinero con las contrataciones y precios de jugadores locales que empañaron la legalidad de las normas futbolísticas. Estos eran dueños del América de Cali, Millonarios que con su poder ganaron a como de lugar los campeonatos.

Pero gracias a la aparición de Maturana, los valores del fútbol envuelto por el narcotráfico cambiaron por la esencia del fútbol, el juego y la diversión.¹⁰⁷

¹⁰⁷ Cfr Dávila 1994, citado por ALBARCES Pablo; “FUTBOLOGÍAS, FÚTBOL, IDENTIDAD Y VIOLENCIA EN AMÉRICA LATINA”; Buenos Aires, CLACSO: Primera Edición; año: 2003; pág 105-107

En Uruguay los jugadores están más interesados en ganar que en divertirse. Los medios de comunicación crearon un estereotipo para los uruguayos como superiores en aspectos técnicos y tácticos, se conformó una autoimagen de pícaros, improvisadores que gracias a su garra charrúa lograban sobresalir de momentos difíciles. Esta autoimagen causó varios problemas, los futbolistas confiados de no necesitar entrenamientos provocaron un atraso técnico táctico. La expresión de pícaros se remonta a una cualidad de los guachos de resistencia ante los intentos de dominación española, francesa, inglesa, bonaerense, portuguesa y brasileña y “garra”, se utilizó al rechazo a los invasores ingleses, todos estos estereotipos fueron adoptados por los uruguayos y posteriormente exportados, varios fueron los triunfos que logró la selección uruguaya que reafirmaron estos criterios y de considerarse el mejor equipo con una enfermiza obsesión por triunfar a como de lugar. Pero con el paso del tiempo el fútbol ha cambiado, las victorias han disminuido pero en los jugadores existe esa presión de ser como los anteriores y alcanzar más victorias.¹⁰⁸

En Chile, durante la dictadura de Pinochet en 1973, los estadios de fútbol eran utilizados como sitios de tortura. Dicho presidente también se hizo nombrar presidente del Colo-Colo, lo cual fue rechazado por las masas.

En 1974 se podía caracterizar al hincha chileno como exigente en el desempeño de los jugadores. A finales de la década de los 70, los dirigentes del fútbol impulsaron la creación de nuevas barras, tomado como ejemplo

¹⁰⁸ Cfr ALABARCES Pablo; “FUTBOLOGÍAS, FÚTBOL, IDENTIDAD Y VIOLENCIA EN AMÉRICA LATINA”; Buenos Aires, CLACSO: Primera Edición; año: 2003; pág 101-175

aquellas argentinas que utilizan banderas, serpentinas, cánticos. El periodismo deportivo socializó e incentivó a los hinchas a seguir este nuevo modelo, sin alejarse de la agresión verbal, también se logró que las hinchadas consigan a como de lugar la condición de ser locales.

Después de tanta represión, violencia que se vivió en la dictadura militar, causó que los estadios sean un espacio de explosión de la agresividad y la agresión social que no habían tenido forma de desahogarse.

En la década de los 80 se desató la violencia contra los jugadores, árbitros e hinchas. Con la aparición de las barras se ven sentimientos de odio, frustraciones individuales y colectivas. No es una moda, sino una lucha de los jóvenes contra la dictadura y su recuerdo se refleja en sus cánticos.

El terrorismo islámico que se vive en la República del África Oriental también afecta al fútbol, con los constantes ataques suicidas han muerto varios líderes deportivos, los grupos contrarios al gobierno consideran que cualquier funcionario gubernamental es objetivo legítimo en su lucha por imponer su ley. En el 2011 Al Shabaab prohibió ver y jugar el fútbol porque lo considera una actividad occidental, muchas personas fueron asesinadas por ver este deporte y otros detenidos por jugarlo. Los asesinatos son constantes y afectan al desenvolvimiento de los equipos y del deporte y ha causado la migración de deportistas a lugares seguros para ellos.¹⁰⁹

“La violencia de estas barras obedece a causas variadas que se ubican en distintos planos, algunos de ellos claramente extra futbolísticos. Todo lo

¹⁰⁹ Cfr El Comercio, Quito Ecuador, 5 de Abril de 2012, pág 23

anterior no pretende justificarla, pero ayuda a entenderla. Por eso es que son ángeles y demonios a la vez. Víctimas y victimarios, expresando en su accionar algunas de las contradicciones más crueles y brutales del contexto y algunos de los procedimientos en que ha operado la modernización de la sociedad chilena. De lo anterior fluye la convicción de que el motor y lazo de unión del grupo es un sentimiento de entrega a una causa, a la defensa de un ideal, lo cual genera una base de identidad colectiva, pequeña (desde el punto de vista macrosocial), pero suficiente para otorgar sentido a una actividad común. Este fenómeno estaría relacionado con el actual carácter de la sociedad moderna, es algo intermedio: la constitución en todos los dominios, sexual, religioso, cultural, de pequeñas identidades, a las que se les ha llamado tribus urbanas, como expresiones colectivas que están entre la sociabilidad y el individualismo”¹¹⁰

Además la sociedad del siglo actual, enfrenta gran dificultad, nuevos desafíos se han presentado y la lucha por la supervivencia prevalece. Esta época llamada posmodernidad, ha transformado la manera de pensar, actuar y sentir de las personas. *“El mundo está asistiendo a la emergencia de un tipo de sociedad radicalmente distinto de todos aquellos que los precediera, de todas las formas históricas anteriores, y a un ritmo de transformación cuya rapidez ya no se mide como en el pasado por siglos, sino por años, y es tal que los hombres deben vivirlo dramáticamente y ajustarse a él como a un proceso habitual. Este cambio tiene otras características inusitadas en la historia de la especie: abarca todas las regiones del planeta y a todos los grupos sociales, a*

¹¹⁰ ALABARCES Pablo; “FUTBOLOGÍAS, FÚTBOL, IDENTIDAD Y VIOLENCIA EN AMÉRICA LATINA”; Buenos Aires, CLACSO: Primera Edición; año: 2003; pág 199-220

*todos los individuos*¹¹¹. Los rasgos característicos a los que se refiere el autor son:

- **Fugacidad.-** este es el más representativo de estos tiempos, todo sucede en un tiempo acelerado, se dan nuevos cambios, la rutina cada vez se va perdiendo
- **Culto del presente.-** el hombre disfruta intensamente el momento actual, el que está viviendo.
- **Individualismo.-** es pensar únicamente en uno mismo.
- **Consumismo.-** surge como consecuencia del individualismo, es el deseo de satisfacer sus necesidades incrementando sus pertenencias.
- **Hedonismo.-** es el placer que causan las cosas. Las personas actúan de una u otra manea porque les causa placer hacerlo, no le interesa el otro.

La violencia se da dentro y fuera de las canchas. Dentro de estas, las tarjetas amarillas, rojas son una forma de sancionar a los juegos muy agresivos y fuera de las canchas antes o después de los partidos se dan asesinatos, riñas de rivales ocasionados comúnmente por las barras bravas.

*“Fuera del estadio ocurren las peleas más fuertes y las muestras de intolerancia”*¹¹²

¹¹¹ Germani, citado por BERTELLI Christian; "LA VIOLENCIA EN EL FÚTBOL"; Buenos Aires, Editorial Boabab; año: 2006; pág 16

¹¹² Jiménez, citado por El Comercio, Quito Ecuador, 12 de Marzo de 2012, pág42

Las conductas agresivas pueden ser estimuladas por las drogas, el alcohol, un alto ruido o al saber que se cuenta con el anonimato y la impunidad, *“si yo agredo en cada partido, si tengo confrontación con los miembros de otras barras, y si para colmo cometo un delito y no me pasa nada. Lo haré toda la vida.”*¹¹³

Para Alejandro Ribadeneira, Presidente de SERPAJ. *“El verdadero cómplice de la violencia es la impunidad. Agredir al prójimo y no recibir el castigo es lo que anima a los violentos.”*¹¹⁴

La violencia en los estadios cada vez va ganando espacio en la agenda social, *“seguramente por su potencial de agregación masiva y de intensidad emocional”*¹¹⁵. Y ésta no es disimulada, al contrario se la manifiesta, se muestra con orgullo y sirve como un sistema de provocación ante los demás.

Las estadísticas policiales respaldan lo anteriormente dicho, en el año 2011, en 134 programaciones futbolísticas en Quito, se registraron 27 detenidos, 10 personas civiles y nueve policías heridos y cada vez las cifras van aumentando, en los primeros tres meses del año 2012, en seis programaciones, se registraron 11 detenidos, 12 civiles y tres policías heridos.¹¹⁶

Estamos acostumbrados a ver a la violencia desde los aspectos mediáticos y policiales que han ocasionado que la violencia sea utilizada como escenario de espectáculo.

¹¹³ Jiménez, citado por El Comercio, Quito Ecuador, 12 de Marzo de 2012, pág42

¹¹⁴ El Comercio, Quito Ecuador, 12 de Marzo de 2012, pág 31

¹¹⁵ COSTA Pere Oriol, PÉREZ José, TROPEA Fabio; “TRIBUS URBANAS”; Barcelona, Editorial Paidós Ibérica; s/a; pág 92

¹¹⁶ Cfr El Comercio, Quito Ecuador, 6 de Marzo de 2012, pág 21

La violencia en el fútbol no es un problema reciente, lo que ocurre es que antes se daba en menores dimensiones, pero los jóvenes de ahora han moldeado sus comportamientos y se ha apropiado de una violencia verbal y física como una forma natural de expresarse. Muchos, en su rutina diaria no se desenvolverán así, lo que ocurre es que el lugar influye en la forma de ser, En un estadio de fútbol se viven y se receptan tantos estímulos que pueden influir y cambiar el comportamiento de un asistente.¹¹⁷

1.3.3.5.7 Organismos Reguladores

El jurista Paz y Miño asegura haber participado en la propuesta inicial, hace doce años, luego junto con la Federación. Posteriormente, trabajó en dos proyectos de ley más. En el año 2003, Alfonso Harb patrocinó un proyecto parecido, pero ninguno se tomó en cuenta debido a intereses personales y políticos.

No se ha podido establecer una ley anti violencia, para que este cuerpo legal tome forma, es necesario que cuente con el apoyo de un legislador o una bancada.

En la Ley del Deporte, artículo 156, se habla sobre la misión que tiene el Ministerio para realizar actividades de prevención y evitar la violencia en espectáculos deportivos.¹¹⁸

¹¹⁷ Cfr COSTA Pere Oriol, PÉREZ José, TROPEA Fabio; "TRIBUS URBANAS"; Barcelona, Editorial Paidós Ibérica; s/a; pág 92

¹¹⁸ Cfr ÚLTIMAS NOTICIAS; " LEY ANTIVIOLENCIA"; 16-03-2012; 19-09-2012; <http://www.ultimasnoticias.com/noticias/7783-ley-antiviolencia-no-existe.html>

Frente a los últimos acontecimientos de violencia generados en los estadios, el Ministro de Deportes, José Francisco Cevallos, presentó a la Comisión de Justicia y Estructura del Estado de la Asamblea Nacional, varias reformas penales como por ejemplo la prohibición del ingreso a todos los escenarios deportivos del país a personas que cometan actos violentos y reincidan en estas conducta, esta prohibición será gradual, dependiendo la reincidencia. Los reincidentes deberán presentarse ante el Fiscal de turno del espectáculo deportivo, en caso de no hacerlo se ordenará su detención. A las personas que invadan el terreno de juego se les privará su libertad de tres a seis meses. A quien cometa delitos o atente contra la integridad de las personas en un evento deportivo, se le dictará prisión de uno a tres años.

También se propuso exigencias para los clubes como adquirir los servicios de guardias privados para que ayuden a los policías a controlar a los hinchas, la prohibición definitiva de la venta de bebidas alcohólicas también es necesaria

El Ministerio del Deporte para seguir combatiendo la violencia propone una intensa campaña de concientización.¹¹⁹

En nuestro país el debate sobre la violencia se reabre cuando existen percances graves entre hinchas, el presidente de la Comisión de Seguridad de la Federación Ecuatoriana de Fútbol entrega un informe que es analizado por este organismo y posteriormente se toman ciertas medidas, en algunos casos se sanciona al club ya que según José Francisco Cevallos tienen cierta culpa al ser los organizadores. El pasado 6 de Marzo de 2012, en el estadio Casa

¹¹⁹ Cfr HENRY CUJI; " MINISTRO PRESENTÓ VARIAS REFORMAS PENALES"; 20-03-2012; 19-09-2012; <http://www.ultimasnoticias.com/noticias/7783-ley-antiviolenca-no-existe.html>

Blanca un hincha Albo murió en los graderíos tras ser agredido presuntamente por integrantes de la Barra Muerte Blanca, ante este hecho el ministro de deportes se pronunció *“tendremos que ser drásticos. Hay que elaborar un plan que ayude a erradicar la violencia e los estadios para que la afición acuda sin temores”*¹²⁰

Como medidas preventivas las federaciones deportivas de cada país toman algunas resoluciones, La Ecuafútbol en nuestro país, ha reglamentado la sanción a los clubes cuando existen hechos violentos, pero estas no han sido suficientes para terminar con la violencia. Las sanciones económicas van desde los \$400, hasta más de mil. La última modificación que se le hizo a este reglamento fue en el 2006, y consiste en sancionar al estadio del equipo cuya barra haya lanzado un proyectil y esta a su vez haya impactado en el cuerpo de uno de los involucrados del partido.¹²¹

Otras medidas que se toman son estrictos controles policiales, el número varía según la peligrosidad del encuentro, esta autoridad es responsable de controlar el ingreso ordenado de los aficionados, también revisan que no ingresen bebidas alcohólicas y objetos que pueden ser peligrosos. Su labor empieza antes y termina cuando las barras se han alejado del escenario deportivo. en ciertas ocasiones vestidos de civil ingresan a los graderío para identificar anomalías. Otras estrategias también utilizadas para evitar incidentes son: ubicar a las barras en lugares alejados, colocar cámaras de seguridad y mallas para evitar invasiones al campo de juego, hacer abandonar el estadio a una de

¹²⁰ Cevallos, citado por El Comercio, Quito Ecuador, 6 de Marzo de 2012, pág 21

¹²¹ Cfr El Comercio, Quito Ecuador, 20 de Octubre de 2011, pág 24

las barras primero y después de varios minutos a la otra, para que no hayan enfrentamientos entre estas.¹²²

1.3.3.5.8 Relación Entre el Consumo de Drogas y la Violencia

Según el Doctor Marco Dávila, Director de la Campaña Vivamos las Fiestas en Paz, existe una relación directa entre el consumo de drogas y la violencia, ya que estas actúan en el cuerpo haciéndole perder la conciencia al individuo e incrementado así la posibilidad de reaccionar violentamente.¹²³

Las barras bravas pueden o no, ser un lugar para iniciar el consumo de drogas legales e ilegales. Se lo explica en el siguiente cuadro:

Gráfico N°4

Factores de riesgo y protección relacionados con los pares

Factores de riesgo relacionados con los pares	Factores de protección relacionados con los pares
<ul style="list-style-type: none"> - Presión hacía el consumo. - Amigos consumidores y/o que presentan conductas de riesgo. - Actitudes y valores grupales favorables al consumo. - Falta de vinculación afectiva con la familia. - Constitución de un grupo de pares como principal fuente de apoyo emocional e identificación. - Acceso y disponibilidad de drogas. - Desintegración social. 	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de valores alternativos al consumo por parte del grupo (estilo de vida saludable). - Grupo respetuoso de la diversidad y diferencias personales. - Capacidad de expresar sentimientos de amistad y cariño entre los miembros. - Grupo abierto a nuevos miembros. - Percepción del riesgo del consumo (información acerca de las consecuencias del consumo y sus mitos). - Participación en programas de

¹²² Cfr El Comercio, Quito Ecuador, 20 de Octubre de 2011, pág 24

¹²³ Cfr Entrevista Realizada al Doctor Marco Dávila, Coordinador de la Campaña Vivamos la Fiesta en Paz, efectuada el 27 de Agosto de 2011

	prevención.
--	-------------

Fuente: CONSEP; "INFORME DEL ESTUDIO NACIONAL A HOGARES SOBRE CONSUMO DE DROGAS"; año:2007; pág 23

Los jóvenes *"se ven tentados a probar, ya sea por diversión o para no desentonar en su pandilla, otros tipos de drogas"*¹²⁴ el consumo en un inicio puede ser esporádico, luego habitual hasta caer en la adicción.

La facilidad por conseguir distintas drogas es notable en el siguiente estudio realizado por el CONSEP, la marihuana con un 23.1%, luego le sigue la cocaína con el 13.5% y la base 10.1%

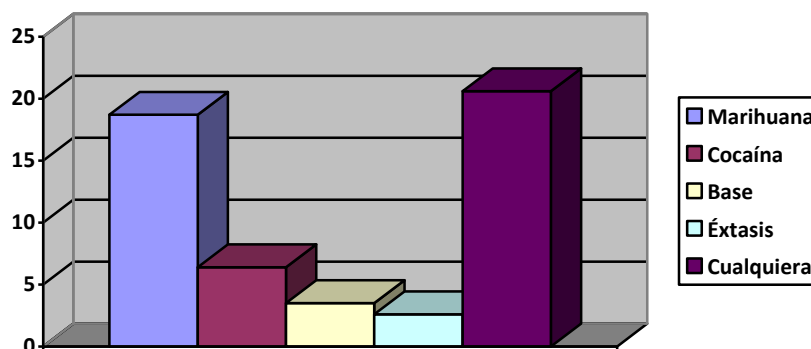
En los estadios el consumo de drogas se da abiertamente, ya sea alcohol u otro tipo de drogas, son consumidas por todo tipo de personas que acuden a estos espectáculos deportivos.¹²⁵, esto es una muestra de lo fácil que es conseguir las drogas en cualquier parte, para demostrarlo el siguiente cuadro:

¹²⁴ VELELLE Cristina; "ADICCIONES, ¿HABLAMOS?"; Editorial Parramón; Quito; año: 2011; pág 10

¹²⁵ Cfr Entrevista Realizada al Doctor Marco Dávila, Coordinado de la Campaña Vivamos la Fiesta en Paz, efectuada el 27 de Agosto de 2011

Gráfico N°5

Ofrecimiento según tipo de droga y cualquiera (nivel nacional)



Fuente: CONCEP; "INFORME DEL ESTUDIO NACIONAL A HOGARES SOBRE CONSUMO DE DROGAS"; año:2007; pág 23

La marihuana es la droga más ofrecida con el 18.7%, luego le sigue la cocaína con el 6%, la base con el 3.5% y el éxtasis con el 2.6%. Para cualquier droga esta proporción asciende al 20.6%, lo que significa que aproximadamente 20 de cada 100 ecuatorianos ha conocido alguna vez en su vida una situación en la cual hubiera podido consumir.

Según Daniel Samaniego, jugador del Equipo Independiente José Terán, el problema de la inseguridad en los estadios se debe a la venta de bebidas alcohólicas por lo que piensa que es necesario más control en su expendio y en el consumo de otras drogas.¹²⁶

En algunas canciones entonadas por las barras bravas se habla sobre su consumo:

¹²⁶ Samaniego, citado por El Comercio, Quito Ecuador, 9 de Marzo de 2012, pág 23

*“Vieja querida tú me diste la vida,
y el Barcelona la locura y pasión,
no me interesa lo que la gente diga,
que parezco borracho que soy patán,
voy cada domingo, a la popular,
Me voy pa` la oscura que te alienta y es leal,
una borrachera, yo me voy a pegar,
una marihuana y una tola para variar.”*

Esto refleja su consumo de drogas legales e ilegales y muchos presencian los partidos de fútbol bajo los efectos de éstas.

Razones de la Adicción:

- Factores individuales.- según la personalidad y vivencias que haya tenido cada persona.
- Factores psicológicos o motivacionales.- según la actitud frente a dificultades o problemas.
- Factores sociales.- publicidad, facilidad que existe para conseguir las drogas.
- Factores específicos.- que tiene cada droga para crear dependencia- tolerancia.

1.3.3.5.9 El Papel de los Medios de Comunicación

Comúnmente los seres humanos tomamos la información que emiten los medios de comunicación para comprender lo que sucede en el mundo actual, lo mismo pasa con las tribus urbanas, las cuales toman imágenes, marcos de referencia y elementos de diferenciación de otros grupos para crear su propio estilo.

Se pueden también dar a conocer a la sociedad en general más sobre estos grupos, por ejemplo:

Con la presencia de los escoceses en el mundial de Francia 98, se mostró la utilización de sus Kilts y la costumbre de mostrar sus desnudeces y el gusto por consumir bebidas alcohólicas, claro está que los medios de comunicación emitían estas informaciones porque podían atraer a los televidentes pero no quiere decir que todos los escoceses tengan esos comportamientos.

Los medios pueden ofrecer cierta información alarmista que permite la formación de *“estereotipos que recortan una parte y la convierten en el todo. Esto permite más fácilmente codificar y decodificar en términos de identidad negativa”*¹²⁷

También ocurre que estos ya han estereotipado a las tribus y tienen una concepción de estas, pero lo que se obtiene es que se *“reduce, esencializa, naturaliza y fija la diferencia de estos grupos”*¹²⁸, etiquetan sin ningún problema

¹²⁷ ALABARCES Pablo; “FUTBOLOGÍAS, FÚTBOL, IDENTIDAD Y VIOLENCIA EN AMÉRICA LATINA”; Buenos Aires, CLACSO: Primera Edición; año: 2003; pág 183

¹²⁸ CERBINO Mauro; “PANDILLAS JUVENILES; CULTURA Y CONFLICTO DE LA CALLE; Quito, Abya-Yala; año: 2004; pág 12

a los jóvenes como violentos, por esta razón se crea una división entre lo normal y aceptable y lo anormal e inaceptable, satanizan lo que es diferente.¹²⁹

Según Gustavo Villacreses, Director de Deportes de Radio Quito, refiriéndose a las barras bravas dice que los medios los tratan de la manera que se comportan, al salir de los estadios muchos agreden a sus rivales, destruyen bienes, ocasionan muertes, por estas razones se los llama violentos.¹³⁰

Un caso de estos se dio en nuestro país, entre un periodista deportivo que cubría las elecciones de Barcelona en el 2007 y los integrantes de la barra Sur Oscura de Quito, hubieron cruces de palabras y terminó catalogando a los hinchas como drogadictos, muy probablemente este periodista transmite esta concepción a los televidentes y crea una imagen negativa en la opinión pública.

Los periodistas de los distintos medios de comunicación, ciertas veces se desenvuelven como críticos, emiten sus opiniones o interpretan sobre los hechos sin conocer la realidad, sin recurrir a uno de sus principios que es investigar para poder informar con veracidad. Según Gustavo Villacreses, esto se debe a que *“hay gente que sigue cayendo en el tema de las famosas primicias y por las primicias informan mal, sí hay muchos medios que no se informan bien, cierto es, pero reitero, la culpa principal no está en los medios, así ellos tengan parte de culpa, deben informar bien, porque el periodista debe informar bien, debe indagar, investigar para informar. Reitero el tema de las barras bravas al final el que lanzó primero el que lanzó después, al final los*

¹²⁹ Cfr CERBINO Mauro; “PANDILLAS JUVENILES; CULTURA Y CONFLICTO DE LA CALLE; Quito, Abya-Yala; año: 2004; pág 12-13

¹³⁰ Cfr Entrevista a Lcdo Gustavo Villacreses, Director de Deportes de Radio Quito, efectuada el 10 de Enero de 2012

*medios llegan a la misma conclusión que la culpa es de las barras bravas en el país*¹³¹

El Diario ABC, publicó un reportaje sobre la relación de los Skins, con la barra del Fútbol Club Barcelona, en el que se decía que los integrantes debían pagar una cuota mensual, que tenían unos rituales de iniciación y realizaban pruebas de virilidad, estas aseveraciones fueron desmentidas por los autores Costa, Pérez y Tropea, después de realizar varias investigaciones y observaciones. *“Gran parte de lo que en aquel artículo se decía, correspondía a una imaginación delirante”*¹³²

Pero no se puede generalizar, Gustavo Villacreses afirma que existen medios que emiten información apresurada pero también hay aquellos que se demoran un poco más en investigar para poder orientar.¹³³

El pasado 16 de Septiembre de 2007, en un partido entre Barcelona y Emelec, en el que varios hinchas de los dos equipos lanzaban bengalas, una de estas se impactó en el cuerpo del niño Carlos Cedeño, quien se encontraba presenciando el partido en una suit, las imágenes emitidas por los medios de comunicación mostraban a una persona no identificada lanzando uno de estos artefactos y de inmediato las imágenes del impacto de la bengala en la suit donde se encontraba el niño, a este sujeto se lo sentenció incriminándole de culpabilidad del asesinato del niño, hasta que el canal que actualmente es Gamatv, se rectificó; después de analizar las imágenes informó que la

¹³¹ Entrevista a Lcdo Gustavo Villacreses, Director de Deportes de Radio Quito, efectuada el 10 de Enero de 2012

¹³² COSTA Pere Oriol, PÉREZ José, TROPEA Fabio; “TRIBUS URBANAS”; Barcelona, Editorial Paidós Ibérica; s/a; pág 93-94

¹³³ Cfr Entrevista a Lcdo Gustavo Villacreses, Director de Deportes de Radio Quito, efectuada el 10 de Enero de 2012

trayectoria de la bengala lanzada por el individuo era otra, esta había impactado muy cerca a la cancha y no en la suit. Sí existió irresponsabilidad de su parte al maniobrar un artefacto, sin conocer su correcta utilización, pero los medios ya habían calificado a este individuo como asesino

Para Gustavo Villacreses los medios de comunicación son los menos culpables de la violencia que se vive en el fútbol ecuatoriano, cada vez que se ha suscitado problemas, todos y sin excepción los han repudiado, además ha participado activamente en campañas a favor de la paz y están dispuestos a cubrir buenas noticias. Los que sí tienen mucho que ver son los dirigentes quienes han permitido que esta llegue a ser un tanto incontrolable, además de la carencia de leyes rígidas que castiguen a los autores de la violencia.¹³⁴

*Pero “también tiene que ver la manera en que se vende el espectáculo en los medios de comunicación. Hay ciertos programas deportivos que, cuando se enfrenta un equipo de la Sierra con uno de la Costa, casi que proponen una guerra. El espectador acude al partido con esa adrenalina que genera el hecho de no permitir que el otro gane el partido.”*¹³⁵

Todos los medios deberían ser imparciales al momento de emitir las noticias, pero algunos muestran sus preferencias negando la cabida a todos, le prestan más atención a su equipo y se olvidan de los demás, de esta manera se genera una especie de regionalismo que tapa los errores de su equipo y exagera los de su rival.¹³⁶

¹³⁴ Cfr Entrevista a Lcdo Gustavo Villacreses, Director de Deportes de Radio Quito, efectuada el 10 de Enero de 2012

¹³⁵ El Comercio, Quito Ecuador, 12 de Marzo de 2012, pág 42

¹³⁶ Cfr El Comercio, Quito Ecuador, 12 de Marzo de 2012, pág 42

Aunque los periodistas tienen gran poder al emitir una noticia debemos considerar que no son dueños de la verdad, existen también personas muy preparadas como sociólogos, psicólogos, jueces y hasta ciudadanos que tienen varios criterios y visiones que no son ni verdaderos ni falsos, está en cada persona el saber tomar la información que ellos nos emiten y elaborar nuestro propio criterio¹³⁷

1.4 Las Barras Bravas a Nivel Mundial, Regional y Local

En Europa son llamados ultras que significa ir más allá del límite¹³⁸

A Nivel Mundial

1.4.1 Las Barras Bravas en Alemania

Schickeria München

Son hinchas del Bayern Munich, cuya barra se creó en el 2002. Podríamos creer imposible que en Alemania; un país que por historia ha sido racista y excluyente de las demás culturas, existan barras como esta dedicadas a la lucha contra aspectos negativos que se relacionan con el fútbol, como por ejemplo la discriminación, el racismo, la corrupción, la política, la represión.

¹³⁷ Cfr COSTA Pere Oriol, PÉREZ José, TROPEA Fabio; "TRIBUS URBANAS"; Barcelona, Editorial Paidós Ibérica; s/a; pág 73, 94,95,

¹³⁸ " BARRAS BRAVAS"; <http://barrasbravasmundial.blogspot.com>; 22-11-2011

El racismo es un problema que se encuentra en todos los escenarios deportivos del mundo y del que no están de acuerdo, ya que lo único que provoca es dañar la imagen del club.

Las autoridades reprimen a los seguidores de los equipos y los tratan como criminales, es por esta razón que luchan por sus derechos.

Para poder transmitir a la sociedad en general sus ideales es necesario que cada uno de los integrantes de este movimiento tenga en claro lo que quiere lograr, cuando asisten a los partidos de fútbol exhiben pancartas con quejas contra la corrupción en el club y sus alrededores.¹³⁹

1.4.2 Las Barras Bravas en Escocia

En las décadas de 1970 y 1980, aparecen dos barras:

Soccer Casuals.- *“cada formación puede describirse como una red de un grupo pequeño de amigos cuya asociación permite realizar actividades más allá del fútbol”*¹⁴⁰. Estos hinchas utilizan ropa de marca para no ser estereotipados ni excluidos de la sociedad. Cada una de los casuals tiene sus líderes los cuales son escogidos por su asistencia regular a los estadios y por su habilidad para pelear. Sus rivales con los casuals de otros equipos. Cuando el fútbol no llena sus expectativas, ellos encuentran su propia satisfacción en las peleas callejeras

¹³⁹ Cfr “ BARRAS BRAVAS”; <http://barrasbravasmundial.blogspot.com/2011/08/schickeria-munchen-ultras-bayern-munich.html>; 22-11-2011

¹⁴⁰ Finn 1994, citado por ALABARCES Pablo; “FUTBOLOGÍAS, FÚTBOL, IDENTIDAD Y VIOLENCIA EN AMÉRICA LATINA”; Buenos Aires, CLACSO: Primera Edición; año: 2003; pág 126-129

Tartan Army.- es la barra que apoya a la selección nacional incondicionalmente, siguen a su equipo a los partidos en el exterior, vistiendo sus camisetas. Internacionalmente han sido reconocidos por su buen comportamiento. Lo que quieren lograr en el exterior, es que su identidad nacional sea notoria a diferencia de Inglaterra, frente al estereotipo que los hinchas ingleses son hooligans. Algunos de estos son casual en su país pero en los partidos de la selección no pueden vestir las camisetas de sus equipos locales.

En Escocia, todos los clubes, hasta los que son rivales comparten varios sentimientos como el *“anti- inglés, el gusto por el consumo de alcohol, la identidad masculina y el comportamiento gregario, los excesos de comida, sexuales, y cánticos acompañados de bromas”*¹⁴¹ lo que causa dos perspectivas, la positiva es la manera amistosa que tienen de ser y la negativa se refiere a los excesos y a la seducción de mujeres con estrategias sutiles. Los medios se han encargado de amplificar dichas características.

La FIFA preocupada por todos los sucesos ocasionados recordó los estatutos de la federación.

En el artículo 1.- “obligación general de fidelidad y prohibición de discriminación”

¹⁴¹ Giulianotti 1995, citado por Alabarces 2003

En el artículo 3.- “está prohibida la discriminación de cualquier país, individuo o grupo de personas por su origen étnico, sexo, lenguaje, religión, política o cualquier otra razón, y es punible con suspensión o exclusión”¹⁴²

1.4.3 Las Barras Bravas en España

En este continente, es conocido que jóvenes de movimientos racistas se infiltran en las hinchadas o tienen conexiones directas y muchas de sus acciones violentas se deben a esto.

A dos hinchas de Albacete se les sancionó con seis mil euros y la prohibición de entrar a los estadios por 5 meses ya que demostraron su racismo hacia Samuel Eto`o.¹⁴³

A partir del año 1987, sucede algo preocupante, empiezan a aparecer tendencias racistas y xenófobas, causantes de las siguientes desgracias:

1987 antes del partido entre Betiz-Cádiz, seguidores del Bétiz confundieron a un bus de gaditanos con uno que en su interior llevaba turistas franceses y lo apedrarón.

1988 en las afueras del estadio Vicente Calderón al culminar el partido entre Madrid-Athlétic, unos hinchas apuñalaron a un policía en las afueras de este escenario deportivo.

¹⁴² BERTELLI Christian; “LA VIOLENCIA EN EL FÚTBOL”; Buenos Aires, Editorial Boabab; 2006; pág 41-42

¹⁴³ Cfr BERTELLI Christian; “LA VIOLENCIA EN EL FÚTBOL”; Buenos Aires, Editorial Boabab; 2006; pág 40

1990 en la final de la Copa del Rey, el Barcelona ganó al Real Madrid. Los hinchas lanzaron objetos a la cancha y uno le alcanzó al jugador Zubizarreta. Al final del partido los pleitos continuaron y dos personas resultaron asesinadas.

13 de Enero de 1991, un hincha del F.C Barcelona apuñaló a un miembro de las Brigadas Blanquiazules, una semana después amigos del asesinado se vengaron y apuñalan a un miembro de la barra Boixos Nois.

13 de Noviembre de 1992, miembros de Ultra Sur, barra del Real Madrid, cuya ideología es de ultra derecha, asesinan a la dominicana Lucrecia Pérez.

11 de Abril de 1993, un joven de 18 años miembro de los Sharp, muere asesinado por un skin, una semana después durante un partido, un grupo de skin de Valencia puso una bandera que decía "Guillem jódete"

26 Febrero 1995, diez jóvenes skins agreden a un comerciante con cadenas y una barra de hierro.

25 de Agosto de 1995, se publica un panfleto con los nombres de 100 personas que son consideradas enemigas para los skins entre ellos: negros, drogadictos, prostitutas, homosexuales, miembros de colectivos anti fascistas y anarquistas, separatistas vascos, gallegos, catalanes y periodistas. La realizaron con ayuda de los Boixos Nois

26 de Noviembre de 1995, miembros de la organización ultraderechista Bases Autónomas, apuñalan a dos hermanos que celebraban su cumpleaños, debido a que en esa celebración se encontraba una persona de color.

6 de Enero de 1996, dos neonazis, son detenidos tras apuñalar a al empleado de un aparcamiento en Madrid, en su domicilio se encontró varias armas y una bandera que delataba su pertenencia a la barra de los Boixos Nois

En el 2001 hinchas del Napoli entraron al estadio a ver un partido contra Lazio, sin haber comprado entradas, pelearon con la policía a la salida del estadio, destruyeron dos buses y dos patrulleros. Los de Lazio, les buscaron pelea y apuñalaron a un hincha, además tenían banderas que decían “no merecen vivir”.

En el 2005, en un partido entre Inter-Milán, los hinchas lanzaron bengalas a la cancha al estar en desacuerdo con el árbitro, una de estas impactó en la espalda del arquero Dida, por lo que se suspendió el partido y se arrestó a tres personas.

Biris Norte

Ultras del Sevilla F.C(1975), es considerada la más antigua de España, su ideología es antirracista, está conformada por unos 2500 socios.

Biri, era un jugador del Sevilla que le dio la victoria a su equipo en 1975, los hinchas gritaban Biri Biri festejando el triunfo, la barra se quedó con este nombre, pero posteriormente cambió a brigadas Biris Norte y finalmente a Peña Biri Biri, en 1995, un dirigente cuya ideología era ultraderechista formó su propio bando Al-Andalus, debido a los constantes enfrentamientos se cambiaron de ubicación a la parte sur del estadio y con ello su nombre a

Stukas Sur. Los enfrentamientos disminuyeron el número de socios que temían por sus vidas, pero en la actualidad su número y aceptación ha ido creciendo.

La Brigada Tifo, es una sección del Biris, encargada de realizar las pancartas y banderas que se muestran durante los partidos.

Los Biris están hermanados con Riazor Blues del Deportivo de la Coruña, Kolectivo Sur del Xerez CD, Commando Ultra'84 del Olympique de Marsella, y tiene amistades con Indar Gorri del Club Atlético Osasuna y con recientemente la Curva Sud del Módena italiano.¹⁴⁴

Boixos Nois

La barra del Fútbol Club Barcelona llamada Boixos Nois, es muy conocida por su actuar violento; está conformada en su mayoría por grupos skinheads. El estadio de fútbol para ellos es un espacio de expresión, donde los minutos se viven densamente. Según un testimonio de un joven skin:

*“Hombre cuando estás allí dentro te sientes excitado, te entran ganas de moverte y darle caña al asunto. Gritas, saltas, empujas a todo el mundo y todo el mundo te empuja”*¹⁴⁵

Los Skin, tienen un papel importante dentro de la barra Boixos Nois, dominan el lugar donde se ubican, se desenvuelven con seguridad y confianza en este espacio. Son una especie de líderes que controlan a los demás hinchas. Se

¹⁴⁴ Cfr BLOGSPOT; “BARRAS BRAVAS”; 06-22-2010; 22-11-2011;
<http://barrasbravasmundial.blogspot.com/2010/06/biris-norte-es-el-grupo-ultra-del.html>

¹⁴⁵ COSTA Pere Oriol, PÉREZ José, TROPEA Fabio; “TRIBUS URBANAS”; Barcelona, Editorial Paidós Ibérica; s/a; pág 167

ubican en las primera filas y no permiten que un individuo ajeno a su grupo se acerque a estos puestos; esto puede ser objeto de sanción de su parte. Su organización no es tan buena como lo muestran los medios, la distribución en este espacio es desorganizado, ya que se encuentran en constante movimiento

Están separados de los demás espectadores y se enorgullecen de ello, es un espacio destinado únicamente para esta barra y no pueden salir de ahí; pero dentro de este puede hacer lo que deseen. Las partes centrales son las más seguras, están rodeadas de un grupo humano que les protege; allí consumen drogas libremente.

En las entradas de los estadios se les hace una revisión a los hinchas antes de ingresar, pero siempre se logra filtrar cosas prohibidas como bebidas alcohólicas, drogas, artefactos pirotécnicos, armas. Ingresar estos objetos es casi un reto y un objetivo antes de entrar a los escenarios deportivos, que de lograrlo será celebrado por los integrantes.

Al ser dueños y señores de este espacio, los skin controlan el ingreso de las personas a esta localidad, ya que existen grupos de otros skin que tienen prohibido el ingreso debido a ser sospechosos de llevarse con sus enemigos.

En los primeros puestos se ubican quienes han obtenido méritos, los más jóvenes, son los más vistos por lo que deben cuidar su indumentaria, la parte más oscura de los graderíos, es la zona de encuentros y reuniones por ser la parte menos visible.

Según observaciones realizadas por Costa, Pérez y Tropea; el partido es más un pretexto que una atracción, en las afueras de los estadios se los ve muy

animados alentando al equipo, pero en su interior casi ni disfrutan del partido, se distraen en otros juegos y actividades, ya que el lugar donde se ubican no les permite observar bien la cancha; se fijan más en los momentos emocionantes, es tan notable su distracción que muchas veces se los ve dando las espaldas hacia la cancha.

A los que sí les interesa el fútbol es por la descarga de adrenalina que se produce en estas personas en los momentos más cruciales del partido, como cuando los jugadores saltan a la cancha. Para proyectar una imagen de organización, realizan coreografías levantando bufandas horizontalmente.

“El acontecimiento deportivo es una oportunidad de celebración que se utiliza de forma instrumental, un pretexto en el que el skin quiere construir su propio texto personal, hecho principalmente de contacto físico y de afirmación de protagonismo”¹⁴⁶

El vestuario que llevan, varía un poco de lo habitual, zapatillas deportivas, pantalones de chándal son sus mejores aliados en los partidos de fútbol. Los jefes y los jóvenes son los que mejor llevan su atuendo. Los primeros porque quieren ser un ejemplo, y los segundos para reforzar su identidad que todavía es frágil.

El contacto físico es importante, se puede ver la simulación de una agresión, empujones, puñetazos y posturas de artes marciales cuando se celebra un gol. Los empujones aumentan en cantidad y en intensidad mezclados con alegría y emoción, como muestra de afecto y de virilidad, pero sin pasarse con los jefes.

¹⁴⁶ COSTA Pere Oriol, PÉREZ José, TROPEA Fabio; “TRIBUS URBANAS”; Barcelona, Editorial Paidós Ibérica; s/a; pág 172

Los momentos de tranquilidad so interrumpidos por el contacto físico ya sea de felicidad o ira.¹⁴⁷

Ultras Sur

Son seguidores del Real Madrid, esta agrupación se creó en 1980, en la banderas que llevan a los estadio se puede ver cruces célticas que muestran su ideologías política.

Jóvenes muy extremistas apoyaban a su equipo pero fueron expulsaos por la peña Las Banderas, este grupo se independizó liderado por José Luis Ochaíta, quien fue detenido en varas ocasiones y se le prohibió ingresar a los recintos deportivos.

Los jugadores les apoyan económicamente, uno de los más queridos fue Juanito, quien murió en un accidente de tránsito, peros los ultras lo recuerdan cantando siempre en el minuto siete de los partidos en el Santiago Bernabéu, “Illa illa illa, Juanito maravilla”.

A pesar del hermetismo que se vive en esta barra, se han logrado infiltrar personas que han publicado varios libros sobre los compartimentos del grupo dentro y fuera de los estadios, así como también su relación con grupos neonazis.

Los constantes comportamientos violentos que tenían obligó a la dirigencia del club, a ubicarlos en el tercer anfiteatro y posteriormente a la parte baja de la

¹⁴⁷ COSTA Pere Oriol, PÉREZ José, TROPEA Fabio; “TRIBUS URBANAS”;Barcelona, Editorial Paidós Ibérica; s/a; pág 164-174

grada lateral. Luego regresaron a un lado del Fondo Sur. Los incidentes se redujeron notablemente ya que por la puerta que tenía que pasar, todos eran revisados también, el club ya no les pagaba los viajes internacionales para acompañar al equipo.

Tienen hermandad con grupos ultras de extrema derecha, como las Brigadas Blanquiazules del Real Club Deportivo Espanyol de Barcelona, Curva Sur Hércules del Hércules Club de Fútbol, con los Irriducibili de la Società Sportiva Lazio de Roma y con los Ligallo Fondo Norte del Real Zaragoza.

Mientras que sus mayores rivalidades son con el Frente Atlético del Club Atlético de Madrid, Bukaneros del Rayo Vallecano de Madrid, Boixos Nois del Fútbol Club Barcelona, Ultras Yomus del Valencia Club de Fútbol, Riazor Blues del Real Club Deportivo de La Coruña, Biris Norte del Sevilla Fútbol Club, Herri Norte Taldea del Athletic Club de Bilbao y la Indar Gorri del Club Atlético Osasuna¹⁴⁸

1.4.4 Las Barras Bravas en Inglaterra

En 1890, aparece el término Hooliganism y no precisamente se relacionaba con el fútbol, según periodistas del diario The Times; el nombre hacía alusión a un hombre que vivía al sudeste de Londres, cuyo nombre era Edward Hooligan, a este señor no le gustaba trabajar, bebía frecuentemente y era violento; podía pelearse con cualquier persona sin importar donde se

¹⁴⁸ Cfr BLOGSPOT; "BARRAS BRAVAS"; 07-24-2011; 22-11-2011;
<http://barrasbravasmundial.blogspot.com/2011/07/ultras-sur-es-un-grupo-ultra-del-real.html>

encontraba, generalmente ocasionaba peleas los días sábados en los que había partidos de fútbol. Este término se empezó a generalizar y llamaban así a las personas que peleaban y consumían bebidas alcohólicas. Luego aparecieron grupos violentos a los que se les llamaba hooligans.

Una prueba de esto es la siguiente: A las actitudes violentas se las asocia con los hooligans razón por la cual en un periódico argentino se escribió lo siguiente:

“Según informó la policía, este hooligan, cuya identidad no fue dada a conocer...(…) tal como ocurrió el martes en la fiesta inaugural, cuando hooligans escoceses arrojaron botellas por los aires”¹⁴⁹

A partir de 1960 se dan hechos violentos entre hinchas, protagonizados por jóvenes. Los Hooligans fueron los inventores de los enfrentamientos entre los hinchas y la policía

En 1985, en la final de la Copa de Europa, entre el Liverpool y el Juventus. Los hinchas ingleses iniciaron una persecución a los hinchas italianos, quienes huyeron y en su camino se encontraron con vallas. Este suceso dejó 29 muertos y 600 heridos, se arrestó a 26 jóvenes. Tres meses después de dicho suceso se creó el comité Permanente de la Convención Europea sobre violencia y desórdenes de espectadores en las manifestaciones deportivas y en especial en partidos de fútbol, una de las resoluciones fue excluir a los equipos ingleses de cualquier competencia europea durante 5 años.

¹⁴⁹ El gráfico 1998, citado por ALABARCES Pablo; “FUTBOLOGÍAS, FÚTBOL, IDENTIDAD Y VIOLENCIA EN AMÉRICA LATINA”; Buenos Aires, CLACSO: Primera Edición; año: 2003; pág 135

Margaret Thatcher prohibió el consumo de bebidas alcohólicas en las canchas y colocaron cámaras en los estadios.¹⁵⁰

El nombre de Hooligan en español quiere decir gamberro. Este movimiento toma fuerza en los años 80 en medio de una crisis cultural y económica. En España aparecieron como seguidores y radicales de principales equipos de las ciudades de Barcelona, Madrid y Bilbao, en otras ciudades también aparecieron pero en menor número. Tienen actitudes violentas contra personas y cosas, debido al liderazgo skin

Según Murphy, Dunning y Williamms, sociólogos de la Universidad de Leicester, concluyeron después de varias investigaciones que los Hooligans más violentos proceden de clases bajas, proceden violentamente como reacción a la represión. La mezcla de una serie de factores incrementa su complejidad:

- Se relacionan con la política, el machismo y el racismo.
- Existe un interés de la ultraderecha por los hooligans, para inculcar el racismo y el nacionalismo.
- La prensa amarillista contribuye al crecimiento del hooliganismo.

Al estar en grandes multitudes se mantiene el anonimato, por esto se pierden las inhibiciones de algunos de los miembros, *"mientras que las condiciones en las que se forma dicha multitud (excitación previa ante la idea del partido, consumo de alcohol, etc, favorecen el contagio de determinados*

¹⁵⁰ Cfr BERTELLI Christian, "LA VIOLENCIA EN EL FÚTBOL"; Buenos Aires, Editorial Boabab; 2006; pág 30-31

comportamientos".¹⁵¹ Otros factores como el exceso de ruido, la forma del estadio, el nacionalismo, contribuyen a la formación del caos, cuando las personas van sintiendo pánico.

La presencia de los policías y con ellos la represión es otro de los detonantes de violencia, en vez de calmar los ánimos, provocan comportamientos exacerbados.¹⁵²

Según los resultados de una investigación realizada por Lord Taylor, no precisamente eran personas marginales pero en los estadios eran tratados como tal. Las condiciones de los servicios higiénicos, de los puestos de comida era precarios, además no existía un control en las puertas.

En 1991, se realizó un informe que ratificó las conclusiones de dicha investigación y sostenía que *"condiciones más civilizadas podrán finalmente producir comportamientos más civilizados"*¹⁵³. Las acciones que se habían tomado como retenerlos a la salida de los partidos, alejarlos en trenes para que no tengan contacto, para Taylor, eran muy radicales que a pesar de que controlaban no eran medidas preventivas.

Según datos estadísticos de la policía, el porcentaje de detenidos por violencia era muy bajo, entre 1986 y 1990 hubo un 0.03% del total del público, por lo que

¹⁵¹ COSTA Pere Oriol, PÉREZ José, TROPEA Fabio; "TRIBUS URBANAS";Barcelona, Editorial Paidós Ibérica; s/a; pág 88

¹⁵² Cfr COSTA Pere Oriol, PÉREZ José, TROPEA Fabio; "TRIBUS URBANAS";Barcelona, Editorial Paidós Ibérica; s/a; pág 88, 104

¹⁵³ Taylor, citado por BERTELLI Christian;"LA VIOLENCIA EN EL FÚTBOL";Buenos Aires, Editorial Boabab; año: 2006; pág 57

se decidió cambiar de una estrategia represiva a una de seguridad, que brinde garantías a las personas que asistían a los estadios.

En el informe también se habló sobre el alcoholismo, como un problema de la sociedad británica que incrementa las posibilidades que existan comportamientos violentos, para lo que se recomendaba regular su consumo y no prohibirlo, finalmente se reguló la venta por persona y se prohibió ingresar a los estadios con estas, se podía beber antes y en los entretiempos.

Los medios de comunicación cumplen un papel importante en la construcción de identidad de los hinchas pero también en el informe se hizo una crítica al sensacionalismo con el que se emiten las noticias sobre hechos violentos.

Como medidas de seguridad se recomendó lo siguiente:

- Mejorar condiciones de los estadios.
- Poner sillas que no se puedan arrancar.
- Prohibir la venta de entradas el día del partido.
- Conformar un consejo que se preocupe de estos temas y se preocupe por los hinchas.
- Eliminar vallas para evitar estampidas humanas
- *“Formar policías especializados en temas de violencia en las canchas, con canales de comunicación abiertos y una buena ubicación en los estadios, eliminar los arrestos innecesarios que desvíen la atención y el trabajo de los*

*policías.*¹⁵⁴ Ante esta recomendación se formaron los stewards, que son guardias privados que están entrenados según normas estandarizadas y reguladas por las autoridades de aplicación británica. No están armados.

- Realizar un control a partir de la venta de entradas.
- Optimizar la instalación de cámaras y aceptar los videos como pruebas jurídicas que permitan el arresto de implicados en actos violentos.
- Sancionar a quienes golpeen a otros o a quienes inciten a la violencia por medio de cánticos.
- Identificación a los hinchas por medio de un carnet, con el cual podrían adquirir sus entradas y de haber novedades, los clubes serían informados para restringir su ingreso. en gran Bretaña no hubieron reclamos, pero finalmente no se puso en práctica ya que se consideró violatorio de los derechos individuales. En Holanda actualmente se pone en práctica.

Estas recomendaciones fueron transformadas en normas jurídicas. Nuevas sugerencias surgieron del grupo de hinchas "Football Supporters Association"; esta institución trataba de crear una nueva generación de hinchas alejados de la violencia entre las sugerencias más importantes estaban las siguientes:

- Elegir un representante de los hinchas que se reúna con la policía y el gobierno, además que participe en la planificación de actividades.

¹⁵⁴ BERTELLI Christian; "LA VIOLENCIA EN EL FÚTBOL"; Buenos Aires, Editorial Boabab; 2006; pág 35

- La prensa debe informar con veracidad y responsabilidad sobre los actos de hooliganismo.
- Las medidas que se tomen deben ser iguales, tanto para locales como para visitantes.
- La inteligencia policial tiene que identificar a los hooligans y excluirlos de los estadios.
- Los clubes deben tener un contacto directo con los hinchas.
- Debe implementarse cámaras de seguridad.
- Los stewards deben estar correctamente capacitados.
- Se deben sancionar las siguientes situaciones: lanzamiento de objetos, invasión de la cancha, cánticos obscenos y la reventa de entradas.

El gobierno británico creó la Football Licensing Authority que inició su labor en 1990. *“Este organismo se encarga de inspecciones, admisión de espectadores y supervisa la capacitación de los controles del estadio”*¹⁵⁵, gracias a la labor que realizó este organismo se obtuvieron buenos resultados en cuanto a hechos de violencia.¹⁵⁶

¹⁵⁵ BERTELLI Christian; “LA VIOLENCIA EN EL FÚTBOL”; Buenos Aires, Editorial Boabab; 2006; pág 38

¹⁵⁶ Cfr BERTELLI Christian; “LA VIOLENCIA EN EL FÚTBOL”; Buenos Aires, Editorial Boabab; 2006; pág 32-38

1.4.5 Las Barras Bravas en Italia

Curva Nord Milano

Son ultras del Inter de Milán, junto con los Boys San, Vikings, son los más populares de ese club.

Esta barra se fundó en 1969, son unos de los primeros ultras que existen en Italia. Se ubican en la zona norte del estadio San Siro en Milán, son considerados como los ultras más fieles a su equipo, ya que se movilizan por todo el país para alentar a su equipo.

Han tenido enfrentamientos con ultras de los equipos de AC Milan, Juventus, Roma y Atlanta.¹⁵⁷

Irriducibili

Seguidores del SS Lazio, se ubican en la curva norte del estadio de Roma, su ideología es ultraderechista y nacionalista, realizan el saludo de los nazis. No toleran la presencia de jugadores negros en su equipo, pero sí los hay, la manera que utilizan para discriminarlos es hacer sonidos de monos cuando estos tocan el balón.

Tienen amistad con ultras de Boys San, los del Real Madrid y la Brigadas Blanquiazules del Barcelona de España. Sus enemigos declarados son los Ultras Fossa, del AS Livorno y los Rancers Pisa.

¹⁵⁷ Cfr BLOGSPOT; "BARRAS BRAVAS"; 08-06-2011; 22-11-2011; <http://barrasbravasmundial.blogspot.com>

Existen jerarquías, la más alta está representada por un capo, le siguen dos vice capos y a continuación un grupo de cinco personas. Estos puestos son renovados cada año, con la posibilidad que existan ascensos.¹⁵⁸

1.4.6 Las Barras Bravas en Argentina

La Doce

Esta barra es llamada “La mitad más uno”, debido a su popularidad, su hinchada es seguidora del Boca Juniors. Este equipo se formó el 1 de Abril de 1905, en ese año la República Argentina estaba poblada por gran cantidad de inmigrantes italianos, cinco de ellos se reunieron en la Plaza Solís de la Boca, jugaban en el Independiente, pero cansados de tanta derrota, crearon su propio equipo, que llevaba el nombre del barrio, poco a poco este se fue popularizando. Brichetto, fue el primer hincha y el que dio la idea de poner a dicho equipo los colores del primer barco que pasara por el puerto, el barco resultó ser sueco de ahí los colores azul y amarillo, en 1906 ya habían 300 hinchas que llevaban el nombre de Farristas, quienes festejaban con comida, bebidas, música y orgullo de sentir a un grupo, que años más tarde se convertiría en la hinchada más importante de Argentina. Estos hinchas aunque eran pocos también participaron en un acto violento en 1908, en un partido contra Racing Club, los organizadores se vieron obligados a suspender este juego debido a las amenazas de los hinchas de boca.

¹⁵⁸ Cfr BLOGSPOT; “ BARRAS BRAVAS”; 08-06-2011; 22-11-2011;
<http://barrasbravasmundial.blogspot.com/2011/08/irriducibli-ultras-del-ss-lazio-de.html>

El barrio empezó a dividirse y varios hinchas se hicieron seguidores de un equipo que jugaba en primera llamado River Plate, mientras que boca lo hacía en segunda. Según unas votaciones realizadas se supo que River tenía más seguidores pero con el tiempo la hinchada de Boca llegó crecer más.

Desde 1915, la hinchada de Boca, toma su identidad definitiva, Pepino, un hincha que empezó como mascota del equipo, años después incitaba a los demás a alentarlos entonando cánticos, pese a su esfuerzo no pudo ser reconocido como el mejor hincha porque se lo implicó en la muerte del joven uruguayo, lo cual empañó su trayectoria; pero quien sí lo logró fue Victoriano Caffarena, hasta fue invitado a viajar a Europa junto con el equipo argentino en 1925, en el barco recibió el título del jugador número doce, otorgado por los jugadores, por ser el hincha más fiel. En su regreso después de su gira por Europa, en un acto conmemorativo se reconoció a los jugadores y el último que recibió la placa fue este hincha, en la placa estaba grabada la leyenda “Se le nombra el jugador Número Doce de Boca Juniors”

El profesionalismo del fútbol trajo consigo la moda de los incidentes en los estadios, su incremento se hizo notable desde

Según las estadísticas desde el año 1924, hasta el 2006, el número de muertos relacionados con incidentes en el fútbol llegó a 218.

En 1939, año en el que murieron dos hinchas entre ellos un niño; en un partido contra Lanús.

En el diario El Gráfico se publicó una descripción del hincha Argentino bajo el nombre de “El Furibundo” se lo detallaba como “*el que insulta a los jugadores*”

cuando pierden, y los defiende al punto de jugarse la vida cuando ganan” “es un hincha presente en todos los cuadros, pero más en Boca, porque es más exigente, está más acostumbrado a las victorias. Para él se es de Boca o enemigo. No hay términos medios. Es un hincha rabiosos, uno de los que le hacen mal a Boca, a fuerza de quererlo bien”¹⁵⁹

Según lo que puedo opinar, no estoy de acuerdo con el comentario anterior debido a que podríamos estar hablando de estas dos facetas de su conducta hacia un equipo cuando el hincha toma más a la ligera su función de seguimiento, es decir no es tan hincha o en otros términos es novelero, ya que un hincha le es fiel a su equipo, o importa si está en un buen o mal momento.

Y refiriéndose a la conformación de las hinchadas se publicó en el diario El Mundo, *“tan necesario es que los hinchas de un equipo se asocien para defenderse de la pateaduras, de otros hinchas que son como escuadrones rufianescos, brigadas bandoleras, quinto malandrines, barras que como expediciones punitivas siembran el terror en los stadiums con la artillería de sus botellas y las incesantes bombas de sus naranjazos. Esas barras son las que se encargan de incendiar los bancos de las populares, esas mismas barras son las que invaden la cancha para darle el pesto a los contrarios y en determinados barrio han llegado a constituir una mafia, algo así como una camorra, con sus instituciones, sus broncas a mano amada y las cascarillas monumentales que le dan nombre, prestigio y honra”¹⁶⁰*

¹⁵⁹ Borocotó, citado por GRABIA Gustavo; “La Doce; la verdadera historia de la barra brava de Boca”; Buenos Aires, Editorial Sudamericna; año: 2009; pág 159

¹⁶⁰ Arlt, citado por GRABIA Gustavo; “La Doce; la verdadera historia de la barra brava de Boca”; Buenos Aires, Editorial Sudamericna; año: 2009; pág 1162

La idea que predominaba era que la Doce debía quedar en pocas manos y la tenían veinte hombres de 20 a 30 años. Decían que se ganarían el respeto con golpes, mostrando su fuerza a otros hinchas, y beneficiando o perjudicando a la política. La primera aparición de la Doce fue en un partido contra Vélez, en el que se robaron tres banderas. Los dirigentes de Boca se dieron cuenta que la labor de la barra era importante, que contagiaban a los jugadores y los motivaban a jugar bien. Para que la barra esté bien organizada debía tener un jefe, y el primero en ser elegido fue Quique, con la aprobación del club, él fue uno de los precursores de lo que hoy en día son las barras bravas, es importante esta última palabra ya que fue quien comprendió que gracias a la violencia se podía generar un negocio, los integrantes de la barra empezaron a crear su red de contactos. El Director Técnico de Boca de ese entonces también dedujo la importancia de mantener una buena relación con la barra, empezó dejándoles participar en las prácticas, les explicaba el por qué de las alineaciones, todo esto, con el fin de obtener su apoyo y conservar su cargo. Además de estos privilegios, también recibían una ayuda monetaria y otra por parte de la dirigencia del club.

Quique fue ampliando su círculo de seguidores a 40 integrantes, a quienes ya nos les interesaban las camisetas firmadas que les ofrecían sino que querían ingresar a la cancha gratis, con esto empezó la reventa de entradas que consistía en reclamarlas al club y venderlas. A la dirigencia no le quedaba otra opción que proporcionarles las entradas porque su participación influía mucho en los partidos. Este era un gran negocio y el poder de Quique fue aumentando, empezó a participar en reuniones de la dirección y a hacer

peticiones exigentes al club, como participar en aspectos futbolísticos y económicos. Los privilegios que recibían eran muchos, personalmente recibía una remuneración para que controle correctamente a sus pupilos, a la barra también, se le daba almuerzos gratis los días que habían partidos, grande era el poder que tenían que incluso se les otorgó la posibilidad de cobrar una mensualidad a quienes vendían comidas y bebidas dentro del estadio para que pudieran hacerlo. Quique se ganó el odio de varios hinchas porque al ser considerados como intrusos, los corría a golpes, muchos querían que dejara el liderazgo pero la dirigencia lo apoyaba ciegamente. Esto causó que se generen varios grupos pequeños y cuando ya tenían varios integrantes, trataban de plantarse dentro de la Doce. Entre ellos surgió El Abuelo, quien reunió a estos grupos para que lo apoyen, este proceso duró un año y logró su liderazgo a puño limpio, esa tarde en un partido contra Newells se ubicó en el centro de la tribuna, qui que no se daba por vencido y quiso apoderarse nuevamente de la barra, por lo que se contactó con la dirigencia para crear una estrategia, que consistía en provocar al abuelo y así lograr su resistencia y pueda ser apresado, la estrategia se puso en práctica, pero se desató una batalla con armas de fuego ya que sus seguidores fueron a la plaza Matheu. La Federal quiso negociar, los hinchas accedieron pero a cambio de la libertad de su líder, quien fue liberado poco después.

En 1981, se dio la primera amenaza a los jugadores, varios hinchas ingresaron al hotel donde se encontraban hospedados, para exigirles una victoria, con armas en mano les exigieron entregarles el doble de entradas y buses.

Durante la estadía de Quique en el poder nunca se utilizaron armas de fuego, es verdad que eran violentos pero no usaban más que sus puños para enfrentarse, los revólveres aparecieron con el abuelo en el poder.

“El problema lo empezaron las barras de los equipos chicos. Como no se podían plantar mano a mano, con el final de la dictadura comenzaron a aparecer todos los “fierro” guardados. Y la Doce no se podía quedar atrás. Si no tenías seis o siete fierros, triplicarlos a los otros en número no te servía de nada. Fue ahí cuando el Abuelo dejó que varios fuerana la cancha calzados”¹⁶¹

El abuelo definió bien a sus amigos y enemigos, el primero a quien quería liquidar era el líder de la barra de Quilmes; después de un partido en 1983, las dos barras se enfrentaron y los de Boca se quedaron con varias banderas, para impedirlo un hincha de Quilmes disparó, las balas mataron a dos jóvenes uno de 17 y otro de 18 años. Los siguientes a quienes el Abuelo quería desaparecer eran los hinchas de la Guardia Imperial de Racing, los de la Doce organizaron una emboscada, hubo una docena de heridos, pero esta vez no lograron robarles banderas, en otro encuentro los cánticos eran amenazantes y terminaron lanzando una bengala a la barra de Racing, esta impactó en el cuello de un hincha, fueron detenidas 20 personas, pero sus contactos abogaron por ellos y consiguieron darles penas mucho más inferiores a las que se merecían.

En 1984, la barra de Boca ya era considerada la más peligrosa del país.

¹⁶¹ Di Zeo, citado por GRABIA Gustavo; “La Doce; la verdadera historia de la barra brava de Boca”; Buenos Aires, Editorial Sudamericana; año: 2009; pág 170

Todas sus actuaciones eran planificadas en la casa de Manzanita, en este lugar se ponían de acuerdo en las emboscadas y el traslado de las banderas que tenía que ser con cuidado, ya que hinchas de otros equipos podían robarles.

La doce en ese entonces tenía alianzas con las barras de Banfield, San Lorenzo, Almirante Brow y Chacarita, pero fueron traicionados por estos últimos, les hicieron una emboscada y les robaron algunas banderas. El Abuelo indignado, mandó a destruir el estadio, en las afueras, hubo represión policial y los incidentes fueron varios. Ese día terminó su amistad y concluyeron que la confianza entre barras no existe.

La relación con Independiente tampoco era buena, todo empezó con una emboscada seguida de una lucha que duró 20 minutos hasta que llegó la policía, intentaron capturar a Barrita o también llamado El abuelo, el partido se suspendió en el segundo tiempo ya que la barra de Boca quería salir antes del estadio para emboscar a la de Independiente. En el forcejeo, murió un joven con un impacto de bala propiciado por la policía. Debido a estos hechos se creó la Ley de la Rúa, en contra de la violencia, actualmente sigue en vigencia pero con algunas modificación espero la violencia era imparable, en el estadio, los de la doce dispararon y mataron a un hincha, Barritta fue llamado a tribunales y un integrante de la segunda línea fue capturado.

En 1986, la barra cesó sus actos criminales, se centraron en negociar pasajes y entradas para el mundial de México, la barra estaba muy mal económicamente, por lo que hicieron una recolecta de personas públicas hinchas de boca, un jugador se negó pero recibió amenazas constantemente

“Mis problemas con la hinchada comenzaron cuando me negué a comprar una entrada que ellos vendían para juntar fondo para viajar a México. No entendía por qué tenía que pagarles. Entonces e hicieron la vida imposible. No se ni me interesa qué hicieron mis compañeros. Si tuve el apoyo de la dirigencia en mi decisión. Pero estaba claro que aunque hiciera diez goles en un partido, la barra brava jamás iba a corear mi nombre”¹⁶²

Ya en el mundial contactaron a otros violentos de Estudiantes, Vélez, Chacarita, Chicago y los exiliados de los 70 por la dictadura militar, que residían en México, también se les unieron, pero eran menos, intentaron hablar con los hinchas mexicanos quienes les dijeron “Vamos a estar con ustedes cuando recuperen las Malvinas” y los argentinos respondieron “ y nosotros con ustedes cuando recuperen Texas”, los problemas empezaron con estas palabras. Por motivo de un partido de Boca que le daría el pase a la libertadores, Barritta regresó a Argentina, para liderar su barra, terminando el partido volvió a México porque se venía un partido contra Alemania. A ese partido se lo tomó como la segunda parte de la Guerra de las Malvinas, entonces se prepararon para enfrentar a los Hooligans, luego mostraban banderas robadas como símbolo de victoria, con ayuda de los escoceses y posteriormente las quemaron.

La política conseguía el apoyo de los hinchas de la Doce, en las elecciones había dos candidatos, Antonio Alegre del oficialismo y Alberto Armando, este último hizo el acuerdo con esta barra para conseguir su apoyo, pero sin embargo

¹⁶² Rinaldi, citado por GRABIA Gustavo; “La Doce; la verdadera historia de la barra brava de Boca”; Buenos Aires, Editorial Sudamericana; año: 2009; pág 172-179

no lograron ganar, razón por la cual los hinchas se indignaron y lanzaron piedras; fueron detenidos, pero salieron pronto.

Existía una mezcla entre el fútbol y la política, en los partidos de fútbol, se mostraba banderas alusivas a un candidato y hasta estaban en venta. En 1988, Cafiero participó en elecciones por el justicialismo en elecciones presidenciales; en esta ocasión también se pagó a la barra de Boca para que lo apoyen, lo hicieron colgado un bandera de 12 metros, que decía "Cafiero presidente", con el dinero recibido adquirieron bienes, al final Cafiero no ganó, entonces su apoyo se trasladó a Menem, claramente se trata de un interés económico, esta barra apoya a quien le pague por hacerlo.

También hubo acercamientos con Alegre, quien les pidió un cese a la violencia en su contra, la barra aceptaría ese trato si se les dejaba entrar gratuitamente al estadio, el negocio se dio por 250 entradas.

En 1989, un grupo de la Boca, convenció a otras que el arreglo con Alegre solo beneficiaba al Abuelo y que la Doce tenía que ser liderada por alguien del barrio. El Abuelo se enteró de las conspiraciones y se les adelantó, dio poder a la barras de Lugano, a cargo de Rafael Di Zeo, Lomas de Zamora (Miguel Cedrón).

La Doce siempre quería demostrar que ellos eran quienes mandaban, por lo que en esta ocasión quemaron las banderas robadas a los ingleses, días después Barrita viajó con los suyos en avión a Paraguay, mientras tanto los demás lo hicieron en bus, esto causó malestar, y hubo enfrentamientos, pero la barra de El abuelo estaba mejor armada, al terminar el enfrentamiento, se les

prohibió ingresar a la Doce. La barra de Racing al saber que esos grupos ya no pertenecían a la Doce, mostrando su valentía hicieron una caminata hasta la Bombonera, cuando Di Zeo se enteró, reunió a algunos para enfrentarlos, asustados estos se lanzaron a un riachuelo. En el partido de revancha para ridiculizar sus rivales los hincha de la Doce, sacaron unos salvavidas y entonaban una canción: “olelé, olalá, no crucen el puente si no saben nadar”

Las Relaciones Públicas también eran utilizadas por Barrita, quien se dio cuenta de la importancia de mantener una buena imagen, por lo que puso en práctica algunas herramientas que le ayudarían a hacerlo como salir en la prensa alejado de la violencia. Pero sus errores pasados se iban descubriendo poco a poco, se le acusaban de haber comprado 150 paquetes para que la barra viaje al mundial, de estos, solo 40 serían realmente utilizados para ese fin, los demás eran para su beneficio personal.

Para legalizar sus ingresos ilegales, crearon una fundación que en un inicio trabajó por los más necesitados para justificar su existencia, en Navidad, repartieron juguetes al hospital de niños. Apoyando una campaña de prevención del SIDA que llevaba a cabo el gobierno, entregaron folletos informativos en la bombonerita.

Cada vez la Doce tenía más y más integrantes y estos se dedicaban a robar, no solo banderas como era en un inicio, sino también dinero, la ambición de llegar al poder causó la división de la barra, los bandos de Barrita, buscaron al Chueco, lo hirieron con un cuchillo y le prohibieron el ingreso al estadio, uno de los seguidores de este se arriesgó, al ser descubierto en el interior de la bombonerita, fue apuñalado.

Estar al mando de una barra que generaba grandes ingresos económicos era un negocio perfecto, tanto que en tan solo tres años recaudaron 3 millones de dólares

Llegó la década del 90 y con esta un espiral de violencia.

En una requisita realizada por la policía a dos buses en los que se trasladaban después de un partido contra Vélez, se encontraron varios cartuchos calibre 22 y 38.

En 1993, se jugaban las eliminatorias para el mundial 94 y aún existía disputas en estos partidos entre las barras argentinas, la tribuna Almirante, estaba a cargo de los hinchas de River y la Centenario a cargo de los de Boca. Hubo dos muertos hinchas de River, a este número se le suman dos más en la emboscada que hicieron a unos camiones de hinchas millonarios, todo estaba planeado, pero Barrita lo negó rotundamente, quiso deslindarse de acusaciones, pero más tarde Randi confesó lo sucedido, tenían orden de captura, algunos no lograron escapar pero aquellos que sí pronto fueron encontrados, el 11 de mayo fue declarado prófugo el líder de la Doce, el jefe de la barra de Banfield lo escondió, desde su clandestinidad contrató un gestor con tráfico de influencias en tribunales, pero por último se entregó a la justicia, vendió la primicia de esta noticia a una radio, ya en prisión acusó a los demás por asociación lícita y extorsión, e las gradas del estadio de Boca se podía ver una bandera que decía "Abuelo traidor", las penas a las que fueron condenados variaron entre 20 años por tentativa de asesinato y asociación ilícita a 15 años por los mismos cargos salvo asociación ilícito.

Al Abuelo lo condenaron a 13 años por ser el jefe de la asociación ilícita y no por los delitos de homicidio ya que los absolvieron, los encarcelaron en celdas distintas, el Abuelo pidió protección por las acusaciones que había hecho. Por buena conducta le rebajaron la pena a 9 años y salió el 17 de Diciembre de 1998. Tres años más tarde murió con neumonía crónica.

Hubo una época de incertidumbre, pero la sección de San Martín a un hincha de Independiente le sacaron la camiseta y a su amigo le quitaron una bandera, al resistirse le golpearon, en la noche le operaron de emergencia, porque le habían reventado un riñón, los esfuerzos de los médicos no fueron suficientes y este joven murió, a los detenidos en el incidente les condenaron a 8 años de prisión.

Luego la Doce estuvo en manos del Gitano, pero los políticos ya no querían hechos de violencia, este líder creó una cooperativa de barras para defender sus intereses.

En el 96, Rafael Di Zeo llegó a la jefatura de la Doce, la relación de los hinchas con su líder era buena. Los enfrentamientos continuaron pero ya no eran cubiertos por los medios de comunicación.

La violencia entre hinchas continuaba, la barra de San Lorenzo, agredió a la del Boca, pero a estos se les impidió vengarse en Chile. A estos partidos internacionales viajaban en avión debido a su buena relación con la dirigencia del club, incluso en ocasiones viajaban junto con los jugadores. Cierta vez en el aeropuerto se encontraron con los hinchas de Independiente, hubo tres heridos

de arma blanca, en el estadio la policía trató de capturar a los implicados pero fue imposible hacerlo.

Al mundial de Francia 98, treinta hinchas viajaron gracias a la ayuda económica que pidieron a los jugadores, lograron recaudar 15 mil dólares incluso les dieron facilidades de pago.

Debido a la falta de garantías para la seguridad de los hinchas, la Fundación Fair Play, pidió paralizar los partidos; el juez civil Perrotta, pidió un lista de los jefes de la Doce, pero la dirigencia les dio una que no tenía ningún nombre de los que estaba a cargo de la barra en ese entonces. La petición fue escuchada y los partidos se paralizaron, a más de esa resolución se impuso el derecho de admisión, para evitar la asistencia de los violentos a los escenarios deportivos, en las listas estaban los hermanos Di Zeo, el 31 de Mayo se reiniciaron los partidos y se logró detener a los hinchas.

Inició el mundial y los hinchas de la Doce se hospedaron en España, y solo viajaban cuando habían partidos, en un enfrentamiento contra Jamaica, prefirieron vender sus entradas a 500 dólares y vieron el partido por Televisión.

Seguían en Argentina las disputas internas de la Doce por conseguir el poder, atacaron a un integrante de una sección de la Doce y murió.

Querían seguir viajando y esta vez a México, para lo cual pidieron los jugadores dos localidades y una manito con los jueces, la dirigencia se negó a darles pasajes a México. El 27 de mayo lanzaron bombas de estruendo que cayeron cerca de los jugadores por lo que se le quitó tres puntos al equipo. Al final la dirigencia aceptó darles pasajes, 50 de avión y 200 de bus.

En varias ocasiones intentaron atrapar a Di Zeo, pero la justicia estaba a su favor y quien lo intentó capturar fue acusado de abuso de autoridad, en los estadios se controlaba el ingreso, pero Do Zeo logró burlar los controles e ingresó camuflado, cansado de no poder actuar bergés se dio por vencido poco tiempo después, el líder de la Doce, fue admitido como socio del club. En el 2005 se siguió con el juicio en contra de Di Zeo.

El Próximo jefe de la Doce fue Mauro Martín, quién salió de prisión por tentativa de robo. Este líder obstaculizaba los accesos para que los hinchas entren sin pagar, todas sus hazañas se registraban en videos con el fin de mostrarse como la barra más brava e impune.

En el mundial de Alemania, los Borrachos del Tablón querían convertirse en la barra oficial del equipo Argentino, aprovechando que la Doce tenía varios problemas judiciales por lo que a un número de hinchas les dejaron salir del país. Se hospedaron e República Checa, ahí se encontraron con los de Independiente, hubo una pelea y los de Boca salieron expulsados del país.

Di Zeo permitió que un periodista y un camarógrafo capten todo lo que sucedía en el clásico, en lugar de aprovechar y limpiar su imagen, mostró lo que siempre hacía, pegar a los demás hinchas, mostró el tour adrenalina, en el que extranjeros pagaban para formar parte de estos, se vio también cómo daba órdenes a la policías para que les dejaran ingresar al estadio sin pagar. Al día siguiente de la publicación de estas revelaciones, se le prohibió acudir al estadio, entonces decidió entregar el poder a Mauro Martín.

Di Zeo trató de intervenir en el partido contra Racing para que se cambiara al estadio de Vélez en el que no tenía prohibido el ingreso, pero se jugó de todas maneras donde estaba planificado, poco más tarde confesó que ingresó en la cajuela de un auto y salió camuflado.

Rafa quería salvarse pero la justicia no le permitía, empezó a darse cuenta que todo apuntaba a su captura, esperó que les capturen a otros compañeros para saber en las condiciones que iba a vivir, y luego vendió su entrega a un canal para que transmita este proceso.

Di Zeo dejó a sus amigos al mando de la barra, pocos le acompañaron al juicio. Falcigno se puso al mando de la barra,. Pero sus intenciones eran era lucrar, no entregaba todas las entradas y en ciertas ocasiones las falsificaba. Esto no convencía a los hinchas por lo que muchos querían liderar la barra, pero sus expedientes delictivos se los impedía.

La nueva dupla era Mauro y Maxi de quienes recibía una mensualidad a cambio de no causarles problemas. A pes de esto de igual manera recibía amenazas constates a su familia para que dejaba el poder pero no lo iba a hacer, más bien se vengó secuestrando al hijo del uruguayo quien le había amenazado a su familia¹⁶³

¹⁶³ Cfr GRABIA Gustavo; "LA DOCE; LA VERDADERA HISTORIA DE LA BARRA DE BOCA"; Buenos Aires, Editorial Sudamericana; año: 2009; pág 7-243

La Gloriosa de Buttelev

Barra Brava de San Lorenzo, llamados también “cuervos y matadores”, se creó en 1927, como primer hecho inédito de la época, los hinchas invdieron la cancha de juego en 1946, y con este hecho empezó el vandalismo, en 1968, le dieron la vuelta al auto del presidente de club para impedir la venta del Lobo Fischer a River Plate. La Revista El Gráfico, les dedicó una sección e la que se podía encontrar sus cánticos.

Se muestran como fanáticos del fútbol muy fieles y seguidores a su equipo. ¹⁶⁴

Los Borrachos del Tablón

Es una de las barras bravas mejor organizadas y más violentas son seguidores del River Plate, tienen sus ingresos por medio de la reventa de entradas, la venta de drogas, la extorsión a jugadores y sus relaciones con la política. de igual manera que en la barra del Boca Juniors, la disputa por el poder y el dinero, han ocasionado varias disputas internas y la división en tres bandos principalmente:

Grupo de Adrián Rosseau, seguidores de este personaje, pelean el liderazgo de la barra.

La banda de Palermo, su líder Pablo Alfredo Girón, quien está actualmente en prisión por una muerte.

¹⁶⁴ Cfr Cfr BLOGSPOT; “ BARRAS BRAVAS”; 09-08-2010; 22-11-2011; <http://barrasbravasmundial.blogspot.com>

La banda del Oeste, liderada por el Turco del Oeste, está conformada por unos 200 integrantes, llevan ese nombre debido a que su origen se dio al oeste de Buenos Aires.¹⁶⁵

En la liga Argentina sucedió un fenómeno interesante, se dio un cambio sustancial en la estructura, composición y dinámica de las principales hinchadas. En un inicio era una sola pero estas empezaron a fragmentarse y a ocasionar conflictos entre estas y también con sus rivales.

Tal es el caso de la hinchada de Gimnasia y Esgrima, antes esta hinchada estaba dirigida por un grupo llamado “Lobo Sur”, rival conocido de Talleres de Perico, pero se dividió en dos, estas partes son del mismo equipo pero tiene rivalidad entre sí. La parte más antigua se distanció de la dirigencia del club.

En San Salvador, la barra más peligrosa es la de Atlético Cuyaya, en un inicio esta estaba conformada por pocos militantes pero este número ascendió y llegaron a triplicarse pero se dividió y se crearon subgrupos.

Los hinchas de Talleres de Perico, conocida por ser una de las problemáticas y numerosas. Modificó varios aspectos como su estructura, su tipo de liderazgo, y hasta su conducta en los estadios. Eran estigmatizados como ladrones y vagos, por las otras barras o personas del barrio.

Era una organización que se había institucionalizado al interior del club, se financiaba de rifas, su libertad la manifestaban en las pocas banderas que poseían. Actualmente gran diferencia marca a cada una, en el ámbito

¹⁶⁵ Cfr BLOGSPOT; “ BARRAS BRAVAS”; 08-06-2011; 22-11-2011; <http://barrasbravasmundial.blogspot.com>

organizacional, valores y hasta el lugar donde se ubicaban ha cambiado. En cuanto a su organización ahora está conformada por más adeptos, tienen más cánticos y banderas, se identifican con íconos derivados del Rock expresados en las banderas, se pueden observar nombres de agrupaciones de este tipo de música que los identifica; antes no se exhibían estos elementos, pero actualmente han abierto sus códigos y hábitos de consumo local, ahora son estandarizados, ahora se parecen más a los equipos de primera división. En 1999 en la liga jujeña, aparecen por primera vez en sus banderas hojas de Cannabis Sativa como símbolo de aguante y descontrol, no siempre representa su consumo porque para muchos la marihuana es para débiles, por lo que consumen drogas más fuertes como la cocaína. El consumo de drogas siempre ha estado presente, pero ahora se la publicita o muestra con mayor apertura en forma de protesta o sobre posición sobre la orden legal vigente¹⁶⁶ *“esta ostentación se vincula con la violencia, ejercida sobre las normas legales y convencionales sociales, ya que se asocia a un tráfico clandestino, penalizado y absolutamente criminalizado.”*¹⁶⁷.

Reacciones

Ante tanto hecho violento son las siguientes:

Un periodista del diario El Clarín, después de haber realizado una investigación dijo: *“el verdadero problema radica en profundizar en las estructuras para*

¹⁶⁶ Cfr ALABARCES Pablo; “FUTBOLOGÍAS, FÚTBOL, IDENTIDAD Y VIOLENCIA EN AMÉRICA LATINA”; Buenos Aires, CLACSO: Primera Edición; año: 2003; pág 66-67

¹⁶⁷ ALABARCES Pablo; “FUTBOLOGÍAS, FÚTBOL, IDENTIDAD Y VIOLENCIA EN AMÉRICA LATINA”; Buenos Aires, CLACSO: Primera Edición; año: 2003; pág 68

descubrir las causas que desencadenaron la locura actual del fútbol, donde la pelota está eximida de culpa y cargo. Un juez, un fiscal o cualquier otro personaje extraño que quiere investigar el mundo y los submundos del fútbol va a chocar con el mismo problema que halló el Clarín para realizar esta investigación especial: un círculo prácticamente inaccesible y lleno de códigos que se respetan a ultranza”¹⁶⁸

Al conocer la grave situación que vive Argentina en el ámbito de la violencia en el fútbol, es notable y comprensible que sea tan difícil realizar investigaciones a los grupos de hinchas, ya que sin duda alguna estos reaccionarían de la manera que saben al enterarse que alguien los está espiando.

En el 2005, el ministro Aníbal Fernández se expresó diciendo *” el fútbol está en riesgo desde hace mucho tiempo por culpa de los violentos. No se pueden permitir muchas cosas que están ocurriendo. Se tiene que terminar la venta de estupefacientes en la tribuna, los carteristas, los cuida coches y la presión que los barras bravas ejercen sobre los futbolistas” el estado tiene que meterse y tomar decisiones de fondo para poner las cosas en caja, pero no se soluciona con la policía matándose a palos con los barras bravas”*. Cada partido es una historia diferente, trae consigo nuevas vivencias como la que un periodista del Diario La Nación, publicó el 4 de Junio de 1999 con el título “dramático viaje en tren de los violentos”.

Según su narración, en Argentina, la compañía de transportes metropolitanos brinda su servicio gratuito en días de fútbol. Para evitar incidentes a los hinchas

¹⁶⁸ Bertolotto, citado por BERTELLI Christian; “LA VIOLENCIA EN EL FÚTBOL”; Buenos Aires, Editorial Boabab; año: 2006; pág 25-30

de las barras más peligrosas se los ubica en estos trenes y al resto de pasajeros en los convencionales. En este caso, la barra del Boca Juniors, era la que estaba ocupando este transporte gratuito, quienes vivían una fiesta dentro de este; iban entonando cánticos de su equipo, además consumía en abundancia drogas, especialmente marihuana, habían transcurrido 10 minutos de viaje, cuando dos jóvenes se le acercaron y le pidieron una moneda, el periodista al negar su petición fue amenazado y golpeado, en pocos minutos, todos quienes ocupaban ese vagón estaban parados en los asientos, otros estaban colgados, pero todos estaban pendientes del dinero que les podía dar. Al sentirse intimidado por tantas personas trató de persuadirlos con lo injusto que resultaba que todos esté en contra de él y poniendo a uno de los jóvenes como ejemplo les hizo dar cuenta que a ellos tampoco les gustará estar en la misma situación que se encontraba él 50 contra 1. Los hinchas tuvieron una reacción inesperada, decidieron no molestarlo a petición de uno de ellos, quien se le acercó y le ofreció su protección a cambio de una chompa que llevaba puesta, pero el periodista se negó una vez más y fue golpeado nuevamente, hasta trataron de lanzarlo por la ventana.¹⁶⁹

El hecho más reciente ocasionado por hinchas argentinos se dio, en el partido de ida ante Belgrano, los hinchas rompieron las mallas e ingresaron a la cancha de juego, donde empujaron a los jugadores, este hecho fue repudiado por el mundo futbolístico, la policía actuó correctamente, no hubo detenidos ya que esto podía ocasionar una tragedia. La situación se complicó en el partido de vuelta en el que River no pudo mantenerse en su categoría y descendió a la B,

¹⁶⁹ Cfr BERTELLI Christian, "LA VIOLENCIA EN EL FÚTBOL"; Buenos Aires, Editorial Boabab; 2006; pág 43-50

los hinchas reaccionaron destrozando el estadio y sus alrededores. Hubo un fuerte control policial de 2200 efectivos, pero no fueron suficientes para controlar la turba enardecida. Hubo 89 heridos y 50 detenidos.¹⁷⁰ (anexo 9)

Lo que ha ocurrido en este país es realmente impresionante, sorprende los alcances a los que pueden llegar las hinchadas, que sin duda difieren a la realidad de aquellas que encontramos en nuestro país.

Para los barras bravas argentinos, todo es visto como un negocio, tanto así que hasta dictan cursos de violencia a sus pares de otros países, esto se pudo confirmar después de varias investigaciones a los clubes y a la policía, quienes declararon ser verdad. Este curso ha sido dictado para ultras del Real Madrid, del Atlético de Madrid, Chivas de Guadalajara, América, y de otros países de Sudamérica como Colombia y Perú. El curso cuesta aproximadamente unos 6 mil dólares y en éste les enseñan: el sistema de recaudación, cómo exigir porcentajes a dirigentes, técnicos y jugadores, el manejo de estacionamientos, cómo trasladar a su gente fácilmente y a un buen precio cuando juegue su equipo en el exterior, la reventa de entradas, entrar a los estadios sin pagar, cómo organizar viajes para más de 250 personas y cánticos.¹⁷¹

¹⁷⁰ Cfr El Comercio, Quito Ecuador, 28 de Junio de 2011, pág 28

¹⁷¹ Cfr DERF; "BARRAS BRAVAS ARGENTINOS LE DAN CLASES A LOS EXTRANJEROS"; 02-16-2007;15-10-2011; http://www.derf.com.ar/despachos.asp?cod_des=131422&ID_Seccion=31

1.4.7 Las Barras Bravas en Brasil

General de Gremio

Es una de las más populares barras bravas de este país, seguidores del Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense, establecida en el año 2001; a este se puede ingresar fácilmente pues necesario cumplir con requisitos que se exige en otras, son fieles a su equipo, aunque este se encuentre mal futbolísticamente. Las banderas son creadas por ellos mismos y hasta comercializadas, sus cánticos; adaptaciones de barras argentinas y uruguayas. Son conocidas en todo el país por los desmanes que ocasionan, en especial cuando juegan con su rival el Internacional, peleas que han ocasionado incendios dentro del estadio, enfrentamientos con la policía y hasta heridos.

Tiene una amistad con hinchas del Nacional de Uruguay, por haberle ganado la Copa Libertadores al Internacional de Porto Alegre, y los brasileños por haberle ganado a Peñarol. Los caracteriza la mera que tienen de festejar los goles, todos se dirigen hacia la parte baja de los graderíos en forma de avalancha.¹⁷²

1.4.8 Las Barras Bravas en Colombia

Los del Sur

Barra brava, del Atlético Nacional, se fundó en 1997, se encuentran en la ciudad de Medellín. Se ubican en el estadio Atanasio Girardot, sus principales rivales son hinchas del Tolima, con quienes han tenido varios enfrentamientos

¹⁷²CfrBLOGSPOT;“BARRASBRAVAS”;08-06-2011;22-11-2011;
<http://www.barrasbravasmundial.blogspot.com/2011/03/general-de-gremio-la-torcida-del-gremio.html>

armados y ha habido hasta muertos. En Colombia se vive un ambiente de violencia, mezclados con el narcotráfico, secuestros que de igual manera que en la vida cotidiana, se hacen presentes en el fútbol.¹⁷³

1.4.9 Las Barras Bravas en Chile

Garra Blanca

Seguidores del Colo Colo, conforman una de las barras bravas más importantes de Chile, creada a mediados de 1985. Snoopy, uno de sus integrantes le puso este nombre alusivo a la Garra Negra de Brasil. Su lema era “si nos buscan, nos encuentran” no solo son noticia por los constantes desmanes que ocasionan, sino también por su buena organización. Para financiarse empezaron a vender sus propias creaciones de gorras, camisetas, llaveros; este dinero servía para financiar sus viajes y renovar los implementos de la barra. A continuación la opinión de un hincha *“Muchas veces han querido disolverla, pero no han podido, muchas veces nos han reprimido y discriminado y muchas veces han opinado de nosotros sin conocernos, pero ellos no saben, que habiendo pasión, alegría, sentimiento y colocolo, la garra estará ahí, siempre apoyando y alentando al albo, porque esta historia no termina, la historia de la garra se sigue escribiendo día a día....*

¹⁷³ Cfr BLOGSPOT; “BARRAS BRAVAS”; 05-19-2010; 22-11-2011;
<http://barrasbravasmundial.blogspot.com/2010/05/los-del-sur-basrra-brava-del-atletico.html>

*En honor a los que ya no están con nosotros y que muchas veces saltaron y rompieron la voz en el tablón.*¹⁷⁴

Los Cruzados

Barra brava de la Universidad Católica, en un inicio se llamaron Los del este, su deseo por lograr algo diferente por su equipo fue su razón principal para conformarse como barra, sus líderes han contribuido para lograr lo que son ahora, sus cánticos acompañados de bombos, han creado un gran atractivo; su financiamiento lo han logrado gracias al aporte de sus hinchas y a través de varias campañas de recolección de fondos. Se consideran una barra tranquila, pero capaz de defenderse de ser necesario. En su estadio Juan Carlos de Apoquindo, se puede disfrutar en familia compartiendo con estos hinchas ya que les caracteriza el respeto por su gente y los colores.¹⁷⁵

1.4.10 Las Barras Bravas en Perú

Comando Sur

Barra Oficial del Alianza Lima, nació en 1972, fundada por un grupo de hinchas aliancistas, por lo que en sus inicios se llamó “Barra Aliancista”, a finales de los 70 cambió al actual nombre, debido a su ubicación en los estadios. La barra

¹⁷⁴ Cfr BLOGSPOT; “ BARRAS BRAVAS”; 07-22-2010; 22-11-2011;
<http://barrasbravasmundial.blogspot.com/2011/07/garra-blanca-barra-brava-de-chile.html>

¹⁷⁵ Cfr BLOGSPOT; “ BARRAS BRAVAS”; 06-02-2010; 22-11-2011;
<http://barrasbravasmundial.blogspot.com/2010/06/los-cruzados-barra-brava-de-la-u.html>

tenía una identidad de humildad. En la década de los 80, una nueva generación se apoderó de la barra, la misma que creció con la generación de violencia política que vivía el Perú en ese entonces, haciendo de estos jóvenes más radicales.

Su rival histórico son los hinchas del Universitario, conocidos como trinchera norte, esta rivalidad les ha llevado a tener riñas y muertes.

En sus canticos reflejaban su disconformidad política, por esta razón policías encubiertos se infiltraron en la barra para conocer si tenían vínculos con terroristas, pero fueron descubiertos.¹⁷⁶

Trinchera Norte

Seguidores del Universitario de Deportes, se la llama también Barra Norte, cansados de la manera tan pasiva que tenía los hinchas al ver el partido, decidieron conformar una nueva, pero tuvieron que atravesar varios problemas, en un inicio empezaron dos de ellos, jóvenes de 16 y 17 años, quienes con gran esfuerzo pudieron comprar el primer bombo, se les fueron uniando más jóvenes, pero que cantaban apoyando a su equipo con gran sentimiento, luego se conformaron como barra. En su primer viaje tuvieron un cruce de palabras

¹⁷⁶ Cfr BLOGSPOT; "BARRAS BRAVAS"; 05-14-2010; 22-11-2011;
<http://barrasbravasmundial.blogspot.com/2010/05/comando-sur-barra-brava-de-alianza-lima.html>

con los de oriente, eran 6 contra todos los demás, pero lo que llamó la atención fue su unión. La barra se convirtió en una realidad.¹⁷⁷

1.4.11 Las Barras Bravas en Uruguay

La Banda del Parque

Barra del Club Nacional de Montevideo, según la prensa, es la más organizada y violenta del país, su estructura es muy parecida a las barras bravas argentinas, se dedican a negocios de venta de drogas, reventa de entradas, reciben dinero de jugadores. Están a cargo de la seguridad interna del estadio, sus integrantes son de distintas clases sociales y edades aunque en su mayoría la conforman guardias de seguridad de diversos boliches su líder es el Gordo Ramón desde el año 2001.

Antes esta barra estaba dividida en tres grupos: La barra de la azotea ubicada en la parte superior de la tribuna Ámsterdam del Estadio Centenario, la Banda del Medio ubicada en la parte central y los Pibes del Cerrito, ubicados en la parte inferior. Esta división terminó en el año de 1999, fecha en que la barra se unificó, esa unidad ha perdurado hasta la actualidad.

Sus rivales son los hinchas de Peñarol, quienes asesinaron a un joven de 15 años en las afueras del estadio en el año de 1996, luego fue asesinado un

¹⁷⁷ Cfr BLOGSPOT; " BARRAS BRAVAS"; 07-22-2011; 22-11-2011;
<http://barrasbravasmundial.blogspot.com/2011/07/trinchera-nrte-barra-brava-de-peru.html>

integrante de los Pibes de Cerrito, estas situaciones unieron más a los hinchas. Sus principales enfrentamientos se dan contra policías e hinchas aurinegros.¹⁷⁸

La Caterva

Debido a la creación casi simultánea con la de las barras bravas argentinas; son muy parecidas, estos hinchas seguidores del Club Atlético Peñarol, son llamados aurinegros, por los colores que lleva su equipo. Esta es la primera barra uruguay, creada en 1970 que llevó paraguas a los estadios y banderas colocadas en palos. Conformada por dos bandos “Los feos” y “La 14”, comparten anualmente asados en símbolo de su amistad.

Dicen ser los únicos que necesitan resguardo policial y están listos para cualquier enfrentamiento a diferencia de su rival.

Normalmente tienen un gran resguardo policial debido a los enfrentamientos y desmanes que ocasionan, no solo con barras de su país sino también con las argentinas.¹⁷⁹

¹⁷⁸ Cfr BLOGSPOT; “ BARRAS BRAVAS”; 06-08-2010; 22-11-2011;
<http://barrasbravasmundial.blogspot.com/2010/06/la-banda-del-parque-central-o.html>

¹⁷⁹ Cfr BLOGSPOT; “ BARRAS BRAVAS”; 06-28-2010; 22-11-2011;
<http://barrasbravasmundial.blogspot.com/2010/06/la-caterva-barra-brava-del-peñarol-de.html>

1.4.12 Las Barras Bravas en México

La Monumental

El América estaba pasando por una crisis muy grave, tenían diez años sin ganar un campeonato, varios hinchas se dieron cuenta que la manera que tenían de alentar al equipo era poco llamativa y nada motivador para los jugadores, eran muy cerrados a gente que quería integrar esta barra y proponer nuevos cambios. Por lo que en 1999, un grupo de 15 jóvenes sin vergüenza, se adueñaron de la cabecera norte de la tribuna alta del estadio Azteca, colgaron banderas y empezaron a alentar de una forma más animada, esto llamó la atención de los demás aficionados, para quienes era una nueva forma de motivar al equipo, luego más integrantes se les fueron uniendo. Ahora esta barra está conformada por una gran cantidad de simpatizantes y aunque en muchas ocasiones ha sido llamada de violenta, sus integrantes dicen que ellos solo se defienden ante la represión policial.¹⁸⁰

La Barra Ultra Tuza

Del Pachuca, es la primera en apoyar de manera multitudinaria, u principal objetivo es alentar a su equipo, no generan violencia, apoyan a su equipo cantando. Además son muy solidarios, ayudan a los más necesitados, obtienen fondos vendiendo boletos y entregan lo recaudado en compañía de jugadores

¹⁸⁰ Cfr BLOGSPOT; " BARRAS BRAVAS"; 06-08-2010; 22-11-2011;
<http://barrasbravasmundial.blogspot.com/2010/06/la-monumental-barra-de-america.html>

del equipo. No tienen intereses económicos lo que les hace una barra ejemplo para las demás.¹⁸¹

A Nivel Local

Las Barras Bravas En Ecuador

Según versiones de la policía nacional, las barras bravas más peligrosas de nuestro país son “Boca del Pozo” de Emelec, “Sur Oscura” de Barcelona y “Muerte Blanca” de Liga Deportiva Universitaria. Las menos peligrosas pero que igual ocasionan disturbios, pero en menos intensidad son: “Mafia Azul Grana” del Deportivo Quito, “Crónica Roja” del Deportivo Cuenca y “Marea Roja” de El Nacional. Como podemos evidenciarlo todas estas barras tienen nombres que evocan a lo más obscuro, su forma de operar se asemeja mucho a las barras argentinas, con cánticos parecidos, reciben apoyo de dirigentes, se ayudan de la venta de drogas ya sea dentro o fuera de los estadios, pueden tener hasta cierto punto una especie de poder ya que si no están de acuerdo con la contratación de algún jugador o técnico, realizan sus protestas haciendo destrozos y de esta manera obligan a la dirigencia a tomar medidas que contenten a los hinchas. Están bien organizadas, tienen un líder y a los escenarios deportivos cuando hay partidos llevan implementos para adornar el lugar donde se ubican. La violencia las caracteriza, en nuestro país ya han habido varias muertes debido a la rivalidad entre estas y en las calles las riñas entre estas son constantes.

¹⁸¹ Cfr BLOGSPOT; “ BARRAS BRAVAS”; 11-13-2010; 22-11-2011;
<http://barrasbravasmundial.blogspot.com/2010/11/la-barra-ultra-tuza-pachuca-mexico.html>

- **La Boca del Pozo**

Fue fundada el 25 de Julio de 1980, en Guayaquil en un conocido barrio de los bajos de los cerros, estaba conformada por personas que vivían cerca del lugar. Su líder era Giuseppe Cavana, se lograron ubicar en la parte baja del marcador del Estadio Modelo, al ser la primera barra de nuestro país fue la pionera en sus cánticos y en los enfrentamientos con la policía. Los bombos y platillos la acompañaban y daban un ritmo contagiante, las tiras largas adornaban su ubicación en los graderíos, en 1990, Cavana prende la primera bengala en el país. En 1991, la barra hace la primera caravana rumbo al Estado Capwell, que había estado en remodelación. En la inauguración se mostró la primera bandera gigante pintada por sus integrantes. Para este año la barra ya había crecido, la conformaban unos 8 mil hinchas que cada vez sus cánticos eran más variados, luego grabaron un cassette con sus temas musicales, 7 años más tarde sale a la venta el cd.

Los enfrentamientos con la barra Sur Oscura en ese entonces ya se daban; en 1999. Se da la primera pelea entre integrantes de la Boca del Pozo e Hinchas de Liga, en el que estos primeros se subieron al bus en el que se trasladaban hinchas albos y les robaron un bombo.

La Boca del Pozo ya había sacado con esfuerzo su primera revistas, que llevaba su nombre, también tenían su propio espacio radial.

Esta hinchada es fiel a su equipo y lo demuestra acompañándolo a cualquier ciudad en la que juega y no solo dentro del territorio ecuatoriano sino también en partidos internacionales. Lograron instalar en el interior del estadio un

museo sobre la historia de Emelec que cada domingo es visitado por aficionados de distintas partes del país.¹⁸²

- **Muerte Blanca**

Muchos de sus integrantes son estudiantes de la Universidad Central, y llevan consigo una idea socialista, se les conoce también como albos por el color de su equipo y funebreros debido a la relación con su nombre.

La conformaban un grupo de jóvenes llamados los “descamisados”, que se ubicaban en la general norte en la platea baja pero tuvieron varios problemas por treparse a las mallas y decidieron cambiarse a la general sur dirigidos por Chachalaco, aunque no necesitaban de un líder les era muy útil como nexo con la dirigencia debido a su buenas relaciones con esta.

En un viaje a la ciudad de Ambato se utilizó el nombre de Garra Lobo, luego de un viaje a Guayaquil lo cambiaron a Trinchera Blanca, posteriormente con ayuda de miembros de la Sur Oscura, que en ese entonces no tenían rivalidad alguna, escogieron el nombre de “Muerte Blanca”. A mediados del año de 1998, un grupo de jóvenes se juntan a esta agrupación dándole un grado de violencia, desde ese entonces se la empezó a catalogar como una Barra Brava.

Los incidentes se iniciaron en una caminata hacia el estadio Atahualpa por la Avenida Naciones Unidas, donde se encontraban hinchas del deportivo Quito a quienes les despojaron de sus camisetas y banderas, unos pocos lograron

¹⁸² Cfr BOCA DEL POZO; 04-12-2011; <http://www.labocadelpozo.com/page.php?4>

correr hacia el Centro Comercial Quicentro pero miembros de la Muerte Blanca ingresaron y rompieron vidrios en su interior, desde ahí el robo de bombos y banderas ha sido la principal disputa, como si fueran trofeos éstos son exhibidos en los partidos como sistema de provocación.

También han estado involucrados en enfrentamientos con miembros de otras barras, como la “Sur Oscura”, con quienes tienen gran rivalidad.

Su equipo les ha dado grandes satisfacciones como ser campeones de la Copa América, por esta razón se sienten orgullosos de ser hinchas de éste y lo demuestran siendo más fieles.

En la barra se han implementado varios instrumentos musicales para acompañar los cánticos hacia su equipo, además tienen el fiel apoyo de la dirigencia, lo que les hace inmunes en ciertas ocasiones.

Fundadores de la barra se asombran de lo violenta que esta barra ha llegado a ser, hasta el punto de estar involucrada en muertes, en violencia en las calles, apuñalamientos, robos, consumo de drogas y otros males que han cambiado la imagen de esta barra ante la sociedad.¹⁸³

¹⁸³ FÚTBOL Y PASIÓN; “MUERTE BLANCA”; 04/12/2011; <http://www.futbolypasion.com/hinchadas-barras-sudamericanas/muerte-blanca/historia-de-muerte-blanca/>

- **Sur Oscura**

A principios del año 1995, en la televisión salió un anuncio para formar parte de una barra llamada Unión Amarilla, a ésta asistieron tres jóvenes, ya en su interior empezaron a tener problemas con sus dirigentes porque les pedían aportes económicos que eran para su beneficio.

Estos jóvenes empezaron a distanciarse, ya en otro rumbo, buscaron un nuevo nombre a su agrupación a la que llamaron “Barrio Nueve”, en ese entonces seis personas la conformaban y asistían todos los domingos a la General “Carlos Muñoz”. Para escoger el nombre se hizo referencia la Avenida Nueve de Octubre, lugar donde se reunían. Como eran pocos integrantes decidieron unirse a una barra llamada “Unión Toreros”, ubicada en la misma general, le comentaron al líder de esa barra las ideas que tenían y él las aceptó. Se sentían contentos ya que podían alentar a su equipo como querían, además no les censuraron las canciones que entonaban, esto causó la envidia de los integrantes de Unión Amarilla quienes presionaron al líder de la barra que los expulse y eso ocurrió el 13 de Septiembre de 1995, así que decidieron crear su propia barra y colocarse al lado de la que pertenecían anteriormente.

En instantes de euforia por un gol que había metido el equipo, dos jóvenes de cabello largo se les unieron, entablaron una amistad y decidieron asistir a todos los partidos y apoyar incondicionalmente al ídolo, la barra empezó a crecer, familiares, amigos de barrio se les empezaron a unir, hasta un grupo de Unión Amarilla.

Algo muy importante para poder identificarse era el nombre que debían escoger, Michel Astaiza, un integrante de la barra, propuso el de “Sur Oscura”, sur, debido a su ubicación en la general sur del estadio y oscura por el sentimiento que compartían por el rock y además es uno de los colores que identifican a su equipo. La barra se empezó a organizar de mejor manera y empezaron a trabajar por su equipo, para alentarlos, colocaron una bandera gigante, tiras a lo largo de la general, paraguas, etc.

La rivalidad con hinchas de Emelec se hace notar, al ser los dos equipos más importantes de la ciudad de Guayaquil, una disputa por el poder y la originalidad podrían ser las causas de este problema. También tienen rivalidad con la Muerte Blanca, con la que han tenido varios enfrentamientos.

A este grupo se le conoce por ocasionar graves daños en cualquier ciudad en la que se encuentren, como destrozos a autos, robos a otros hinchas, y hasta se le acusa de la muerte de un niño en el interior del Estadio Monumental, por impacto de una bengala en su cuerpo.

La Sur Oscura es la Barra más popular de nuestro país y la más numerosa, ya que tiene filiales en todas las ciudades.¹⁸⁴

¹⁸⁴ Cfr BARRAS BRAVAS; “HISTORIA DE LA SUR OSCURA”; 02/12/2011;
<http://lasbarrasbravasenfutbolecuadoriano.blogspot.com/2007/12/historia-de-la-sur-oscura-barra-oficial.html>

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

Importancia que tiene la aplicación de las Relaciones Públicas en la concienciación sobre las repercusiones de la violencia de las barras bravas en la sociedad.

Por medio de varios conceptos que se explicarán a continuación, se podrá comprender la aplicación de las Relaciones Públicas en el tema del presente trabajo de tesis.

2.1 Relaciones Públicas

- *“Las Relaciones Públicas son la función característica de dirección que ayuda a establecer y mantener unas líneas de mutua comunicación, aceptación y cooperación, entre una organización y sus públicos; implica la gestión de problemas o conflictos; ayuda a la dirección a estar informada de la opinión pública y a ser sensible, la misma; define y enfatiza la responsabilidad de la dirección para servir al interés público; ayuda a la dirección a estar al corriente del cambio y a utilizarlo de manera eficaz, sirviendo de sistema precoz de aviso para facilitar la anticipación a tendencias; y utiliza la investigación, el rigor y las técnicas de la comunicación ética como herramientas principales”.*¹⁸⁵

¹⁸⁵ Harlow 1976, citado por GRUNING James y HUNT Todd; "DIRECCIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS"; España, Editorial Gestión 2000: Primera Edición; año 2000; pág 50

- *“Las Relaciones Públicas son una función directiva que evalúa las actitudes públicas, identifica las políticas y procedimientos de un individuo o una organización relativas al interés público, planifica y ejecuta un programa de acción para lograr la comprensión y aceptación pública”*¹⁸⁶
- Según la Asociación Francesa de las Relaciones Públicas: *“Son las actividades efectuadas por un grupo, con vistas a establecer y mantener buenas relaciones entre los miembros del grupo, y entre el grupo y los diferentes sectores de la opinión pública”*¹⁸⁷

Podemos ver que los autores definen a las Relaciones Públicas como el conjunto de varias actividades o esfuerzos que ayudan interna y externamente a una organización en la resolución de problemas; gracias a conocimientos en varias materias que permiten buscar las mejores alternativas y poderlas ejecutar mediante la elaboración de un plan cuidadosamente elaborado, este puede tener varios fines, entre los más importantes; mantener una buena relación con sus públicos internos y externos y crear en ellos una imagen positiva.

La segunda definición muestra con más precisión lo que se propone en este trabajo, al conocer que las barras bravas son un problema para la sociedad; se plantea la elaboración de un plan de Relaciones Públicas, que permita a los integrantes de esta realizar varias actividades que mejoren su imagen que actualmente se encuentra muy deteriorada.

¹⁸⁶ Grisworld, citado por SEITEL Fraser; “TEORÍA Y PRÁCTICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS”; España, Editorial Prentice Hall: Octava Edición; año: 2002; pág 352

¹⁸⁷ Verdier 1959 citado por RÍOS Jorge; “RELACIONES PÚBLICAS”; México; Editorial Trillas: Tercera edición; año:2004; pág 86-91

2.1.1 Importancia

La labor de las Relaciones Públicas, resulta necesaria en todas las organizaciones, no importa si estas son grandes o pequeñas ya que todas pretenden crear actitudes favorables en sus públicos; actitudes que les permiten subsistir y desarrollarse en el medio en el cual se desenvuelven. Muchas empresas exitosas las practican y las han considerado tan importantes como otros sectores de sus operaciones, después de haberlas incluido en sus labores diarias.

Son innumerables los alcances a los que se puede llegar con la aplicación de unas buenas Relaciones Públicas, uno de ellos lo constatamos en la siguiente cita: *“El desempeño de esta actividad hace que la competencia, otro factor de nuestra sociedad, sea más eficiente y verdadera”*¹⁸⁸, en otras palabras, las personas se esfuerzan más, se plantean ideas nuevas e innovadoras para captar el apoyo de los públicos y poder influir en ellos.

Es difícil pensar, que aún existen empresas que las consideran un gasto innecesario, sin darse cuenta que en un inicio pueden resultar una inversión pero con el pasar de los días y los años se podrán ver buenos resultados. Basta contar con los profesionales calificados para ejercer estas actividades, éstas se pueden ejercer de dos maneras: implementando un departamento y asignando a una persona dichas funciones, o contratando servicios externos de

¹⁸⁸ BERNAYS Edward; “RELACIONES PÚBLICAS”; Argentina, Editorial Troquel: Segunda Edición; año: 1969; pág 22-23

agencias especializadas. Cualquier medio que se haya escogido, debe contar con profesionales que conozcan todas las tareas a profundidad para realizarlas correctamente; caso contrario la mala práctica de las Relaciones Públicas, puede también ocasionar graves problemas.

En el presente trabajo las Relaciones Públicas se emplearán en una barra brava de la Ciudad de Quito con miras a mejorar sus relaciones con la sociedad, por medio de la aplicación de varias herramientas que serán diseñadas cuidadosa y estratégicamente para captar la atención de las personas.

2.1.2 Parámetros

La aplicación de las Relaciones Públicas, no se limita a un cierto tipo de empresa u organización específica, son aplicables en todos los entornos de la vida de negocios, lo podemos ver a continuación:

- *Gobierno: nacional, regional, local e internacional*
- *Negocios e industria: pequeña, mediana grande y transnacional.*
- *Asuntos sociales y comunitarios*
- *Instituciones educacionales, universidades, institutos, etc.*
- *Hospitales y atención sanitaria*
- *Beneficencia y buenas obras*

- *Asuntos internacionales*¹⁸⁹

El tema escogido del presente trabajo, se ajusta a los Asuntos Sociales, respaldado por lo anteriormente expuesto por Sam Black, ya que la violencia de las barras bravas es un tema que repercute en la sociedad y se pretende por medio de las Relaciones Públicas lograr un mejor entendimiento y por consiguiente su integración en la sociedad.

2.1.3 Modelos de Relaciones Públicas

Llamados también Clases de Relaciones Públicas, son aquellas representaciones de la realidad que han sido establecidas para comprender de mejor manera la forma de llevar a cabo las Relaciones Públicas, al aplicarlas no siempre se podrá coincidir totalmente con estas, siempre existirán ciertas variaciones.

Agente de Prensa.- llamada también publicity, va en una sola dirección de la organización hacia sus públicos; lo que se pretende conseguir es que la organización se destaque, no importa la manera cómo se la lleve a cabo, esto puede incluir exageraciones para llamar la atención, o no decir toda la verdad sobre un asunto. En este modelo los relacionistas no recurren a la investigación formal, sino ocasionalmente a observaciones informales.

¹⁸⁹ BLACK Sam; "ABC DE LAS RELACIONES PÚBLICAS"; España, Editorial Gestión 2000; año 2001; pág 16

Información Pública.- este modelo se asemeja al anterior en su unidireccionalidad y se diferencia en que el anterior pretende obtener promoción o propaganda pero el objetivo de este, es transmitir información de la organización, presentar una imagen completa de esta para lo cual los relacionistas trabajan como periodistas que deciden la información que quieren difundir. La investigación en este modelo también es casi nula, es decir no conocen el destino de los materiales que han preparado.

Asimétrico Bidireccional.- utiliza mucho la investigación de las actitudes y conductas, para conocer científicamente la mejor manera de persuadir a sus públicos por medio de la elaboración correcta de mensajes. Intenta que sus públicos se adapten a la organización.

Simétrico Bidireccional.- *“Los Relaciones Públicas sirven de mediadores entre las organizaciones y sus públicos”* es decir que existe una comprensión mutua entre ambos. La investigación es muy utilizada para lograr dicha adaptación de la empresa a los públicos o viceversa.¹⁹⁰

Las empresas pueden utilizar más de un modelo, esto dependerá de las necesidades que tengan.

El modelo simétrico bidireccional, es el que más se ajusta a la aplicación de las Relaciones Públicas que se pondrá en práctica en este trabajo, ya que se

¹⁹⁰ Cfr GRUNING James y HUNT Todd; "DIRECCIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS"; España, Editorial Gestión 2000: Primera Edición; año 2000; pág 72-77

tratará de lograr un cambio de actitud en la opinión pública que actualmente rechaza a estos grupos de jóvenes asociados en las barras bravas y también se tratará de ocupar a estos grupos en acciones que sean aceptadas por la sociedad. No se descarta la utilización de otros modelos en momentos determinados, pero siempre actuando con ética y profesionalismo, sin caer en exageraciones y mentiras.

2.1.4 Los Públicos

“Son todos aquellos individuos o sistemas sociales que están vinculados en mayor o en menor grado a la institución; dado que le afectan, son afectados por ella, o esta afectación es mutua en función del logro de los objetivos de ambos”¹⁹¹

Una organización puede tener gran variedad de públicos, pero es tarea de los relacionistas identificar a los más relevantes, para comunicarse de manera apropiada con los medios correctos y tratar de satisfacer sus necesidades.

Con mucha frecuencia estos serán:

2.1.4.1 Públicos Internos.- son las personas que están directamente vinculados con la organización. El grado de vinculación que existe entre ambos es muy fuerte, ya que constantemente se relacionan. Estos públicos pueden ser los directivos y los empleados.

¹⁹¹ MURIEL María; “COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL: ENFOQUE SOCIAL DE LAS RELACIONES PÚBLICAS”; Quito, Editorial CIESPAL: Primera edición; año: 1980; pág 50

2.1.4.2 Públicos Externos.- son los individuos que se encuentran formando parte del medio externo. Existen públicos generales que están ubicados en el microsistema y los específicos son los que tienen mayor grado de implicación y se encuentran en el suprasistema.¹⁹²

Estos tipos de públicos abarcan a varias personas que dependerá su relación con cada organización, es decir que cada organización puede tener distintos públicos.

2.1.5 Opinión Pública

Para Elisabeth Noelle-Neumann, creadora de la teoría de la espiral del silencio *“Son las opiniones sobre temas controvertidos que uno puede expresar en público sin aislarse”*¹⁹³

Varios autores citan las siguientes propuestas de Edward Bernays, que permiten comprender más fácilmente lo que es la opinión pública:

- *“Opinión Pública es un término que describe un grupo de juicios individuales, mal definidos, vivaces y cambiantes.”*
- *“Es el resultado colectivo de la opinión individual –ahora uniforme, ahora conflictiva- de los hombres y las mujeres que constituyen la sociedad o cualquier grupo social.”*

¹⁹² MURIEL María; “COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL: ENFOQUE SOCIAL DE LAS RELACIONES PÚBLICAS”; Quito, Editorial CIESPAL: Primera edición; año: 1980; pág 269-307

¹⁹³ WILCOX Dennis, CAMERON Glen, XIFRA Xordi; “RELACIONES PÚBLICAS, ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS”; Madrid, Editorial Pearson: Octava Edición; año: 2006; pág 271

- *“Una persona acostumbrada a tener unas opiniones establecidas sobre la mayoría de los aspectos de la vida personal y pública. Cambiar estas opiniones es difícil y, a veces, imposible”*

Todos los seres humanos somos diferentes, pensamos distinto y tenemos la libertad de hacerlo, pero a veces nuestras opiniones pueden asemejarse a las de otras personas, lo que va a ocasionar que un grupo de individuos formen un resultado colectivo; esto es la opinión pública, que no es más que un conjunto de criterios individuales de varias personas sobre algún tema específico de su interés.¹⁹⁴

“Pocos temas crean una opinión o un sentimiento por parte de toda la ciudadanía. Se suele asumir que un reducido grupo representa la actitud del público cuando, en realidad, sería más correcto afirmar que la mayoría de las personas son indiferentes porque la cuestión ni les interesa ni les afecta”¹⁹⁵

Podría decir que es imposible que todas las personas que constituyen una sociedad tengan un pensamiento parecido, siempre existen distintas formas de captar y por lo tanto de opinar, por esta razón es muy difícil que un tema ocasione una Opinión Pública en toda una comunidad.

¹⁹⁴ Cfr BLACK Sam; “ABC DE LAS RELACIONES PÚBLICAS”; España, Editorial Gestión 2000; año 2001; pág 58

¹⁹⁵ WILCOX Dennis, CAMERON Glen, XIFRA Xordi; “RELACIONES PÚBLICAS, ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS”; Madrid, Editorial Pearson: Octava Edición; año: 2006; pág 271

2.1.5.1 Etapas de Formación de la Opinión Pública

Existen cuatro etapas que muestran la manera en que la opinión pública se forma:

Etapas de antecedentes.- existe una serie de marcos conceptuales de la realidad que con compartidos, que le permiten al individuo funcionar con un algo de organización.

Etapas de desarrollo.- se crea un hecho que puede ocasionar controversia en las personas.

Etapas de información.- este hecho es conocido por la sociedad, por los medios de comunicación y mediante el rumor.

Etapas de resultados.- los individuos toman una postura frente al hecho y el conjunto de las opiniones forman la opinión pública.¹⁹⁶

Es importante tener en cuenta la opinión pública en este trabajo, porque es aquella que nos permitirá conocer qué es lo que las personas piensan o qué posición tienen frente al tema de la violencia ocasionada por las barras bravas, que a simple vista es de oposición a este tipo de actitudes que tienen los jóvenes.

¹⁹⁶ MURIEL María; "COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL: ENFOQUE SOCIAL DE LAS RELACIONES PÚBLICAS"; Quito, Editorial CIESPAL: Primera edición; año: 1980; pág 341

2.1.5.2 Líderes de Opinión

Las personas se ven influenciadas muchas veces por la opinión de otras y más si se trata de personas conocidas y respetadas, a estas se llama Líderes de Opinión y se clasifican en dos tipos:

Líderes Formales.- son personas respetadas por su rango o posición. Pueden ser Periodistas, Maestros, Políticos Editores.

Líderes informales.- son personas que pueden influir en amigos o personas cercanas a ellos, gracias a su personalidad y carisma son admirados e imitados¹⁹⁷

Los líderes de opinión tienen un perfil definido que los convierte en influyentes; actúan constantemente en la comunidad, lo que les ha permitido que la gente los conozca.

Tienen estudios superiores, el nivel de estudios en nuestra sociedad es muy importante, ya que mientras más preparado sea más conocimientos tiene y tendemos a mal expresarnos y decir que es una persona culta.

Tienen ingresos relativamente altos, esto quiere decir que es una persona que seguramente ocupa un cargo importante; leen periódicos y revistas constantemente, por lo cual están informados de los acontecimientos diarios del mundo y del país, conocen la realidad del diario vivir, participan de forma activa en actividades recreativas lo que les permite socializar y les hace ver

¹⁹⁷ Cfr BLACK Sam; "ABC DE LAS RELACIONES PÚBLICAS"; España, Editorial Gestión 2000; año 2001; pág 61

como personas normales que no todo el tiempo están serios y por último, demuestran su conciencia ecológica reciclando, actualmente este es uno de los temas más importantes ya que están aportando al medio ambiente y frenando la contaminación del mundo en el que vivimos.¹⁹⁸

Como anteriormente se explicó, es muy difícil cambiar actitudes o creencias, pero gracias a los líderes de opinión esto es más factible debido a su gran capacidad de influir en las personas. Lo que se debe tratar de lograr, es intervenir en éstos para que así puedan ellos transmitir el mensaje completo. No siempre lo que emiten los líderes de opinión debe ser considerado como válido, muchas veces creemos incondicionalmente en estos pero es importante también tener la capacidad de reflexionar y sacar nuestras propias conclusiones, si lo que se está diciendo coincide con lo que pensamos.¹⁹⁹

2.1.6 Los Elementos de las Relaciones Públicas

Son los siguientes:

- **Asesoría:** sugiere a los directivos de la empresa la manera de llevar la comunicación, las políticas y las relaciones. Nunca toman decisiones por sí solos siempre deben consultar antes de actuar.

Es casi imposible obligar a los integrantes de la Sur Oscura a seguir instrucciones, para el buen encaminamiento del presente trabajo, mantendré un

¹⁹⁸ Cfr WILCOX Dennis, CAMERON Glen, XIFRA Xordi; "RELACIONES PÚBLICAS, ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS"; Madrid, Editorial Pearson: Octava Edición; año: 2006; pág 275-276

¹⁹⁹ Cfr BLACK Sam; "ABC DE LAS RELACIONES PÚBLICAS"; España, Editorial Gestión 2000; año 2001; pág 61-63

contacto directo y permanente con sus directivos para sugerirles varias acciones y en el caso de que no sean acogidas cambiarlas a tiempo.

- **Investigación:** con el objetivo de persuadir en los públicos, con los mensajes correctos, es necesario investigar las actitudes y comportamientos de los públicos a los que se quiere llegar.
- **Relaciones con los medios de comunicación:** estas deben ser amenas cuando se pretende obtener publicity, o proyecten una imagen de la organización hacia los públicos.
- **Publicity:** es la propaga de información planificada de la empresa, con el propósito de destacar sus puntos favorables.
- **Relaciones con los trabajadores:** gracias a estas se puede interactuar con los empleados y conocer sus necesidades de información, motivación y sus preocupaciones.
- **Relaciones con la comunidad:** crea actividades en los que la comunidad se vea beneficiada y así mantener una buena relación con esta.
- **Asuntos públicos:** *“Desarrolla una participación eficaz en la política pública y ayuda a la organización a adaptarse a las expectativas públicas”* o también se la define como el conjunto de actividades de las que se ocupan las Relaciones Públicas.
- **Asuntos gubernamentales:** son las relaciones que se crean con los poderes públicos en nombre de la organización.

- **Gestión de conflictos potenciales:** reconocer los problemas que pueden afectar a la organización y plantear soluciones.
- **Relaciones financieras:** son las buenas relaciones que se mantiene con los inversionistas, es necesario crear y mantener una confianza entre ambos.
- **Relaciones Sectoriales:** relación con empresas que ejercen una misma actividad y con los sindicatos.
- **Desarrollo/captación de fondos:** es cuando se manifiesta la necesidad de apoyo del público y se consigue contribuciones financieras.
- **Relaciones multiculturales/diversidad del lugar de trabajo:** relación con personas que pertenecen a otras culturas.
- **Acontecimientos especiales:** organización de eventos para relacionarse con los públicos o para realizar lanzamientos de productos.
- **Comunicación de Marketing:** fusión de actividades que se ponen en práctica para vender un producto servicio o idea. Se incluye la publicidad, publicity, promoción y eventos especiales.²⁰⁰

A continuación una profundización sobre los tema de mayor interés para el presente trabajo:

2.1.7 Relaciones con los medios

²⁰⁰ Cfr WILCOX Dennis, CAMERON Glen, XIFRA Xordi; "RELACIONES PÚBLICAS, ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS"; Madrid, Editorial Pearson: Octava Edición; año: 2006; pág 13-14

“Los medios de comunicación necesitan material e ideas procedentes de fuentes de Relaciones Públicas, y los profesionales necesitan a los medios como lugar para exponer su material”²⁰¹

Los medios de comunicación tienen un alcance masivo, es decir, pueden llegar a influir a muchas personas, por lo que se hace necesaria la relación entre la organización y estos, para que gracias a su poder puedan crear opiniones públicas sobre ésta.

Para mantener unas buenas relaciones es necesario brindarles a los periodistas toda apertura en cuanto a la información que necesiten, por ejemplo facilitar entrevistas. También se puede acudir a ellos cuando se haya generado noticias que sean interesantes, la ayuda que les brindemos al realizar su trabajo puede generar publicidad de la organización, siempre y cuando los periodistas estén satisfechos con lo proporcionado, caso contrario en sus reportajes hará notar la mala organización o predisposición de la empresa.

Al enviar noticias a los periodistas, es importante que dentro de estas no se introduzca publicidad camuflada, esto no les interesará publicar ya que ellos buscan acontecimientos que sean interesantes para el lector. Si el periodista se da cuenta que se está utilizando este medio para hacer publicidad gratuita, la confianza se terminará.

“Quienquiera que trate de guardar un secreto es visto con enorme suspicacia”²⁰². A la prensa siempre hay que decirle la verdad, no se deben

²⁰¹ WILCOX Dennis, CAMERON Glen, XIFRA Xordi; “RELACIONES PÚBLICAS, ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS”; Madrid, Editorial Pearson: Octava Edición; año: 2006; pág 349

²⁰² WILCOX Dennis, CAMERON Glen, XIFRA Xordi; “RELACIONES PÚBLICAS, ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS”; Madrid, Editorial Pearson: Octava Edición; año: 2006; pág 180

ocultar las malas noticias. Aunque el evento sea muy grave es necesario informar rápidamente para que este sea olvidado, caso contrario permanecerá por más tiempo en la mente de las personas.

Jamás se debe pedir a la prensa que suprima una parte de un relato, si no estamos de acuerdo con algún dato que publiquen, la organización se debe mantener en silencio.

Como sabemos el errar es humano y los periodistas también cometen errores en la escritura o pronunciación de palabras, no debemos pedir que se retracten a menos que sea algo realmente importante ya que esto causará malestar, si lo hacemos debemos realizarlo educadamente.

Se puede invitar a los medios a conocer la organización o a eventos que posiblemente podrían ser tema de reportajes o también a ruedas de prensa, cuyos temas ameriten realizarlas. Otro medio a utilizar pueden ser los comunicados de prensa.²⁰³

Para no cometer errores en las organizaciones se debería fijar políticas que determinen la manera de actuar frente a los medios, este es una especie de guión que las personas que tienen contacto con los medios deben seguirlo.²⁰⁴

²⁰³ Cfr RÍOS Jorge; "RELACIONES PÚBLICAS"; México; Editorial Trillas: Tercera edición; año:2004; pág 86-91

²⁰⁴ Cfr SEITEL Fraser; "TEORÍA Y PRÁCTICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS"; España, Editorial Prentice Hall: Octava Edición; año: 2002; pág 352

2.1.8 Relaciones con la Comunidad

Antes de iniciar con este tema, es importante aclarar lo que es la comunidad y Jorge Ríos autor del libro Relaciones Públicas, la define como un conjunto de personas que habitan en la misma localidad donde se ubica la organización y tienen intereses comunes.²⁰⁵

En la actualidad, nos encontramos en todas partes del mundo con una gran diversidad de la comunidad, esto quiere decir, que dentro de la comunidad existen personas de distintas razas, edades, habilidades físicas, creencias religiosas y orientación sexual, por lo cual las organizaciones deben aprender a respetar y a convivir con las comunidades multiculturales y considerar a todas las personas como tal, sin tratarlos discriminatoriamente.²⁰⁶

“Las relaciones con la comunidad, como función de las Relaciones Públicas, se entienden como la participación planeada, activa y continua de una institución con una comunidad, dentro de ella, para mantener y mejorar su ambiente para beneficio de la institución y de la comunidad”²⁰⁷

Podemos ver que la definición explica con claridad lo que significan las relaciones con la comunidad y la importancia de estas.

“Una organización tal vez se preocupe por los intereses regionales, nacionales e internacionales, pero jamás debe olvidar a sus vecinos”. Al compartir un

²⁰⁵ Cfr RÍOS Jorge; “RELACIONES PÚBLICAS”; México; Editorial Trillas: Tercera edición; año:2004; pág 81

²⁰⁶ Cfr SEITEL Fraser; “TEORÍA Y PRÁCTICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS”; España, Editorial Prentice Hall: Octava Edición; año: 2002; pág 429-432

²⁰⁷ LATTIMORE Dan, BASKIN Otis; “RELACIONES PÚBLICAS PROFESIÓN Y PRÁCTICA”; México, Editorial McGraw-Hill: Segunda Edición; año: 2007; pág 224

espacio determinado, ambas necesitan unas de otras para poder ayudarse y poder subsistir, es por esta razón que las relaciones entre ambas son muy importantes.

Todo programa debe ser planteado con anterioridad para cubrir las expectativas de la comunidad, realizando buenas acciones que sean beneficiosas y ayuden a la sociedad vecina, con el propósito que éstas se sientan importantes y acepten a las organizaciones.²⁰⁸

2.1.8.1 Responsabilidad Social en la Comunidad

Según el instituto Ethos de empresas y Responsabilidad Social de Brasil la Responsabilidad Social es:

“Una forma de gestión que se define por la relación ética de las empresas con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales”

Las empresas deben tener en cuenta el impacto social bueno o malo que pueden causar sus actividades en la comunidad. En el caso de que sea bueno, se debe aprovechar todo en cuanto se pueda ayudar a la comunidad, para de esta manera mostrarse como una organización preocupada por el bienestar de

²⁰⁸ Cfr LATTIMORE Dan, BASKIN Otis; “RELACIONES PÚBLICAS PROFESIÓN Y PRÁCTICA”; México, Editorial McGraw- Hill: Segunda Edición; año: 2007; pág 222

sus habitantes, en el caso de que el impacto que causa sea negativo, antes de que esto sea un problema, deben afrontar con responsabilidad y tomar las acciones necesarias. En los dos casos, actuar responsablemente con la comunidad le traerá muchos beneficios a la empresa.²⁰⁹

Antes la rentabilidad era el aspecto más importante, pero actualmente a la Responsabilidad Social se la considera como una cuestión de ética de la empresa.

Los directivos y accionistas de éstas, deben estar convencidos de practicarla. Para poderla llevar a cabo, Ramiro Alvear Director Ejecutivo del Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social, sugiere dos alternativas:

1. La ruta analítica: el objetivo de este modelo, es encontrar los intereses comunes entre la organización y sus vecinos, para que el programa que se realice a partir de esta información tenga más probabilidad de éxito.

2. La ruta de la oportunidad: cuando un empleado de la empresa se interesa por un programa de ayuda, se aprovecha la oportunidad y se crea naturalmente un líder; que se responsabiliza del desarrollo del programa RSE.²¹⁰

Las empresas pueden tener responsabilidad social en los siguientes ámbitos:

²⁰⁹ Cfr HOYOS Patricia; "RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ERRADICACIÓN DEL TRABAJO INFANTIL"; Ecuador; Editorial UNICEF; año: 2005; pág 9

²¹⁰ Cfr "RESPONSABILIDAD SOCIAL UN COMPROMISO INTEGRAL CON LA COMUNIDAD"; 2010, 29 DE Marzo; El Comercio: suplemento comercial.

- Seguridad de los empleados de la empresa
- Respeto a los derechos humanos
- Participación comunitaria
- Estándares de negocio
- Mercado
- Desarrollo empresarial y económico
- Protección de la salud
- Educación y desarrollo del liderazgo
- Ayuda en casos de desastres humanos²¹¹

Gráfico Nº 6

Principales Códigos de Conducta Internacional

CAUX ROUND TABLE PRINCIPLES*

Los principios son:

La responsabilidad de las empresas: más allá de los accionistas, hacia todas las personas involucradas en los negocios.

El impacto social y económico de las empresas: hacia la innovación, la justicia y una comunidad mundial.

La conducta de las empresas: más allá de la letra de la ley, hacia un espíritu de confianza.

²¹¹ HOYOS Patricia; "RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ERRADICACIÓN DEL TRABAJO INFANTIL"; Ecuador; Editorial UNICEF; año: 2005; pág 9

Respeto por las reglas.
Apoyo al comercio multilateral.
Respeto por el medio ambiente.
Prevención de operaciones ilícitas.

Fuente: HOYOS Patricia; "RESPNSABILIDAD SOCIAL Y ERRADICACIÓN DEL TRABAJO INFANTIL"; Ecuador; Editorial UNICEF; año: 2005; pág 41

2.1.8.2 Expectativas de la Comunidad

La comunidad espera de la organización contribuciones tangibles e intangibles.

Primero explicaré sobre las tangibles, que se dan de la siguiente manera:

La organización debe evitar la contaminación de la comunidad ya sea de ríos, del suelo, del aire, si lo está haciendo buscar alternativas que solucionen dicho problema.

Otro aspecto importante a considerar, es que se debe mantener correctamente informado a los líderes de la opinión pública comunitaria, es necesario contactarlos para darles información oficial de la organización y evitar que se formen los rumores que pueden desvirtuar a la empresa.

Los líderes de opinión de una comunidad pueden ser: sacerdotes, editores, profesores quienes tienen credibilidad y pueden ser influyentes. Para mantenerlos informados se pueden utilizar varios métodos como por ejemplo: visitas a las instalaciones o enviar correos electrónicos detallando aspectos sobre la organización.

También se debe ayudar a la comunidad a desarrollarse económicamente, por medio de la utilización de recursos que esta puede ofrecer, como por ejemplo: proveedores locales de materia prima, brindar plazas de trabajo a los vecinos de la comunidad, también se puede ayudar, ya sea económicamente o de distintas maneras a las instituciones educativas y al desarrollo en infraestructura de la comunidad, como en la construcción de caminos, mejoramiento de puentes y por último, la ayuda a instituciones benéficas no se debe hacer esperar, no sólo económicamente sino también puede ser prestándoles instalaciones o transporte.²¹²

Las expectativas intangibles de la comunidad son:

Apariencia: las personas de la comunidad esperan que las instalaciones de la empresa sean agradables, que estén bien mantenidas, que no emitan olores ni ruidos desagradables que perturben su calidad de vida.

Participación: la comunidad espera que la empresa respalde actividades recreativas, de educación y religiosas.

Estabilidad: se pretende que las empresas sean estables y que no sean temporales, lo que permite un crecimiento de la comunidad a largo plazo y se evita que las empresas conviertan a éstas en ciudades fantasmas al abandonar el lugar.

²¹² Cfr RÍOS Jorge; "RELACIONES PÚBLICAS"; México; Editorial Trillas: Tercera edición; año:2004; pág 82-84

Orgullo: las empresas cuando son grandes y reconocidas, pueden hacer un tipo de publicidad sobre la comunidad en la cual se ubican y las personas se sentirán orgullosas de pertenecer a éstas y también que dicha empresa la esté integrando.²¹³

2.1.8.3 Beneficios para la Organización

La empresa debe tener valores centrados en sus públicos para que de esta manera, estos puedan confiar en la organización. Si se logra esta confianza, la comunidad le entregará una especie de licencia para que la organización pueda operar. También las buenas prácticas responsables lograrán un mejoramiento de la reputación y las marcas, las operaciones serán más eficientes, se obtendrá mejor desempeño financiero, incremento de ventas y fidelidad de los consumidores. Los mejores profesionales e inversionistas querrán trabajar con la organización.

Se puede tener nuevas oportunidades de negocio, es decir que se pueden implementar ideas creativas e innovadoras para ampliar el surtido de productos o servicios.

Las relaciones con el gobierno, funcionarios públicos se mejorarían. El gobierno al ver que la organización es responsable, les podrá otorgar incentivos.²¹⁴

²¹³ Cfr SEITEL Fraser; "TEORÍA Y PRÁCTICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS"; España, Editorial Prentice Hall: Octava Edición; año: 2002; pág 435

²¹⁴ Cfr HOYOS Patricia; "RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ERRADICACIÓN DEL TRABAJO INFANTIL"; Ecuador; Editorial UNICEF; año: 2005; pág 10-11

Las empresas para que puedan operar correctamente, también esperan que la comunidad les pueda suplir con todos los elementos necesarios como: servicios básicos de calidad, impuestos justos, buena oferta de mano de obra, variedad de proveedores y materia prima de calidad. Si estos requisitos no se encuentran en la comunidad, la empresa buscará en otras comunidades o también puede trasladar sus instalaciones a otro lugar.²¹⁵

2.1.9 Las Relaciones Públicas como proceso

Las Relaciones Públicas son un proceso sistematizado, es decir que está compuesto por varios pasos, que si se los sigue se puede obtener resultados.

Para recordar sus elementos podemos utilizar las siglas IACE, que significa:

- **Investigación:** por medio de esta se podrá conocer cuál es el problema que se ha suscitado o la situación que debemos afrontar. Podemos recoger información de varias fuentes como por ejemplo, el público, los medios de comunicación, de los editoriales de revistas.
- **Acción:** una vez que ya se conoce el problema, se debe establecer los objetivos que se desean alcanzar con el plan y establecer una agenda de acciones, estas recomendaciones se debe hacer llegar a los directivos, para posteriormente poner en práctica el plan.
- **Comunicación:** gracias a la utilización de medios de comunicación, se podrá informar al público.

²¹⁵ Cfr SEITEL Fraser; "TEORÍA Y PRÁCTICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS"; España, Editorial Prentice Hall: Octava Edición; año: 2002; pág 435-436

- **Evaluación:** sirve para establecer si se logró los objetivos de llegar al público y saber cuáles fueron los efectos.²¹⁶

2.1.9.1 Investigación

Es la recopilación de información, que sirve para optimizar la comprensión. Sirve como sustento para iniciar un plan de Relaciones Públicas con datos reales y no tan solo con supuestos, podemos conocer lo que el público piensa y no nos permite suponer lo que creemos que piensan.

La investigación se lleva a cabo realizando las siguientes tareas:

Conocer un fenómeno, problema, situación; explicar las causas de lo ocurrido y los efectos que va a tener; ayuda a predecir qué ocurrirá probablemente tanto si actuamos como si no lo hacemos.²¹⁷

Se pueden utilizar varios tipos de investigación para obtener información valiosa para los comunicadores, dependerá del tema y situación, antes de escoger la que más se acoja al caso debemos hacernos entre otras, las siguientes interrogantes:

- ¿Cuál es el problema?
- ¿Qué tipo de información se necesita?
- ¿Cómo se utilizarán los resultados de la investigación?

²¹⁶ Cfr WILCOX Dennis, CAMERON Glen, XIFRA Xordi; "RELACIONES PÚBLICAS, ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS"; Madrid, Editorial Pearson: Octava Edición; año: 2006; pág 10-13

²¹⁷ Cfr SEITEL Fraser; "TEORÍA Y PRÁCTICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS"; España, Editorial Prentice Hall: Octava Edición; año: 2002; pág 117

- ¿Qué públicos hay que analizar?
- ¿Hay que contratar a un asesor externo o se puede investigar desde la propia organización?
- ¿Cómo se analizarán, mostrarán o aplicarán los datos resultantes de la investigación?
- ¿Con qué rapidez se necesitan los resultados?
- ¿Cuánto costará la investigación?

Tipos de Investigación que se aplican en Relaciones Públicas

- **Investigación secundaria:** Es una de las técnicas más utilizadas para recopilar información, través de libros, revistas, periódicos o bases de datos.
- **Investigación primaria:** es la que nos permite obtener información específica a través de nuestros propios medios, por ejemplo las entrevistas, grupos focales, encuestas.

Los materiales más utilizados son los archivos de la organización, se realiza una investigación de los discursos anteriores, informes, políticas, todos los documentos que nos puedan brindar cierta información.

Los libros son otra fuente muy utilizada, las bases de datos donde se pueden obtener porcentajes.

El internet contiene mucha información, pero los relacionistas deben tener cuidado y certificarse que el lugar de donde están consultando sea confiable.

Análisis de contenido, se lo realiza a partir de las publicaciones de los medios de comunicación, son los recortes de prensa, cartas, llamadas telefónicas.

Las entrevistas; pueden ser de interceptación, como su nombre indica son aquellas en las que se aborda a las personas y se les hace preguntas inesperadas. También, existen las entrevistas intencionales, se selecciona el público al que se realizarán las preguntas.

Grupos de discusión; sirven para conocer las motivaciones y actitudes de los públicos, o para comprobar si un mensaje o una estrategia están bien formulados para una audiencia, antes de poner en marcha la campaña.²¹⁸

Encuestas; uno de los métodos más utilizados, pueden aplicarse a cuestiones sociales amplias, como por ejemplo conocer la opinión pública sobre un asunto en particular. La realización de estas conlleva un procedimiento (1) la muestra, nos permite saber a cuántas personas vamos a realizar la encuesta (2) el cuestionario, son las preguntas que realizaremos, deben estar correctamente planteadas para que las personas puedan entender fácilmente (3) la entrevista, es el momento en el que se realiza la encuesta, es necesario que una persona esté presente para que pueda aclarar cualquier duda sobre las preguntas (4) análisis de resultados, es la tabulación e interpretación de los datos obtenidos.²¹⁹

²¹⁸ Cfr WILCOX Dennis, CAMERON Glen, XIFRA Xordi; "RELACIONES PÚBLICAS, ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS"; Madrid, Editorial Pearson: Octava Edición; año: 2006; pág 161-171

²¹⁹ Cfr SEITEL Fraser; "TEORÍA Y PRÁCTICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS"; España, Editorial Prentice Hall: Octava Edición; año: 2002; pág 121

2.1.9.2 Planeación

“La planificación estratégica consiste en decidir dónde se quiere estar en el futuro (el objetivo) y cómo se llega hasta ahí (las estrategias). Define proactivamente la dirección de la organización, evitando la deriva y la repetición rutinaria de actividades”

Toda actividad humana requiere de una planificación, la cual nos permite encontrar los mejores caminos para alcanzar nuestros objetivos, los caminos a seguir siempre deben ser diferentes e innovadores, hay que combinar la creatividad con el conocimiento, para plantear las mejores soluciones, lo que pasa con los planes de Relaciones Públicas es exactamente igual.

Elementos de la planificación

1. **Situación.-** antes de poder establecer los objetivos, se debe comprender el por qué se quiere realizar un plan de Relaciones Públicas y las razones pueden ser las siguientes: (1) la organización tiene un problema que lo debe resolver inmediatamente, ya que le puede afectar negativamente; (2) la organización tiene que llevar a cabo un proyecto, por ejemplo un evento para realizar el lanzamiento de un hogar de ancianos, se necesita de un plan para que el evento esté programado correctamente y se pueda mostrar todos los beneficios que ofrece dicho lugar; (3) la organización quiere mantener su reputación; por lo que debe trabajar para conseguirlo y ganar más adeptos.

2. Determinar Fortalezas, Debilidades, Amenazas y Oportunidades.- Las fortalezas nos permiten resaltar todos los aspectos positivos de la organización, las debilidades lo que la empresa debe mejorar, las amenazas se refieren al entorno, lo que puede afectar a la organización y las oportunidades, lo que la empresa puede aprovechar del entorno para mejorar.

3. Definir el tema del programa.- no siempre deben tener un tema, pero si este es llamativo ayudará al éxito de la campaña. Debe cumplir con lo siguiente:

- Resumir la esencia del plan, de lo que tratará.
- Ser breve entre 3 y 5 palabras
- Ser algo que resista al paso del tiempo, el nombre debe ser tan llamativo como para que sea recordado.²²⁰

4. Objetivos.- se los debe redactar en infinitivo.

Para que un objetivo esté bien formulado, debe responder a las siguientes preguntas:

- ¿Se ajusta realmente a la situación?
- ¿Es realista y alcanzable?

²²⁰ Cfr LATTIMORE Dan, BASKIN Otis; "RELACIONES PÚBLICAS PROFESIÓN Y PRÁCTICA"; México, Editorial McGraw- Hill: Segunda Edición; año: 2007; pág 116

- ¿Puede medirse su efectividad?

4.1 Tipos de Objetivos

Hay dos tipos de objetivos:

Objetivos Informativos: son utilizados cuando se quiere informar a los públicos y hacer que sean más conscientes sobre alguna situación. Una desventaja es la dificultad que implica su medición; si se ha logrado con estos objetivos la concienciación y educación de los públicos.

Objetivos de Motivación: estas son más fáciles de medir ya que se pueden ver resultados tangibles. Por ejemplo: Si se quiere vender todas las entradas a un espectáculo cultural, si se desea incrementar las ventas de un producto, los resultados son cuantificables.

5. **Público:** como lo he expuesto anteriormente en varias ocasiones, los planes deben estar dirigidos a públicos específicos o en algunos casos al público en general. La elección de estos, amerita un estudio de mercado o en algunos casos basta el sentido común. La selección de los públicos, permite dirigir las estrategias específicas para ellos.

6. **Estrategia:** es cómo se va a alcanzar los objetivos, el plan puede estar compuesto por las estrategias necesarias que aborden todos los temas que

se desean solucionar, deben ser planteadas en función de los objetivos y de los públicos.

7. Tácticas: Son la parte central del plan ya que define las actividades de forma secuencial, para el cumplimiento de las estrategias y por ende de los objetivos. Define cuáles son los medios y los procesos que se utilizarán para transmitir los mensajes.

8. Calendario: se debe tener en cuenta:

- Decisión de cuándo debe realizarse la campaña.
- Determinación de la secuencia adecuada de actividades.
- Recopilación de la lista de actividades.

8.1 Los plazos de la campaña:

“La planificación del programa debería tener en cuenta el contexto de la situación, y el momento en que los mensajes clave adquieren su máximo significado para el público objetivo”

Se debe aprovechar los mejores momentos, para poner en práctica el plan de Relaciones Públicas. Por ejemplo si se quiere mejorar la imagen de una empresa por medio de Responsabilidad Social enfocada en niños, se

debería tener en cuenta las fechas como navidad, día del niño, día de los derechos humanos.

8.2 Planificación de las tácticas

Las tácticas deben seguir una secuencia. Es importante si al inicio se concentra los esfuerzos, para afrontar las barreras y luego se puede bajar la intensidad de las actividades.

8.3 Definición del calendario: *“Se trata de un proceso de calcular el tiempo hacia atrás”*²²¹ se debe planificar por adelantado y tener listo lo que se necesitará para llevar acabo las actividades en el tiempo previsto. Por ejemplo: cuando se va a realizar una revista institucional, esta necesita ser elaborada con tiempo para que su lanzamiento coincida con la fecha que se ha propuesto en el plan.

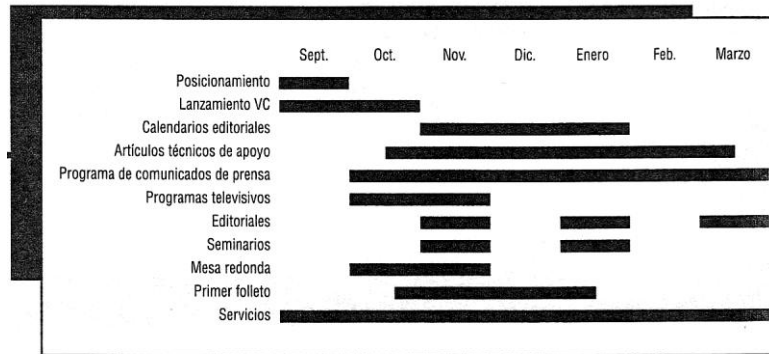
Los diagramas de Gantt son muy utilizados para planificar, al lado izquierdo se anotan las actividades y a la derecha se muestra el tiempo de duración.

Otro método, es poner las actividades diarias en un calendario grande.

²²¹ LATTIMORE Dan, BASKIN Otis; “RELACIONES PÚBLICAS PROFESIÓN Y PRÁCTICA”; México, Editorial McGraw-Hill: Segunda Edición; año: 2007; pág 119

Gráfico Nº 7

Diagrama de Gantt



Fuente: WILCOX Dennis, CAMERON Glen, XIFRA Xordi; "RELACIONES PÚBLICAS, ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS"; Madrid, Editorial Pearson: Octava Edición; año: 2006; pág 210

Gráfico Nº 8

Calendario

Miércoles, 12 de abril	
<i>M</i>	<i>Inicio creación invitaciones, se ruega confirmación, sobres, entradas, programa, tarjetas, etcétera</i>
<i>J/M</i>	<i>Revisión costes y opciones de impresión</i>
<i>T</i>	<i>Analizar posibilidad de tener bandejas con capanés</i>
<i>T</i>	<i>Reserva Gran Comedor para la noche de la cata (preguntar a Jess)</i>
<i>T</i>	<i>Definir voz del mensaje «Se ruega confirmación»</i>
<i>Todos</i>	<i>2 p.m. Reunión del comité en el Centro de Arte</i>

Fuente: WILCOX Dennis, CAMERON Glen, XIFRA Xordi; "RELACIONES PÚBLICAS, ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS"; Madrid, Editorial Pearson: Octava Edición; año: 2006; pág 210

9. Presupuesto: una vez realizado el plan, es necesario saber cuánto costará llevarlo a cabo. Cotizar es una tarea sencilla. Usualmente los especialistas en Relaciones Públicas utilizan un modelo que consta de tres pasos:

1. Lista de los recursos necesarios, incluye personal, materiales, tiempo
2. Se establece la cantidad que se necesitará
3. Se fijan los costos

Se debe asignar también un porcentaje para imprevistos del 10%²²²

10. Evaluación: verifica si los objetivos que se plantearon fueron conseguidos o no y se los muestra a los públicos. Se debe plantear de nuevo los objetivos y determinar qué métodos se van a utilizar para evaluarlos. Para los objetivos informativos, se puede realizar recortes de prensa, estimar el número de personas que vieron un videocomunicado. Los objetivos de motivación, se suelen evaluar a partir de resultados como: el incremento de ventas.²²³

2.2 La Comunicación

Desde el hombre hasta los animales hacen uso de la comunicación, es cierto que cada uno, debido a sus capacidades lo hace de distintas maneras y para

²²² Cfr LATTIMORE Dan, BASKIN Otis; "RELACIONES PÚBLICAS PROFESIÓN Y PRÁCTICA"; México, Editorial McGraw- Hill: Segunda Edición; año: 2007; pág 118

²²³ Cfr WILCOX Dennis, CAMERON Glen, XIFRA Xordi; "RELACIONES PÚBLICAS, ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS"; Madrid, Editorial Pearson: Octava Edición; año: 2006; pág 193-211

propósitos distintos; en las personas, la comunicación es la esencia de la actividad humana, esta le permite comunicarse con sus semejantes y crear relaciones para poder convivir; capaces de utilizar su inteligencia las formas de comunicación son muy amplias, a diferencia de los animales, cuyo instinto les obliga a comunicarse para poder sobrevivir.²²⁴

Desde el punto de vista conceptual, la comunicación es la transmisión y comprensión de significados; *“Saber transmitir las ideas y saber hacerse comprender por los demás”*²²⁵; es de suma importancia, que la información dada sea comprendida, caso contrario, la comunicación no se ha llevado a cabo.

*“También es el medio a través del que se modifica la conducta, se realiza el cambio, se hace útil la información y se logran las metas”*²²⁶

Esto, no solo se cumple en el ámbito organizacional, sino también en la escuela, iglesia en el trabajo; en todas las situaciones de la vida, en las cuales la transferencia de información es esencial.

2.2.1 Proceso de la Comunicación

La comunicación se inicia con el emisor, quien tiene un pensamiento o una idea que quiere transmitirla, para lo cual, la codifica, (selecciona códigos verbales, lingüísticos, visuales, olfativos, táctiles y gustativos), de una manera que sea comprensible, tanto para él, como para el receptor, después se hace uso de un

²²⁴Cfr Purisaca Néstor; “MANUAL DE ORATORIA”; Lima, Editorial Palomino: Primera Edición; año: 2005; pág 17

²²⁵ Purisaca Néstor; “MANUAL DE ORATORIA”; Lima, Editorial Palomino: Primera Edición; año: 2005; pág 17

²²⁶ WEIHRICH H y KOONTZ H; “ADMINISTRACIÓN UA PERSPECTIVA GLOBAL”; México, Editorial Mc Graw-Hill; año: 1996; pág 538

canal para transmitir el mensaje, este puede ser: una carta, una computadora, la televisión, entre otros.

El receptor o destinatario debe estar atento para recibir el mensaje y proceder a decodificarlo, es decir convertir el mensaje en pensamiento. La comunicación se da solo si ambos; el emisor y el receptor le atribuyen significados iguales o parecidos al mensaje.

Se puede decir que se pudo comprender el mensaje, cuando existe una respuesta por parte del receptor, esto se llama retroalimentación.

“La retroalimentación señala si se ha llevado a cabo el cambio individual u organizacional como resultado de la comunicación”²²⁷

Las personas tendemos a asumir que cuando el receptor no está de acuerdo con el mensaje que le hemos transmitido es porque no lo entendió y esto es erróneo, en la comunicación no siempre existe un consenso de las partes.

2.2.2 Dificultades en la Comunicación

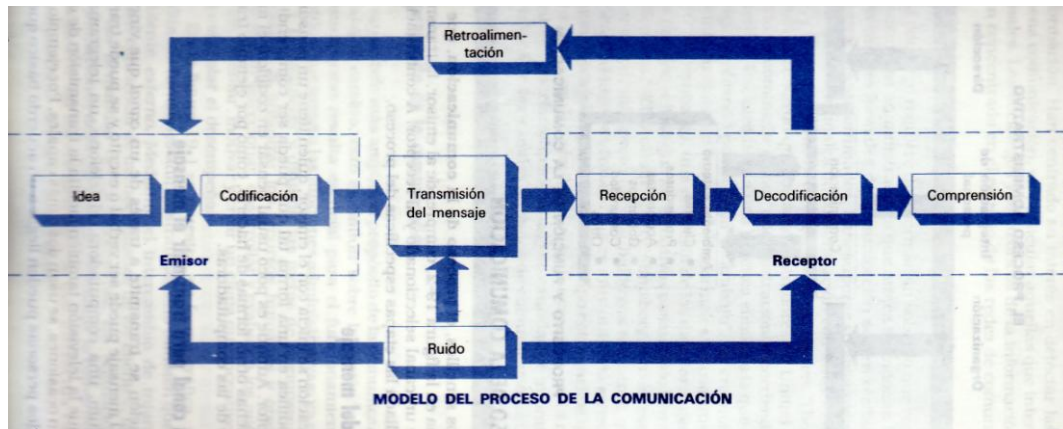
Pueden existir elementos en el emisor, receptor y transmisor que dificultan la comunicación, a esto se lo llama ruido. Por ejemplo: la falta de atención puede producir que el mensaje no se entienda correctamente, la música en alto volumen mientras conversamos no permite que escuchemos bien, cuando estamos viendo la televisión puede producirse interferencia si tenemos un celular cerca.²²⁸

²²⁷ WEIHRICH H y KOONTZ H; “ADMINISTRACIÓN UNA PERSPECTIVA GLOBAL”; México, Editorial Mc Graw-Hill; año: 1996; pág 542

²²⁸ Cfr WEIHRICH H y KOONTZ H; “ADMINISTRACIÓN UNA PERSPECTIVA GLOBAL”; México, Editorial Mc Graw-Hill; año: 1996; pág 541

Gráfico N° 9

Elementos y Proceso de la Comunicación



Fuente: WEIHRICH H y KOONTZ H; "ADMINISTRACIÓN UA PERSPECTIVA GLOBAL"; México, Editorial Mc Graw-Hill; año: 1996; pg 540

2.2.3 Tipos de comunicación

Existen tres tipos de comunicación:

- **Escrita:** tiene la gran ventaja de que lo que se escribió, queda registrado en un papel, también, se puede leer varias veces, si el mensaje no está claro, aunque la persona encargada de escribir el mensaje, debe hacerlo con un lenguaje fácil; utilizando los signos correctos para el público que va destinada cierta información.

La desventaja que presenta, es que se utilizan muchas hojas y estas en grandes cantidades ocupan espacio, también, se contribuye a la contaminación del medio ambiente y a la tala de árboles.

- **Oral:** es la forma de comunicación aprendida en la infancia, que se expresa a través de palabras.

“Sin las palabras y la capacidad de expresarlas por medio de la voz, resultaría muy difícil y hasta imposible coordinar las actividades más elementales de la vida de relación” gracias a este tipo de comunicación podemos expresar nuestras ideas, necesidades, sentimientos, convencer a las personas, persuadir.²²⁹

La ventaja es que permite tener una realimentación inmediata, si no está claro algo se puede despejar las dudas por medio de preguntas.

“En una interacción cara a cara se puede observar el efecto” es decir se complementa con el lenguaje no verbal, es decir podemos ver los gestos y podemos concluir qué sentimiento le causó al receptor lo que le hemos comunicado.²³⁰

La desventaja es que esta no ahorra tiempo, por ejemplo hay reuniones que son muy largas y en las cuales no se llegan a acuerdos, lo que implica pérdida de tiempo y dinero.

- **No verbal:** complementa a la comunicación oral, esto quiere decir, que cuando las personas están hablando, podemos ver en sus gestos corporales y expresiones faciales que refuerzan o refutan lo que están diciendo.

La comunicación escrita y verbal, tienen cada una sus ventajas, pero muchas veces son utilizadas en conjunto para que se complementen y permitan un mejor entendimiento. Las ayudas visuales ayudan también, complementan las comunicaciones verbales y escritas. Por ejemplo: en una exposición sobre una Campaña de Relaciones Públicas se podrían usar diapositivas con imágenes,

²²⁹ Cfr Purisaca Néstor; “MANUAL DE ORATORIA”; Lima, Editorial Palomino: Primera Edición; año: 2005; pág 20

²³⁰ Cfr WEHRICH H y KOONTZ H; “ADMINISTRACIÓN UNA PERSPECTIVA GLOBAL”; México, Editorial Mc Graw-Hill; año: 1996; pág 547

las cuales expliquen con mayor claridad las actividades que se realizarían. Además es importante reforzar la información a través de varios medios, esto logrará que las personas recuerden con mayor exactitud el mensaje.²³¹

La Universidad Rockefeller, en el año 2006 realizó una investigación la cual arrojó los siguientes resultados sobre la Comunicación No Verbal:

Los seres humanos recordamos:

1% de lo que palpamos

2% de lo que oímos

5% de lo que vemos

15% de lo que degustamos

32% de lo que olemos

55% de la comunicación no verbal²³²

Todas estas formas de comunicación serán utilizadas en distintos momentos, para poder comunicarme con los integrantes de la barra brava y los públicos de interés.

2.2.4 La Comunicación en las Organizaciones

- *“Enfoque integrado de toda la comunicación producida por una organización, dirigida a todos los públicos objetivos relevantes. Cada partida de comunicación debe transportar y acentuar la identidad corporativa”²³³*

²³¹ Cfr WEHRICH H y KOONTZ H; “ADMINISTRACIÓN UNA PERSPECTIVA GLOBAL”; México, Editorial Mc Graw-Hill; año: 1996; pág 546-547

²³² Citado por MARTÍN Fernando; “COMUNICACIÓN EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL”; España, Editorial Universitas S.A: Cuarta edición; año:2006; pág:48, 147-183

²³³ Blauw 1994, citado por RAMOS, Darío; “MANUAL BÁSICO DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA”; Bogotá, Editorial San Pablo; año:2007; pág: 23-31

- *“Una estructura en que todos los especialistas en Comunicación forman la totalidad del mensaje organizativo y de este modo ayudan a definir la imagen corporativa como el medio que lleva a la mejora de la realización corporativa”²³⁴*
- *“Conjunto de mensajes que emite una organización, de una manera programada y sistemática, tanto interna como externamente, con la finalidad de lograr la integración entre la institución y sus públicos, mediante la utilización de la Publicidad y las Relaciones Públicas, para cumplir con su función totalizadora”²³⁵*

En toda organización es necesario implementar una Dirección o Departamento de Comunicación, la cual sea la encargada de crear, analizar, difundir la información que quiera comunicar a sus públicos internos y externos, a través de los distintos medios de comunicación, para darles toda la información necesaria, de sus productos, servicios, actividades. Pero siempre tener en cuenta la proyección de su identidad, para crear en estos una imagen que puede beneficiar a la empresa.

2.2.4.1 Identidad Corporativa

Es la forma que tiene una organización de autorepresentarse ante sus públicos, por medio de unos elementos que configuran su realidad. Estos elementos le

²³⁴ Van Riel, citado por BENAVIDES Juan, COSTA Joan; “DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL”; Barcelona; Editorial Gestión 2000; año:2001; pág 35, 36, 175

²³⁵ Andrade citado por MARTÍN Fernando; “COMUNICACIÓN EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL”; España, Editorial Universitas S.A: Cuarta edición; año:2006; pág: 25,30,55

hacen única, distinta a las demás y permite una rápida identificación. “*Se la reconoce por sus señas de identificación visual, después por la forma de relacionarse- comunicarse y finalmente en su globalidad*”²³⁶”

La identidad, se forma a partir de la cultura corporativa, y esta a su vez por valores y creencias que determinan el comportamiento de sus integrantes.²³⁷

La empresa, puede decidir la identidad que desea tener, para lo cual debe trabajar en sus realidades para conseguirla. Por ejemplo: si se quiere tener una identidad donde prevalezca la solidaridad, se debe predicar con el ejemplo.²³⁸

2.2.4.2 Imagen

Es la representación mental que se forma en las personas a partir de conocimientos, hábitos y comportamientos en la vida cotidiana de una persona u organización. Su construcción puede demorar mucho tiempo o tan solo un minuto, por eso, es primordial en una organización tener controlados todos los movimientos que pueden crear conceptualizaciones positivas o negativas de la empresa.

La imagen que se crea en los públicos puede ser por los siguientes motivos:

- Las experiencias que hayan tenido los públicos con la organización.
- La relación que tengan los públicos con la organización.

²³⁶ BENAVIDES Juan, COSTA Joan; “DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL”; Barcelona; Editorial Gestión 2000; año:2001; pág 175.

²³⁷ Cfr RAMOS, Darío; “MANUAL BÁSICO DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA”; Bogotá, Editorial: San Pablo; año:2007; pág: 43

²³⁸ Cfr BENAVIDES Juan, COSTA Joan; “DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL”; Barcelona; Editorial Gestión 2000; año:2001; pág 35, 36, 175

- Experiencias ajenas que hayan tenido otras personas y que nos hayan contado su anécdota.²³⁹

2.2.4.3 Comunicación Interna

“Comunicación recíproca entre ambos, que tienda a lograr que el personal de la organización colabore satisfecho con ella y, por tanto sus actitudes hacia la empresa sean positivas mediante la aportación de todo su apoyo.”²⁴⁰ Esta debe ser: “Fluída, implicante, motivante, estimulante, y eficaz en sí misma. Debe obedecer a una cultura y a una identidad. Y estar orientada a la calidad en función del cliente”²⁴¹

En la primera cita, cuando el autor Jorge Ríos menciona a ambos, se refiere a la interacción entre la empresa y a sus públicos internos, la relación que debe existir debe ser excelente para que el personal se sienta a gusto en la empresa y realice su trabajo correctamente.²⁴²

Esta se puede dar de dos formas:

- **Comunicación Formal.-** Transmite mensajes reconocidos, de forma explícita, como oficiales por la organizaciones, es aquella que se da cuando el jefe le pide a un trabajador completar una actividad; la misma por la cual fue contratado.

²³⁹ Cfr MURIEL María; “COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL: ENFOQUE SOCIAL DE LAS RELACIONES PÚBLICAS”; Quito, Editorial CIESPAL: Primera edición; año: 1980; pág 52

²⁴⁰ RÍOS Jorge; “RELACIONES PÚBLICAS”; México; Editorial Trillas: Tercera edición; año:2004; pág 21

²⁴¹ Costa 1998, citado por MARTÍN Fernando; “COMUNICACIÓN EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL”; España, Editorial Universitas S.A: Cuarta edición; año:2006; pág:48, 189

²⁴² Cfr RÍOS Jorge; “RELACIONES PÚBLICAS”; México; Editorial Trillas: Tercera edición; año:2004; pág 21.

Un ejemplo para comprender mejor: el gerente de una empresa le pide a un relacionista presentar un informe sobre el clima laboral en la empresa.

Esta comunicación también se da cuando los empleados le comunican a su jefe algún problema que han tenido.

- **Comunicación Informal.-** en esta no se interactúa con el jefe directamente, sino entre los mismos trabajadores, cuando conversan a la hora del almuerzo, en su puesto de trabajo, en los pasillos. Gracias a esta, los lazos amistosos crecen, lo que permite satisfacer la necesidad de interacción y hasta puede mejorar el desempeño de la organización.²⁴³

Estos dos tipos de comunicación son complementarios, es decir que ambos son importantes dentro de una organización, las necesidades de información raramente son satisfechas por la comunicación formal, razón por la cual se forman los rumores²⁴⁴.

2.2.4.3.1 Flujos de comunicación

La comunicación puede fluir en varias direcciones

- **Comunicación Descendente:** *“Fluye desde personas ubicadas en niveles altos hacia otras que ocupan niveles inferiores en la jerarquía organizacional”*, es decir existe un ambiente de autoritarismo, donde los jefes son los que dan órdenes y los empleados deben limitarse a cumplirlas, esto puede causar varios problemas de inconformidad y sentimientos de inferioridad.

²⁴³ Cfr COULTER, Robbins; “ADMINISTRACIÓN”; México, Editorial Pearson: Décima edición; año:2010; pág: 323

²⁴⁴ Kreps 1990, citado por MARTÍN Fernando; “COMUNICACIÓN EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL”; España, Editorial Universitas S.A: Cuarta edición; año:2006; pág:200

Los medios de comunicación utilizados que incluyen órdenes pueden ser: reuniones, cartas, memos, altoparlantes, establecimiento de políticas, reglamentos, entre otros. La información emitida, por medio de estos, muchas veces es distorsionada y no se la comprende, por lo que es necesaria, una retroalimentación para conocer si se compendió el mensaje.²⁴⁵

- **Comunicación Ascendente:** *“Viaja desde los subordinados hacia los superiores y continúa ascendiendo por la jerarquía organizacional”*, este flujo es esencial para controlar el desempeño de las distintas áreas de una organización, al permitir a los trabajadores expresarse, se podrá conocer lo que ellos piensan, es decir se desarrolla un ambiente democrático. Durante el transcurso de este proceso, se va perdiendo información y al objetivo que estaba destinada, llega incompleta.

Los medios utilizados son: los buzones de sugerencias, sistemas de denuncias, sistema de quejas, establecimiento participativo de objetivos, rumor, cuestionarios sobre estados de ánimo, reuniones.²⁴⁶

- **Comunicación Horizontal:** *“Se da entre los empleados en un mismo nivel organizacional”* se permite la toma de decisiones en los equipos multifuncionales, pero las resoluciones siempre deben ser comunicadas a sus superiores; caso contrario, se podrían ocasionar conflictos. Otra

²⁴⁵ Cfr WEHRICH H y KOONTZ H; “ADMINISTRACIÓN UNA PERSPECTIVA GLOBAL”; México, Editorial Mc Graw-Hill; año: 1996; pág 546-547

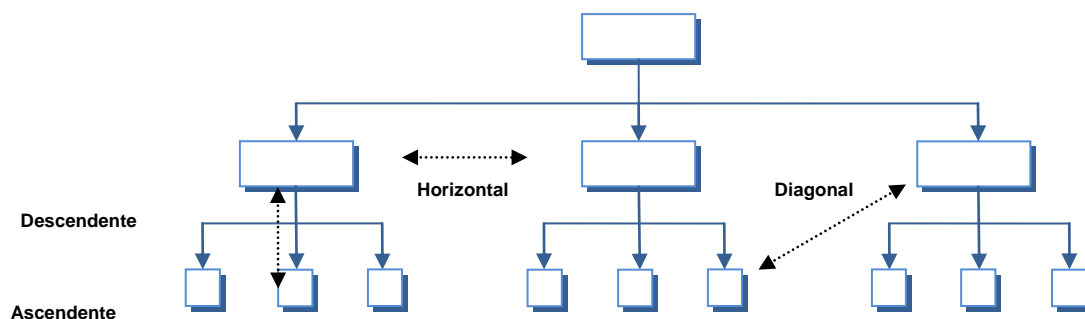
²⁴⁶ Cfr WEHRICH H y KOONTZ H; “ADMINISTRACIÓN UNA PERSPECTIVA GLOBAL”; México, Editorial Mc Graw-Hill; año: 1996; pág 543-545

ventaja de este flujo de comunicación es que permite ahorrar tiempo. Los medios utilizados son las reuniones informales, reuniones de comité y consejo.²⁴⁷

- **Comunicación Diagonal:** *“Es aquella que cruza las áreas de trabajo y niveles organizacionales”* esto quiere decir que se puede dar inmediatamente si tener que pasar de nivel en nivel hasta llegar a la jerarquía, sino que simplemente ya sea con una llamada, un correo electrónico o por otro medio se puede hablar directamente con la persona que necesitamos aunque esta no pertenezca a nuestra área.²⁴⁸

Gráfico N°10

Flujos de Información en una Organización



Fuente: WEIHRICH H y KOONTZ H; "ADMINISTRACIÓN UNA PERSPECTIVA GLOBAL"; México, Editorial Mc Graw-Hill; año: 1996; pág 544

Redes de Comunicación

Son producto de la combinación de los flujos de comunicación

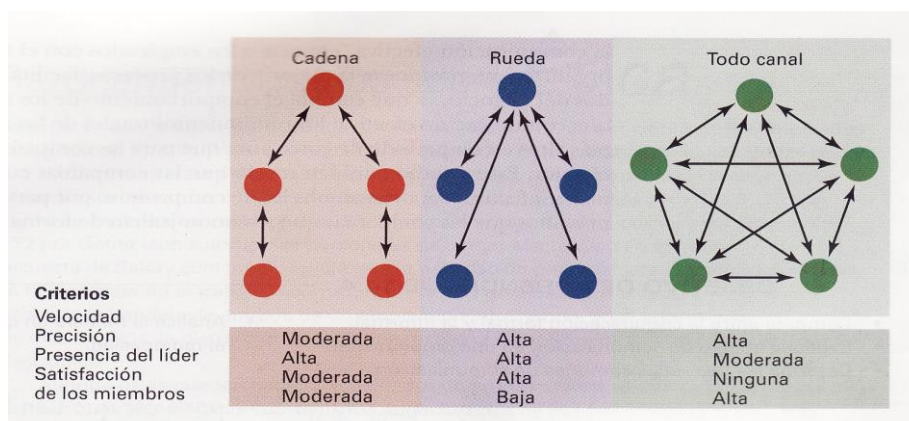
²⁴⁷ Cfr WEIHRICH H y KOONTZ H; "ADMINISTRACIÓN UNA PERSPECTIVA GLOBAL"; México, Editorial Mc Graw-Hill; año: 1996; pág 543-545

²⁴⁸ Cfr COULTER, Robbins; "ADMINISTRACIÓN"; México, Editorial Pearson: Décima edición; año:2010; pág: 323-324

- **Red tipo Cadena.-** *“La comunicación fluye de acuerdo con la cadena formal de mando, tanto hacia abajo como hacia arriba”* es decir en esta se combinan la comunicación ascendente y descendente, por lo que la velocidad en llegar el mensaje es moderada.
- **Red tipo Rueda.-** *“Representa la comunicación que fluye entre un líder claramente identificable y fuerte, y otras personas en un grupo o equipo de trabajo”* El máximo líder funciona como eje, por medio del cual pasa toda la información.
- **Red tipo Todo Canal.-** *“La comunicación fluye libremente entre todos los miembros de un equipo de trabajo”*, esta red es la más completa de todas, porque se dan todo tipo de interacciones entre los miembros de una organización.²⁴⁹

Gráfico N° 11

Redes de Comunicación



Fuente: COULTER, Robbins; “ADMINISTRACIÓN”; México, Editorial Pearson: Décima edición; año:2010; pág: 325

²⁴⁹ Cfr COULTER, Robbins; “ADMINISTRACIÓN”; México, Editorial Pearson: Décima edición; año:2010; pág: 325

2.2.4.3.2 Acciones de Comunicación Interna

Las acciones que se pueden realizar para mantener una buena comunicación interna, pueden ser las siguientes: dar la importancia necesaria al trabajador y al trabajo que realiza, brindarle seguridad, apoyar su desarrollo profesional, fomentar la iniciativa y participación activa, apoyarlo si está pasando por situaciones personales difíciles.

Dentro de las organizaciones, la comunicación permite detectar a tiempo problemas y tomar acciones antes de que estos sean incontrolables.²⁵⁰

Creación de la información.- toda noticia debe ser informada, no importa si estas son buenas, malas, si de dan involuntariamente o son creadas por el departamento de comunicación siempre y cuando estas contribuyan a crear una imagen interna positiva y a mantener buenas relaciones con los empleados y la alta dirección. El director de Comunicación debe conocer la manera de crear una información verás ágil y de fácil comprensión.

Manual de Funciones.- Antes de empezar a operar es necesario que los empleados conozcan cuáles son sus puestos y sus funciones específicas para que no desvíen su trabajo en actividades que no les corresponde. También, conocerán la estructura de cada departamento y sabrán a quién dirigirse en caso de necesitarlo.

Un manual debe tener los siguientes elementos:

- Título del puesto de trabajo

²⁵⁰ Cfr RÍOS Jorge; "RELACIONES PÚBLICAS"; México; Editorial Trillas: Tercera edición; año:2004; pág 21-24

- Categoría jerárquico/laboral
- Relaciones jerárquicas
- Objetivos
- Funciones
- Dirección, teléfono, fax, correo electrónico....

Suscripciones de la empresa o institución.-

La empresa periódicamente debe recibir fuentes de información como por ejemplo periódicos y se los debe organizar y almacenar aquellos artículos que afecten a la organización. También debe analizar las necesidades informativas para posteriormente cubrirlas con nuevas publicaciones.

Reuniones de grupo.- estas deben ser frecuentes e incluso diarias antes de iniciar la jornada de trabajo, para establecer ciertas pautas que van a regir durante el día laboral; es necesario que se de en todos los departamentos de la institución donde los trabajadores se puedan expresar abiertamente, hacer preguntas y sugerencias. Para llevarlas a cabo correctamente se pueden seguir las siguientes especificaciones

- Establecer un orden del día
- Cumplir con los horarios establecidos para llevar a cabo la reunión
- No ser monótono. Ser dinámico
- Ubicar correctamente a los componentes
- Canalizar los problemas que se suscitan
- Evitar interrupciones no precisas

- Definir el proyecto que se va a llevar a cabo diariamente
- Realizar un foro de preguntas.

Dossiers Informativos.- es un informe corto con el cual se pretende aclarar a los públicos o a los medios de comunicación sobre algún tema. Se debe iniciar con una introducción con la cual se pretende dar un sondeo sobre lo que se informará, luego se desarrolla el cuerpo; se explica el qué, quién cómo cuándo dónde y se termina con unas recomendaciones, las cuales aclaren el cuerpo del informe por medio de un ejemplo.

Uno de los dossiers más importantes es el que se realiza anualmente sobre la Productividad de la Dirección de la Comunicación, este permite tener una idea de si la actividad desarrollada a lo largo del año ha sido productiva o no para la empresa.

Visitas y viajes informativos.- se puede invitar a un grupo de personas o a una persona a conocer la organización desde adentro. La visita debe estar planificada con anterioridad, para realizar los preparativos correspondientes. Al final de las visitas, se entregará un dossier ampliando la información de la empresa, se proyectará un video y se realizará una rueda de prensa.

Informe Anual.- se da a conocer todo lo que se ha realizado durante el año, consta de un resumen de actividades por departamentos.

Circulares internas.- son documentos periódicos en los cuales se pretende informar aspectos precisos. Debe estar redactada con un lenguaje que permita una fácil comprensión del texto. Se debe tener una base de datos de estas.

Formación de cursos.- es la organización de seminarios o cursos dirigidos para los empleados de la organización. Se debe dividir los temas a tratar por departamentos o áreas puesto que cada una tiene una función diferente.²⁵¹

Las encargadas de la comunicación organizacional son las Relaciones Públicas, las misma que determinan en qué lugar se encuentra dicha organización en la comunidad local y trata de mejorar las relaciones con sus públicos.

2.2.4.4 Modelo sistémico de la Comunicación Corporativa

Teoría de los sistemas.- Las organizaciones se desarrollan dentro de un entorno, con el cual se relaciona e interactúa constantemente, caso contrario esta no podría existir. Podemos mencionar tres niveles de interacción: el sistema, se da dentro de la organización, el suprasistema, relación con su inmediato superior y públicos, por último el macrosistema es el resultado de la relación con el entorno.

Gracias a la comunicación, el entorno y la organización se mantienen en contacto y es posible identificar a tiempo, los problemas, contingencias, obstáculos y oportunidades.

²⁵¹ Cfr MARTÍN Fernando; "COMUNICACIÓN EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL"; España, Editorial Universitas S.A: Cuarta edición; año:2006; pág:121-144

Los sistemas están determinados por principios:

Homeóstasis: “es el principio regulador de todo sistema”²⁵² es el equilibrio que busca que la empresa se adapte al entorno, por lo que necesariamente debe ser dinámico, de no ocurrir esto, se podrían generar graves crisis.

Interdependencia: *“Se refiere a las relaciones existentes entre todos los elementos del sistema, y entre éste y su medio”*, de producirse un cambio en una parte, este afectaría a todo el sistema.

Entropía: es la tendencia natural hacia el desorden, esta puede ser negativa (los sistemas buscan el orden para poder sobrevivir) o positiva (los sistemas tienden al caos).

Incertidumbre: *“Es la probabilidad incierta de que un hecho ocurra”*, debemos conocer el entorno para disminuir la incertidumbre “A mayor información, menor incertidumbre”²⁵³; otra de las maneras de contrarrestar la incertidumbre, es realizando un plan de crisis, el cual nos permite estar preparados para cualquier circunstancia imprevista que se suscite.

Teleología: *“Es la tendencia permanente, que todo sistema u organización posee, de orientarse hacia la consecución de un mismo fin”* es el propósito que

²⁵² MURIEL María; “COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL: ENFOQUE SOCIAL DE LAS RELACIONES PÚBLICAS”; Quito, Editorial CIESPAL: Primera edición; año: 1980; pág 36

²⁵³ MURIEL María; “COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL: ENFOQUE SOCIAL DE LAS RELACIONES PÚBLICAS”; Quito, Editorial CIESPAL: Primera edición; año: 1980; pág 36

tiene una organización desde el momento de su creación, lo cual se ve plasmado en el núcleo ideológico.²⁵⁴

Equifinalidad: Todos y cada uno de los componentes de la organización buscan llegar a un mismo fin.²⁵⁵

Concepto para el análisis de los sistemas

- Input.- o también llamadas entradas, son todo tipo de información que la organización toma del supra y macrosistema.
- Transformación.- es el proceso en el cual se convierte un input en output. *“En comunicación es toda la información que una organización recoja de su entorno y que será procesada a través de un conjunto de operaciones técnicas”* por ejemplo, para realizar el lanzamiento de campaña de concienciación sobre el consumo de bebidas alcohólicas, primero se debe conocer ciertas características del público objetivo como la edad, después se utilizarán estrategias de comunicación y por último se dará a conocer los mensajes creados
- Output.- es el resultado final después de la transformación del input. Este debe ayudar al desarrollo del entorno en el cual es descargado.
- Coordinación.- *“Consiste en la cooperación armónica entre cada una de sus acciones incluidas las comunicacionales”* también se pueden coordinar el Marketing, la Publicidad, y las Relaciones Públicas.

²⁵⁴ Cfr RAMOS, Darío; “MANUAL BÁSICO DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA”; Bogotá, Editorial San Pablo; año:2007; pág: 23-31

²⁵⁵ Scheinsohn 1996, citado por RAMOS, Darío; “MANUAL BÁSICO DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA”; Bogotá, Editorial San Pablo; año:2007; pág: 23-31

- **Feedback.**- es la información que el sistema toma de su entorno, ya sea de sus públicos o también política, económica, legal, sociocultural, tecnológico, científico, demográfico, geográfico, institucional, comunicacional.
- **Estructura.**- son los elementos que conforman un sistema y las relaciones entre ellos. Según la manera en la que lleven a cabo su núcleo ideológico se puede determinar el tipo de relaciones internas que existen.²⁵⁶

2.2.4.5 Comunicación Externa

Es la difusión de mensajes desde el interior de la organización hacia sus públicos externos, con el objetivo de mantenerlos informados sobre sus actividades, promover la utilización de sus productos o servicios y mejorar sus relaciones.

2.2.4.5.1 Responsables de la Comunicación Externa

Todas las personas que trabajan en la organización comunican algo en distintos niveles. De esta manera proyectan una imagen que puede ser positiva o negativa. Al ser todas las personas una fuente de información, hay que tener cuidado con lo que se dice y comunica, por lo que las personas deben estar consientes de lo anteriormente dicho y estar capacitadas para hacerlo cuando un medio o un público necesite información. Para evitar posibles problemas comunicacionales, el portavoz debe ser la persona indicada y permitida de dar la información oficial.

²⁵⁶ Cfr RAMOS, Darío; "MANUAL BÁSICO DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA"; Bogotá, Editorial San Pablo; año:2007; pág: 31-33

2.2.4.5.2 Principios Básicos de la Comunicación Externa

- La comunicación debe transmitir una imagen, por lo cual es necesario incluir la Comunicación Interna, Cultura Corporativa, las Relaciones Públicas, la Publicidad y debe existir una sincronía entre todos los elementos que la identifican y lo que dice que es la organización.
- Los mensajes que se emiten, no sólo deben comunicar, sino que también deben informar. Es necesario aplicar la ética de la verdad, para así evitarse problemas posteriores.
- Hay que tener en cuenta la diversidad de la opinión pública; es decir que a cada público se le debe informar de manera personificada.
- Las actividades de comunicación externa, no son ajenas a la organización, sino son una herramienta de trabajo.
- Mediante la comunicación externa, no sólo se le debe dar importancia para promocionar sus productos o servicios, sino también como un componente de las Relaciones Humanas y un ente productivo que sirve a la comunidad.
- La comunicación externa necesita ser planificada por medio de un plan.
- Las personas encargadas de comunicar, deben ser profesionales que conozcan la mejor manera de hacerlo.²⁵⁷

2.2.4.5.3 Acciones de Comunicación Externa

Difusión de la información.- mientras la información que se proporcione a los públicos externos sea más rápida y verás; se obtendrán mejores resultados, ya

²⁵⁷ Cfr BEL José; "COMUNICAR PARA CREAR VALOR"; España; Editorial Universidad de Navarra: Segunda edición; año:2005; pág 164-167

que no se dará oportunidad a que se formen los rumores. La difusión puede darse por medios como teléfono, escritos, mailing, fax entre otros.

Nota de prensa.- se debe contestar las preguntas rápida y exactamente ¿qué? ¿Quién? ¿Cómo?¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Por qué?. El Dircom, es quien lo redactará y debe estar al tanto de toda la información que en éste se escriba y las fuentes de información de dónde se puede ampliar más la información, en caso de que alguien lo necesitara. Se debe mandar con dos días de anticipación a los medios.

Entrevistas, Artículos, Reportajes.- se debe facilitar estas actividades a los medios cuando estos las necesiten. La información que se emita debe ser verás. Se puede complementar la información, con la entrega de dossiers, publicaciones, estadísticas, fotografías.

Ruedas de prensa.- antes de realizarla, se puede enviar una nota informativa, para invitar a la rueda de prensa explicando los motivos de su celebración. Se debe adecuar el lugar donde se realizará la rueda de prensa con la logística necesaria, esta servirá para informar y aclarar todas las dudas de los medios. Al final, de igual manera, se debe entregar un dossier.

Revista informativa.- *“Hay que cuidar mucho su veracidad, objetividad, imparcialidad, lenguaje divulgativo, presentación. Armonizando textos y gráficos, blancos elegantes y titulaciones con -gancho- dirigidos a sus públicos*

*de interés*²⁵⁸ Primero, se debe ir dando a conocer la cultura corporativa, e ir resolviendo sus problemas topando temas que les interesen, para captar su atención.

Sitio Web.- debe ofrecer gran cantidad de información de la empresa, por medio de varias páginas web, se la debe actualizar periódicamente, su acceso es un poco más complejo que la revista porque se necesita ingresar al internet, pero puede ser más difundida.

Organización de actos públicos.- estos pueden ser: exposiciones, congresos, casas abiertas, sorteos, convenciones, jornadas, ferias, para tener un acercamiento con los públicos externos.

Formación de Portavoces.- con el objetivo de que las personas designadas puedan dirigirse correctamente a los medios, se deben tener en cuenta varios aspectos psicológicos, éticos y profesionales por ejemplo:

- Preparar el tema a tratar con antelación.
- Vestirse correctamente para la ocasión.
- Saber coger correctamente el micrófono.
- Tener una buena dicción.
- Sentarse con naturalidad.
- Tener cuidado con los movimientos de manos y pies ya que estos pueden comunicar inseguridad, interés, superioridad, defensa, entre otras cosas.
- Mirar al entrevistador.

²⁵⁸ De la Fuente citado por MARTÍN Fernando; "COMUNICACIÓN EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL"; España, Editorial Universitas S.A: Cuarta edición; año:2006; pág:201-210

- Dar mensajes concisos y claros.
- Hablar despacio para que la audiencia pueda comprender.
- Dar ejemplos para facilitar la comprensión del tema.²⁵⁹

²⁵⁹ Cfr MARTÍN Fernando; "COMUNICACIÓN EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL"; España, Editorial Universitas S.A: Cuarta edición; año:2006; pág:48, 147-183

Marco Institucional

La Sur Oscura Quito fue creada en el año de 1997 por un grupo de rockeros que vivían al sur de la ciudad, este grupo era selectivo y no permitía el ingreso de personas ajenas al movimiento.

La barra empezó a crecer, personas con distintos gustos musicales quisieron formar parte de ésta pero al verse excluidos decidieron expulsar a éstos primeros integrantes y se hicieron cargo. Es así como nace la Sur Oscura Quito, como una extensión de la misma barra creada en la ciudad de Guayaquil.

Actualmente está conformada por 46 personas, hombres y mujeres de distintas edades, y sobre todo que comparten una pasión por Barcelona Sporting Club; tan grande es el sentimiento de estos jóvenes que hasta organizan viajes para ir a ver a su equipo jugar en otras ciudades de nuestro país y en el extranjero.

Dentro de esta barra se pueden encontrar tres grupos que se han conformado por afinidad de sus integrantes, estos son: Barrio Bajo, Sub Mundo, Sub Mundo Jr; pero también hay algunas personas que no se consideran de ningún grupo ya que dicen que prefieren evitar problemas.

La organización es algo que les caracteriza, se lo puede ver en los partidos cuando juega su equipo. La general se viste de amarillo con globos, papel picado, banderas, extintores, es una verdadera fiesta acompañada del canto de sus integrantes y gente que acude a esta localidad.

Para recaudar fondos y comprar los implementos necesarios, se realiza varias actividades como venta de globos, de posters y hasta se pide una cuota a cada

uno de los integrantes. También cuentan con el apoyo del Abogado Iván Durazno y de empresas como Pasión Amarilla y Plásticos San Francisco.

CAPÍTULO III

3. INVESTIGACIÓN

3.1 Introducción

El siguiente capítulo se basa principalmente en todo lo referente a la investigación, siendo así esta parte del trabajo de tesis muy importante, ya que después de obtener información de fuentes secundarias, especialmente lo que dicen los autores nacionales y extranjeros sobre las barras bravas, es necesario también indagar a las fuentes primarias debido a que éstas nos ayudarán a complementar la información por medio de experiencias de vida, en el caso de las encuestas, experiencias profesionales y algunas entrevistas a personas conocedoras del tema de la violencia.

En esta etapa es necesario establecer el tipo de investigación, los métodos y mecanismos a utilizar, para recopilar la información de una manera ordenada y lógica. Posteriormente nos permitirá coordinar las actividades a realizarse antes de poner en práctica las técnicas que en este trabajo serán encuestas y entrevistas; las mismas que nos arrojarán diversos resultados representados por medio de gráficos y datos porcentuales acompañados de una breve lectura que nos facilitará la comprensión de los mismos.

Es necesario llegar a conclusiones propias, que nos ayuden a tener una idea más clara de la situación actual del objeto de estudio y se nos facilite el trabajo para realizar la propuesta.

3.2 Objetivo General

Conocer el grado de conciencia que tienen los integrantes de la Barra Brava Sur Oscura Quito, sobre aspectos que degeneran su relación con la sociedad.

3.3 Objetivos específicos

- Conocer el tipo de comportamiento que tienen estos jóvenes dentro y fuera de los estadios.
- Determinar las causas por las que se produce la violencia.
- Establecer el tipo de imagen que se proyecta a la sociedad.
- Analizar el interés por mantener una vinculación con la sociedad.

3.4 Universo de estudio

El universo a estudiar está conformado por integrantes de la barra brava Sur Oscura Quito, es decir que la investigación se realizará a 46 personas.

3.5 Tipo de Investigación

La investigación a realizar es de tipo exploratorio, experimental, correlacional. Por medio de la realización de encuestas se obtendrán datos valiosos que permitirán conocer más sobre los intereses, actitudes y comportamientos de los hinchas de la barra brava "Sur Oscura Quito". Esta información se

complementará con una investigación de campo. Después de haber obtenido datos de diversas fuentes se realizará un análisis comparativo y se establecerá si las variables se correlacionan entre sí.

3.6 Muestra

Son todos los integrantes de la Barra Sur Oscura Quito. En este caso no es necesario determinar un tamaño de muestra ya que el universo está comprendido por 46 personas razón por la cual se realizará un censo, es decir que se obtendrá la información de cada uno de ellos.

3.7 Metodología

3.7.1 Método Inductivo

El método Inductivo que es el que *“parte de hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley que los rige.”*²⁶⁰, nos permitirá conocer la percepción de cada uno de los integrantes de la barra “Sur Oscura Quito” para llegar a una generalidad.

3.7.2 Método deductivo

Para la propuesta es necesario tener una idea general del problema y para tratar de resolverlos es necesario aplicar un plan de Relaciones Públicas que se ocupe de aspectos particulares.

²⁶⁰ LEIVA , Francisco; "NOCIONES DE METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA"; Quinta Edición. Quito 2001.

3.8 Fuentes y Técnicas

Encuestas.- se las realizará a todos los integrantes de la barra Sur Oscura Quito, los resultados servirán para establecer las estrategias que se utilizarán en el plan de Relaciones Públicas.

Entrevistas.- se las realizarán a una Psicóloga, un Psicólogo, un Periodista Deportivo y a la Madre de un joven integrante de una barra brava.

Material Bibliográfico.- por medio de fuentes como libros, páginas web, revistas, se podrá fundamentar la aplicación de la propuesta.

Modelo de encuesta

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

Por favor tome un minuto de su tiempo para responder las siguientes preguntas. Es de mucha importancia conocer su opinión sobre la imagen que tiene la Sur Oscura Quito; sus respuestas son totalmente confidenciales y ayudarán a mejorar su relación con la sociedad.

Edad _____ Género: F ___ M ___ Estado Civil _____
 N° de hijos _____

1. ¿Cuál es el rol principal que debe desempeñar el miembro de una barra brava?

Buscar pelea a miembros de otras barras bravas

Ir al estadio, divertirse y alentar a su equipo

Ocasionar desmanes en los estadios

Ir al estadio y consumir bebidas alcohólicas

2. ¿Cómo demuestra usted la satisfacción que siente al ver ganar a su equipo?

Consumiendo drogas (alcohol y otras)

Cantando más fuerte

Provoca a su rival

3. En su vida diaria ¿Se considera una persona violenta?

SI

NO

4. ¿Cómo cree usted que pertenecer a una barra brava, influye en tener un comportamiento violento?

- Muy influyente
- Influyente
- Indiferente
- Poco Influyente
- Nada Influyente

5. ¿Por qué razones cree usted que se produce la violencia entre las barras bravas?

- Poca tolerancia entre ambas
- Adrenalina
- Frustración

6. ¿Evita usted, provocaciones de las otras barras bravas?

- SI
- NO

7. ¿Cree usted que el consumo de drogas estimula a tener un comportamiento violento?

- SI
- NO

8. ¿Qué tipo de opinión cree usted; que tiene la sociedad, de la Sur Oscura Quito; debido a los constantes desmanes que han ocasionado?

- Muy Favorable
-

Favorable

Indiferente

Poco Desfavorable

Muy desfavorable

9. ¿Qué tipo de imagen cree usted que tiene la Sur Oscura en la sociedad?

Positiva

(Si su respuesta es positiva, fin de la encuesta)

Negativa

(Pase a la siguiente pregunta)

10. ¿Qué aspectos son los que afectan la imagen de la barra a la que usted pertenece?

Vandalismo

Consumo de drogas (alcohol y otras)

Violencia

11. ¿Le gustaría cambiar esa imagen negativa, a una más favorable?

SI

NO

12. ¿Qué actividades le gustaría realizar para mejorar la imagen de la barra?

Ayuda a los más necesitados

Compromiso de buen comportamiento

Dejar de lado la violencia

Mostrarse como una barra seria y organizada

Destinar los tiempos libres a la práctica de actividades sanas

Preocuparse por el medio ambiente

13. ¿Qué características le atribuiría usted a la S.O?

Integrantes unidos

Organizada

Constante

Persistente

Un buen ambiente

Participativa

Amigable

Dispuesta a recibir recomendaciones

14. Indique con una x ¿Cómo le gustaría dar a conocer a la sociedad el cambio de imagen que en un futuro se lograría?

Sitio Web

Medios impresos

Televisión

Revistas

Radio

Redes sociales

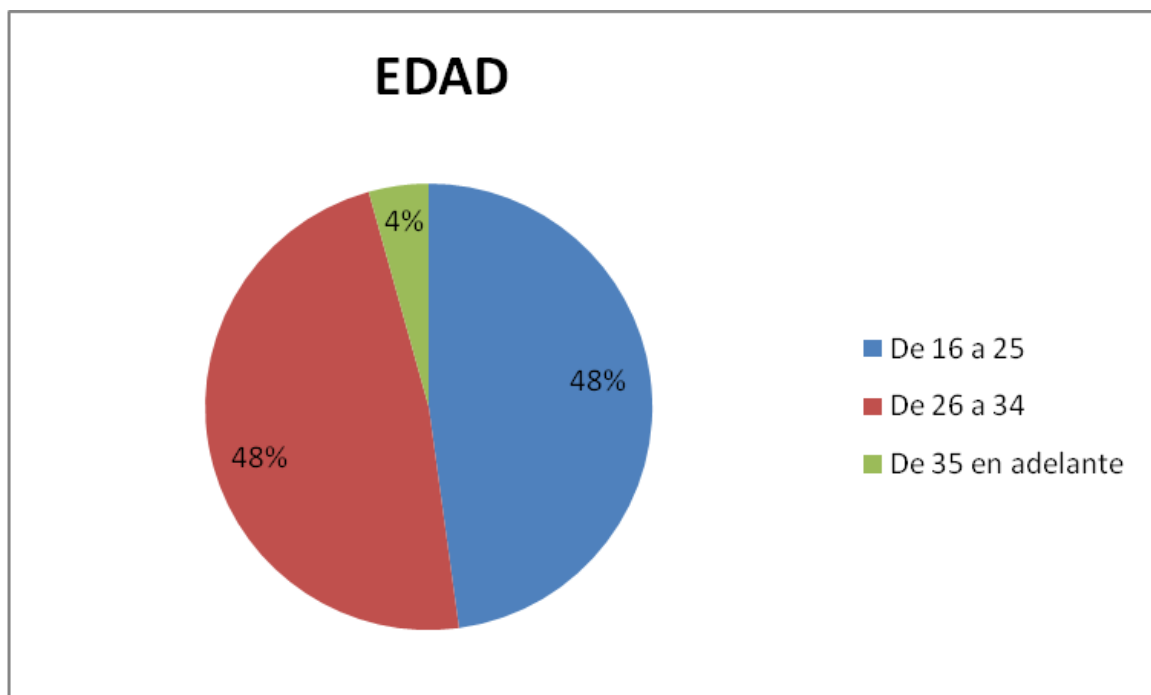
Eventos

3.9 Análisis de Datos

3.9.1 Tabulación e Interpretación

3.9.1.1 Encuestas: Se obtuvo los siguientes resultados

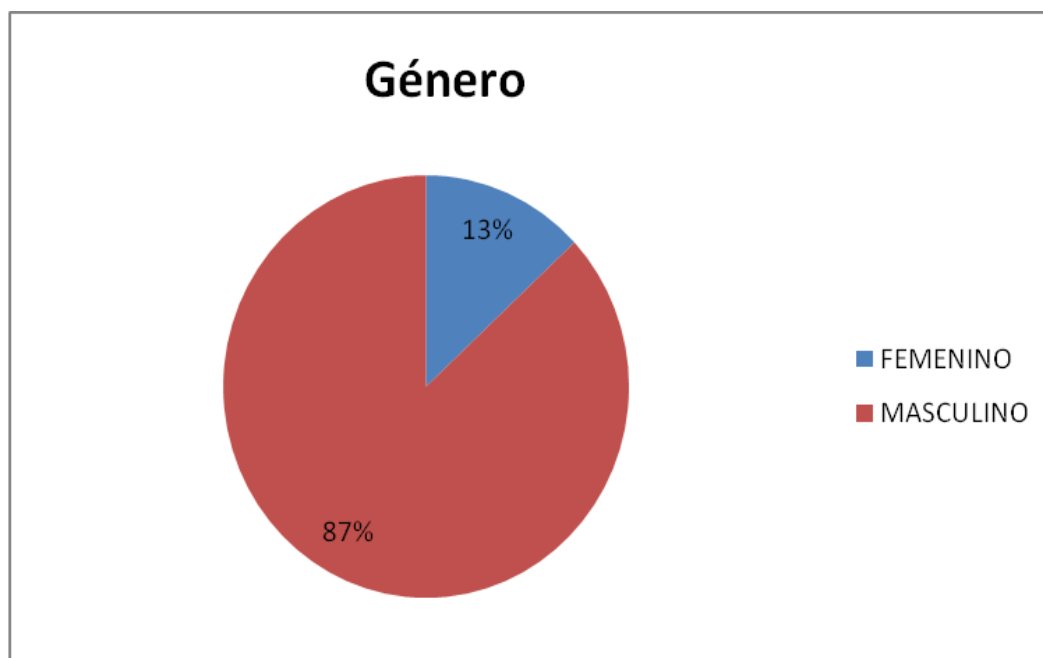
EDAD	
RANGO	TOTAL
De 16 a 25	22
De 26 a 34	22
De 35 en adelante	2



Elaborado por: María José Cevallos

Interpretación: de un total de 46 personas encuestadas, el 48% tiene de 16 a 25 años, el 48% afirma tener de 26 a 34 años y el 4% tiene de 35 años en adelante.

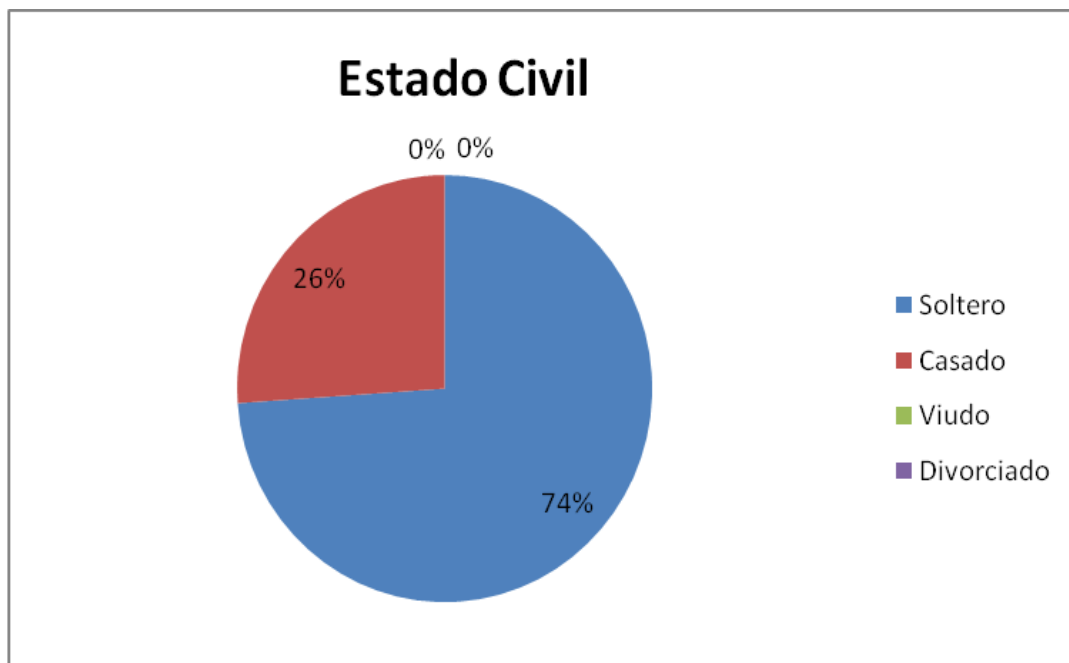
GENERO	
FEMENINO	6
MASCULINO	40



Elaborado por: María José Cevallos

Interpretación: de un total de 46 personas encuestadas, el 87% de integrantes de la barra "Sur Oscura Quito", corresponden al género masculino y el 13% al género femenino.

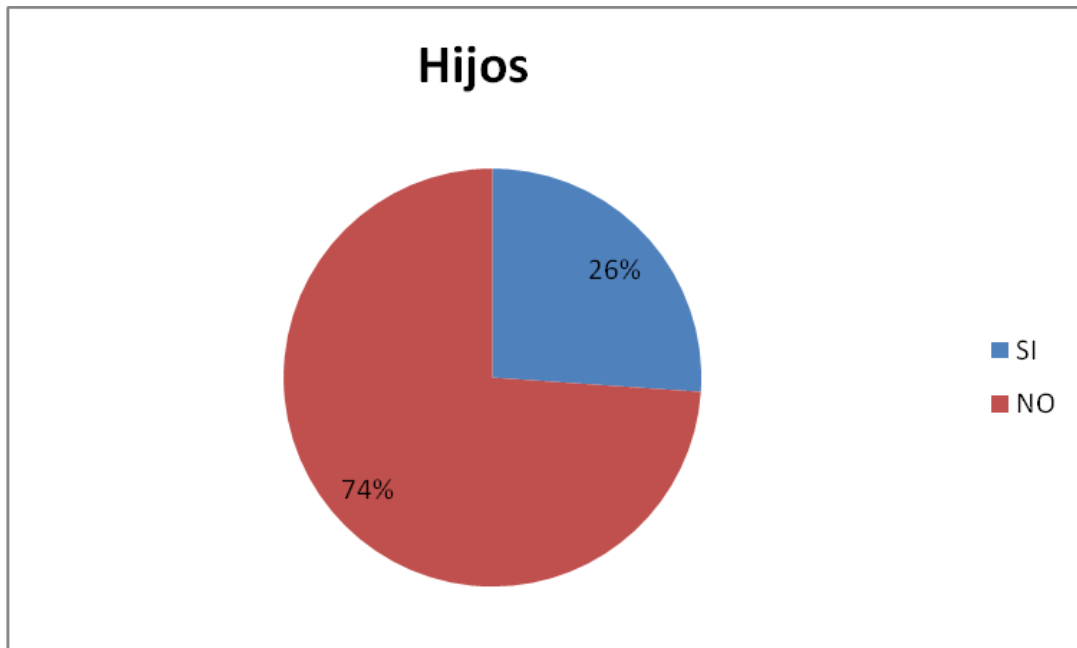
ESTADO CIVIL	
Soltero	34
Casado	12
Viudo	0
Divorciado	0



Elaborado por: María José Cevallos

Interpretación: de un total de 46 personas encuestadas, el 74% afirma ser soltero, el 26% casado y no existen personas viudas o divorciadas.

Hijos	
SI	12
NO	34

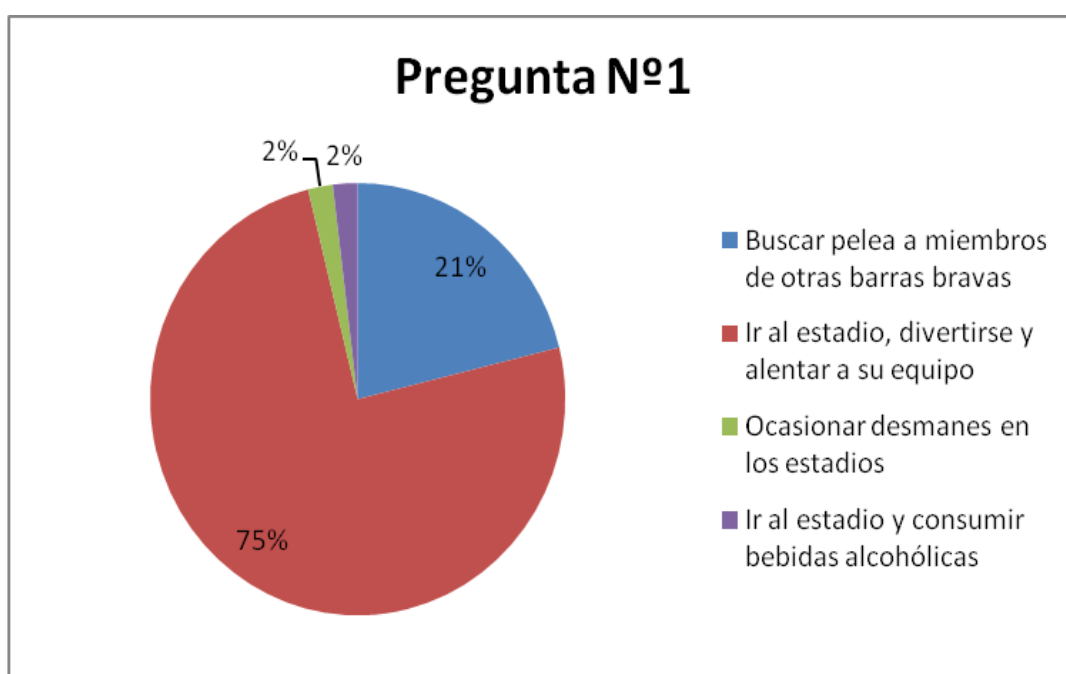


Elaborado por: María José Cevallos

Interpretación: de un total de 46 personas encuestadas, el 74% no tiene hijos y el 26% afirma tenerlos.

1. ¿Cuál es el rol principal que debe desempeñar el miembro de una barra brava?

Buscar pelea a miembros de otras barras bravas	11
Ir al estadio, divertirse y alentar a su equipo	39
Ocasionar desmanes en los estadios	1
Ir al estadio y consumir bebidas alcohólicas	1

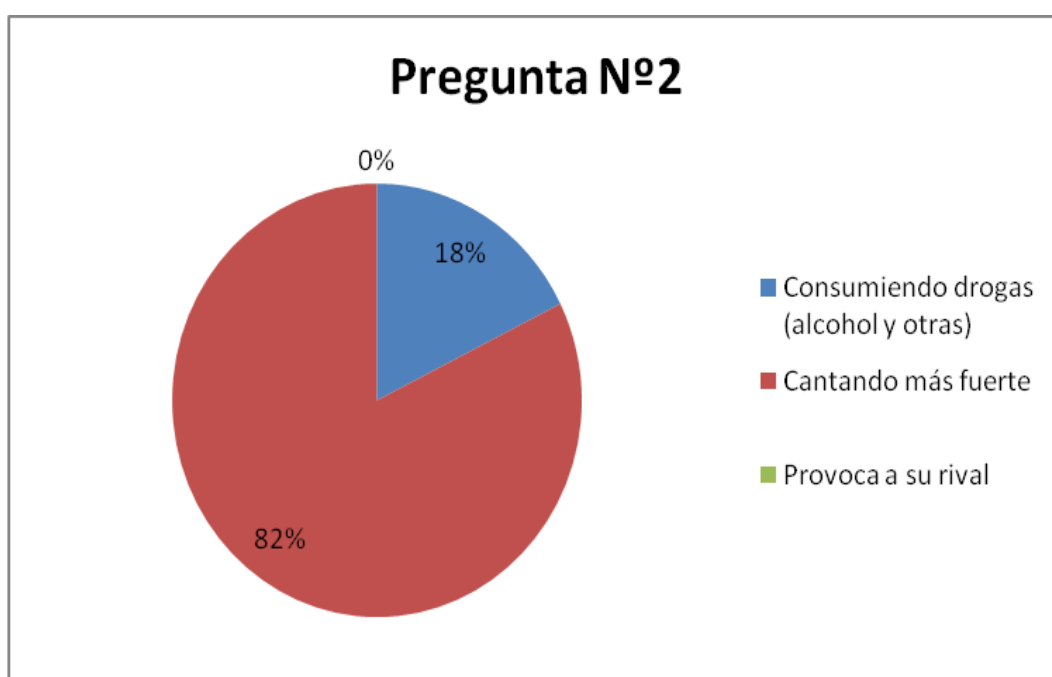


Elaborado por: María José Cevallos

Interpretación: de un total de 46 personas encuestadas, el 75% afirma que el rol principal de un barra brava es ir al estadio, divertirse y alentar a su equipo; el 26% dice que es buscar pelea a miembros de otras barras bravas; el 2% ocasionar desmanes en los estadios y el 2% ir al estadio y consumir bebidas alcohólicas.

2. ¿Cómo demuestra usted la satisfacción que siente al ver ganar a su equipo?

Consumiendo drogas (alcohol y otras)	9
Cantando más fuerte	42
Provoca a su rival	0

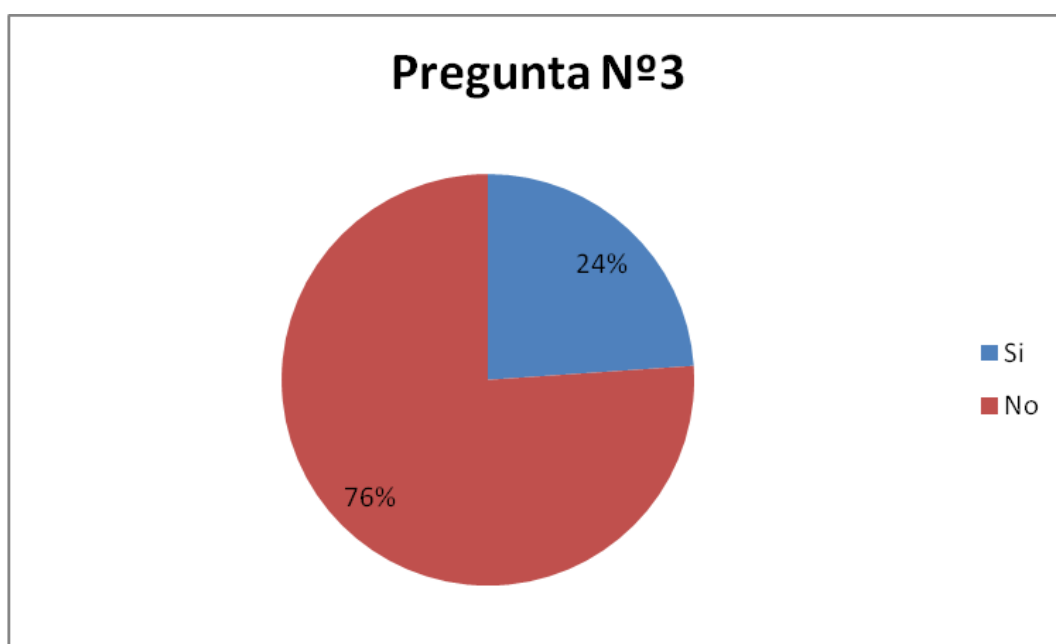


Elaborado por: María José Cevallos

Interpretación: de un total de 46 personas encuestadas, el 82% dice que canta más fuerte cuando su equipo está ganando; el 18% asegura consumir drogas como alcohol y otras y el 0% provoca a su rival.

3. En su vida diaria ¿Se considera una persona violenta?

Si	11
No	35

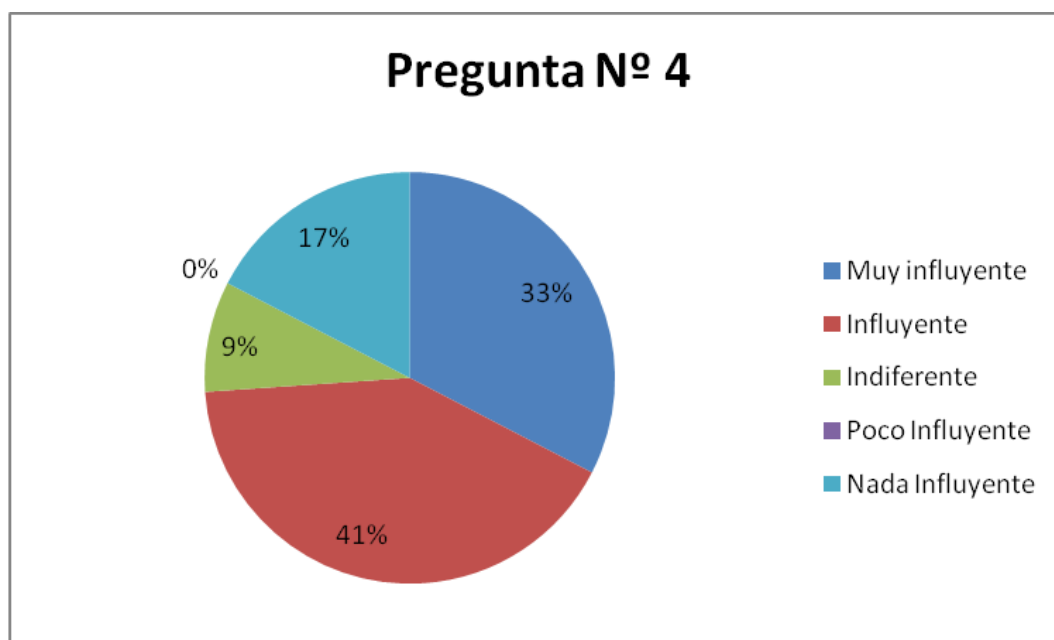


Elaborado por: María José Cevallos

Interpretación: de un total de 46 personas encuestadas, el 76% no se considera una persona violenta en su vida diaria, mientras que el 24% dice que sí lo es.

4. ¿Cómo cree usted que pertenecer a una barra brava, influye en tener un comportamiento violento?

Muy influyente	15
Influyente	19
Indiferente	4
Poco Influyente	0
Nada Influyente	8

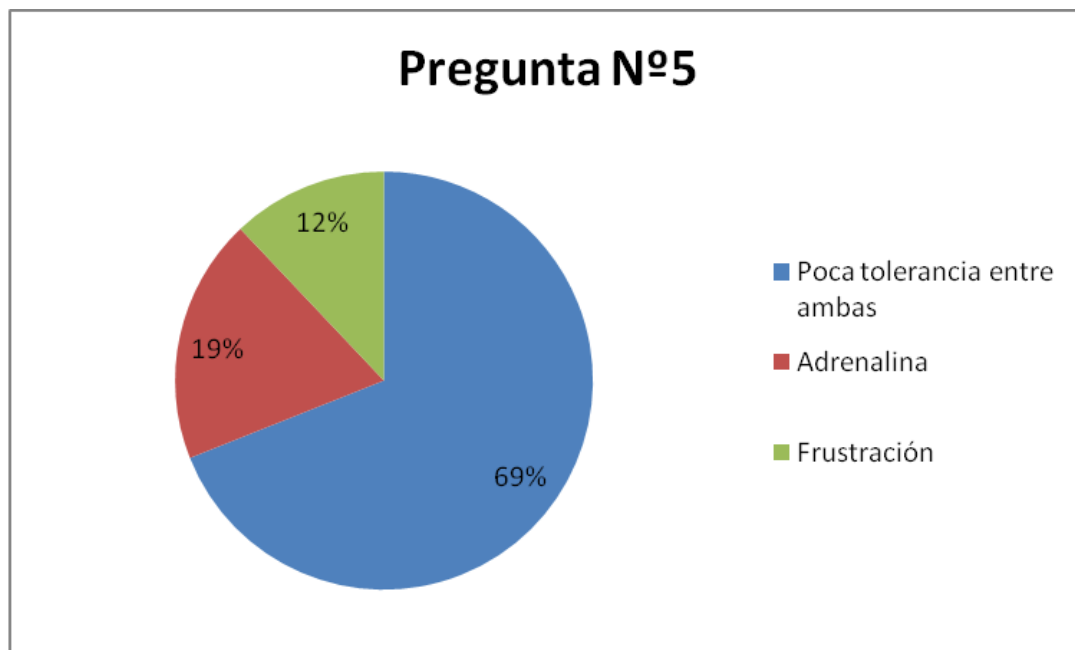


Elaborado por: María José Cevallos

Interpretación: de un total de 46 personas encuestadas, el 41% dice que el pertenecer a una barra es influyente; el 33% asegura que es muy influyente; para el 17% es nada influyente; según el 9% es indiferente y para el 0% es poco influyente.

5. ¿Por qué razones cree usted que se produce la violencia entre las barras bravas?

Poca tolerancia entre ambas	40
Adrenalina	11
Frustración	7

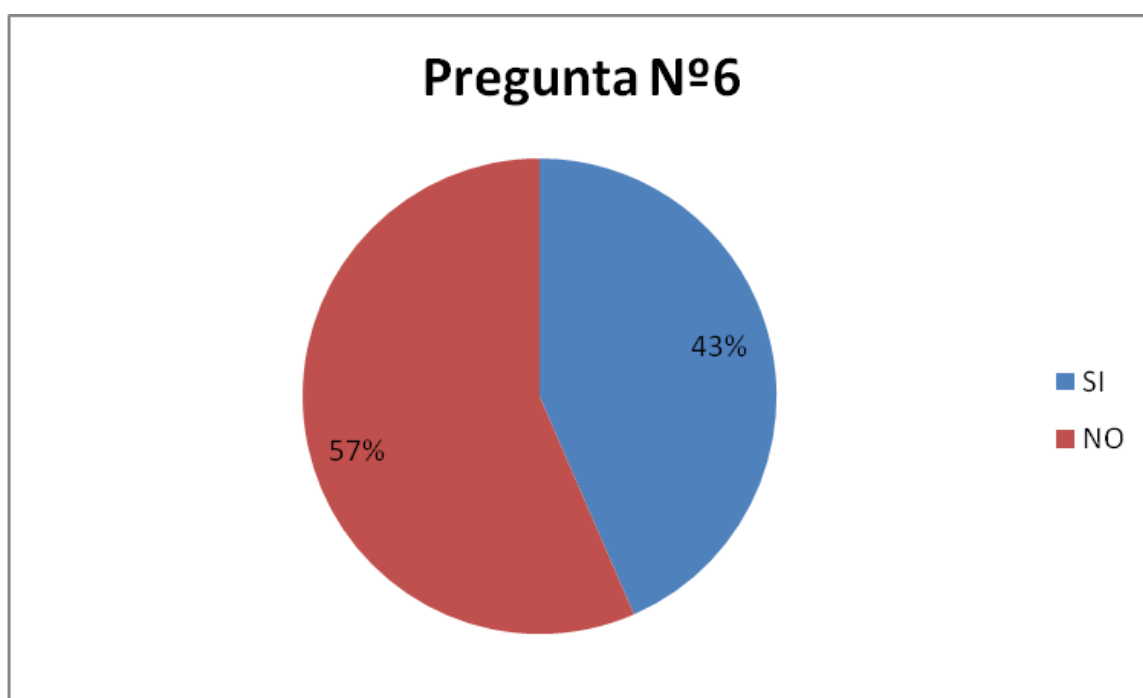


Elaborado por: María José Cevallos

Interpretación: de un total de 46 personas encuestadas, el 69% dice que la razón por la que se produce la violencia entre barras bravas, es debido a la poca tolerancia entre ambas; el 19% dice que es debido a la adrenalina y el 12% por frustración.

6. ¿Evita usted, provocaciones de las otras barras bravas?

SI	20
NO	26

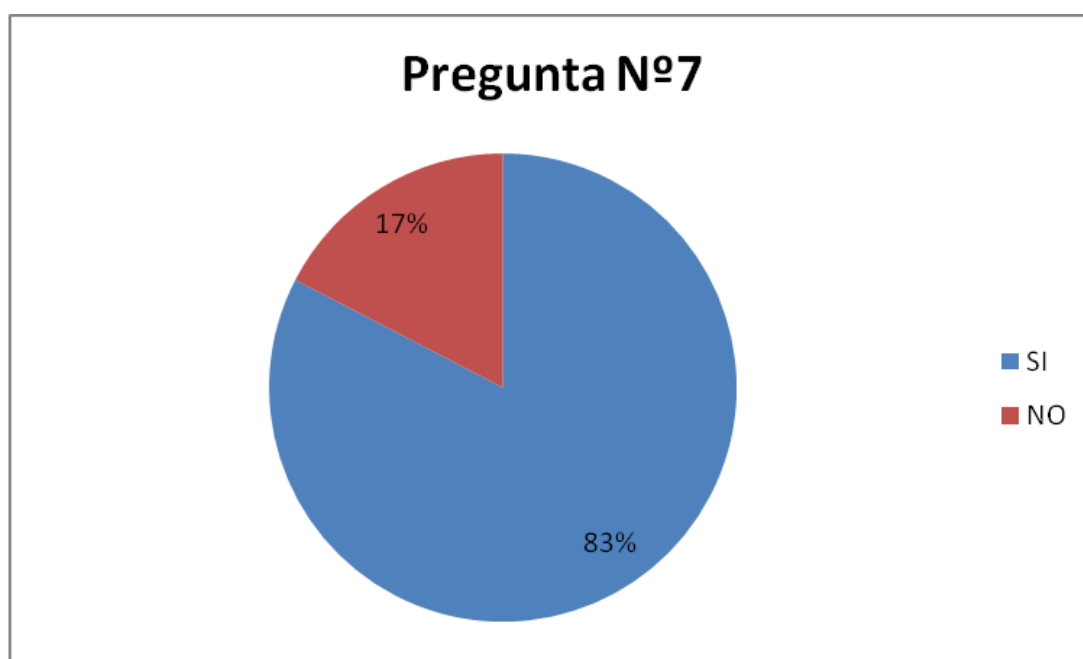


Elaborado por: María José Cevallos

Interpretación: de un total de 46 personas encuestadas, el 57% dice no evitar provocaciones de otras barras bravas, mientras que el 43% dice sí hacerlo.

7. ¿Cree usted que el consumo de drogas estimula a tener un comportamiento violento?

SI	38
NO	8

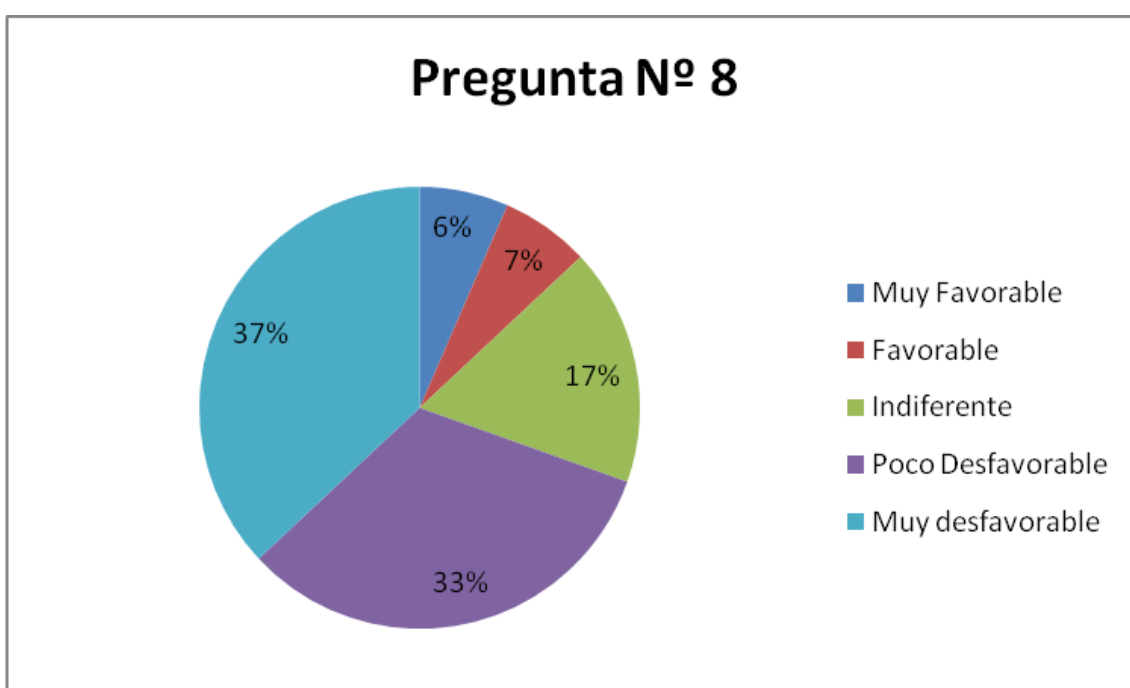


Elaborado por: María José Cevallos

Interpretación: de un total de 46 personas encuestadas, el 83% cree que el consumo de drogas estimula a tener un comportamiento violento, mientras que el 17% no lo cree.

8. ¿Qué tipo de opinión cree usted; que tiene la sociedad, de la Sur Oscura Quito; debido a los constantes desmanes que han ocasionado?

Muy Favorable	3
Favorable	3
Indiferente	8
Poco Desfavorable	15
Muy desfavorable	17

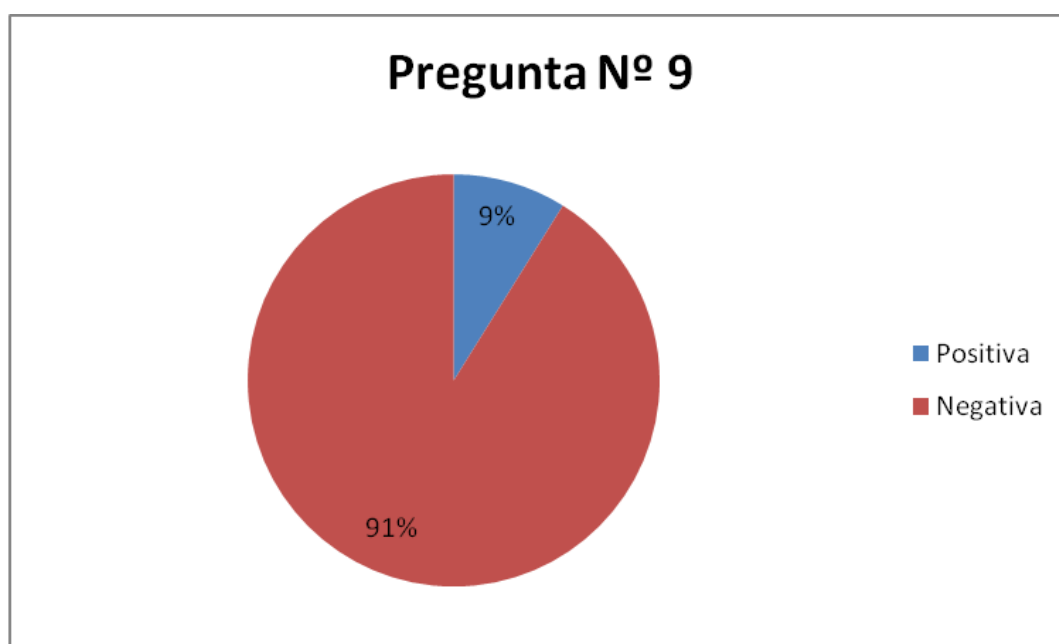


Elaborado por: María José Cevallos

Interpretación: de un total de 46 personas encuestadas, el 37% cree que la sociedad tiene una opinión muy desfavorable de la “Sur Oscura Quito”; el 33% dice es poco desfavorable; el 17% que es indiferente; el 7% que es favorable y para el 6% es muy favorable.

9. ¿Qué tipo de imagen cree usted que tiene la Sur Oscura en la sociedad?

Positiva	4
Negativa	42

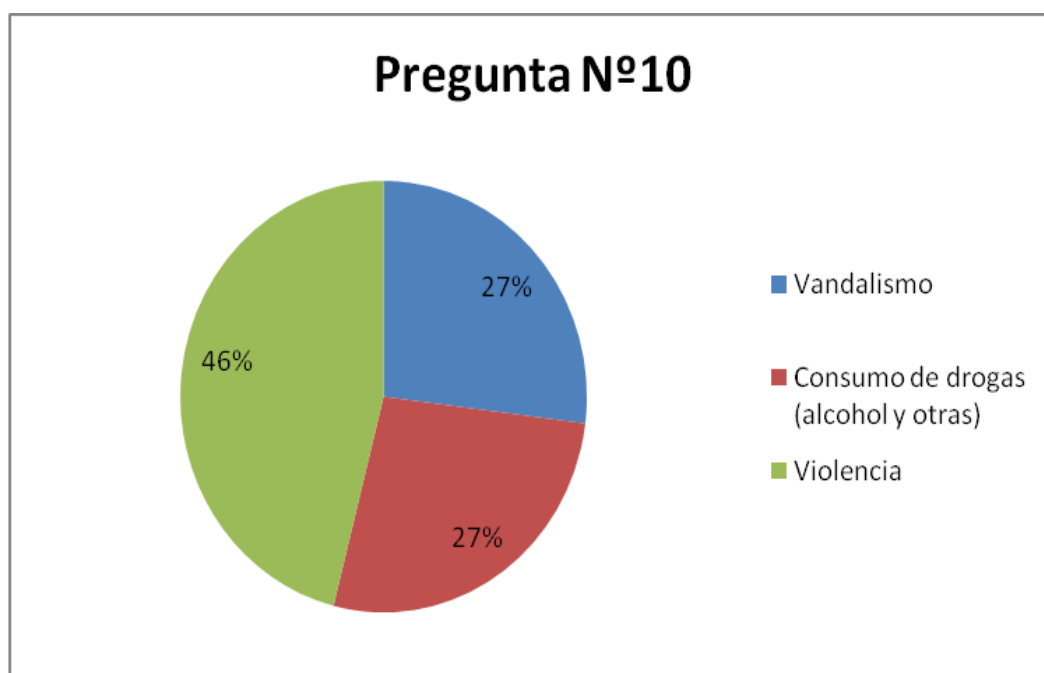


Elaborado por: María José Cevallos

Interpretación: de un total de 46 personas encuestadas, el 91% piensa que la imagen que tiene la Sur Oscura en la sociedad es negativa; mientras para el 9% es positiva.

10. ¿Qué aspectos son los que afectan la imagen de la barra a la que usted pertenece?

Vandalismo	17
Consumo de drogas (alcohol y otras)	17
Violencia	29

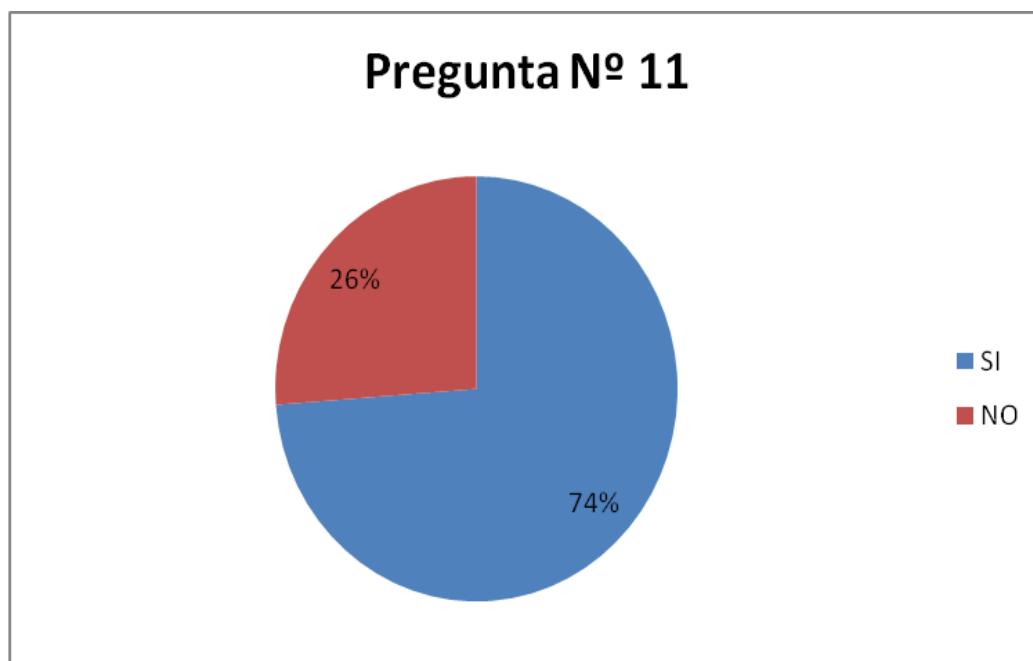


Elaborado por: María José Cevallos

Interpretación: de un total de 46 personas encuestadas, para el 46% la violencia afecta la imagen de la Sur Oscura; para el 27% es el vandalismo y para el otro 27% es debido al consumo de drogas.

11. ¿Le gustaría cambiar esa imagen negativa, a una más favorable?

SI	31
NO	11

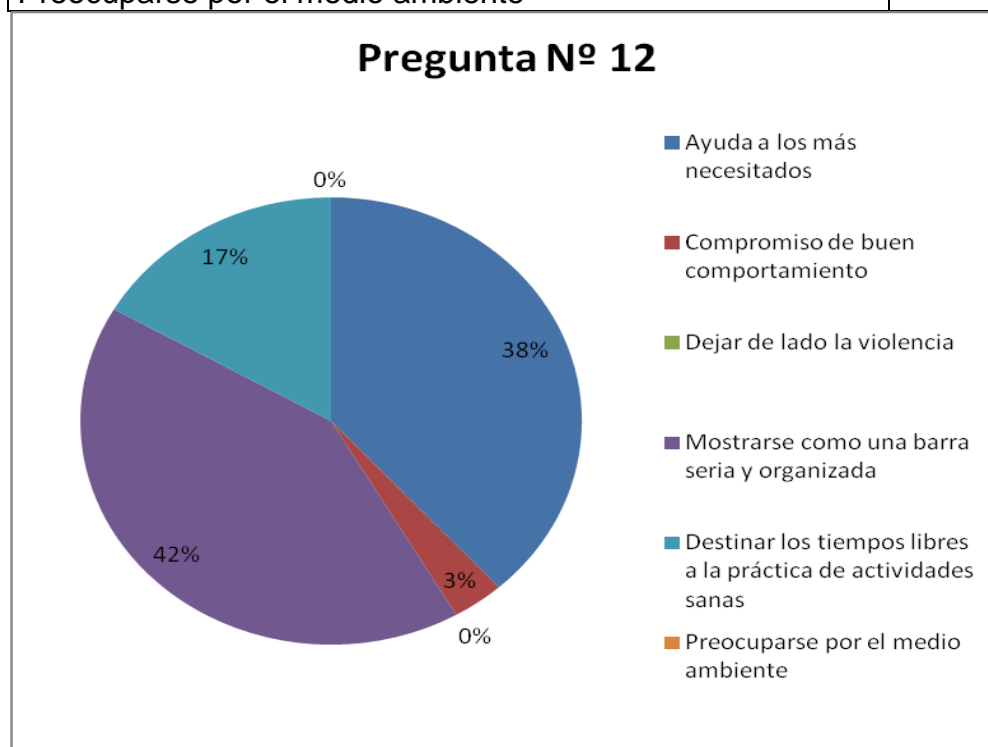


Elaborado por: María José Cevallos

Interpretación: de un total de 46 personas encuestadas, al 74% le gustaría cambiar su imagen, mientras que al 26% no le gustaría.

12. ¿Qué actividades le gustaría realizar para mejorar la imagen de la barra?

Ayuda a los más necesitados	23
Compromiso de buen comportamiento	2
Dejar de lado la violencia	0
Mostrarse como una barra seria y organizada	25
Destinar los tiempos libres a la práctica de actividades sanas	10
Preocuparse por el medio ambiente	0

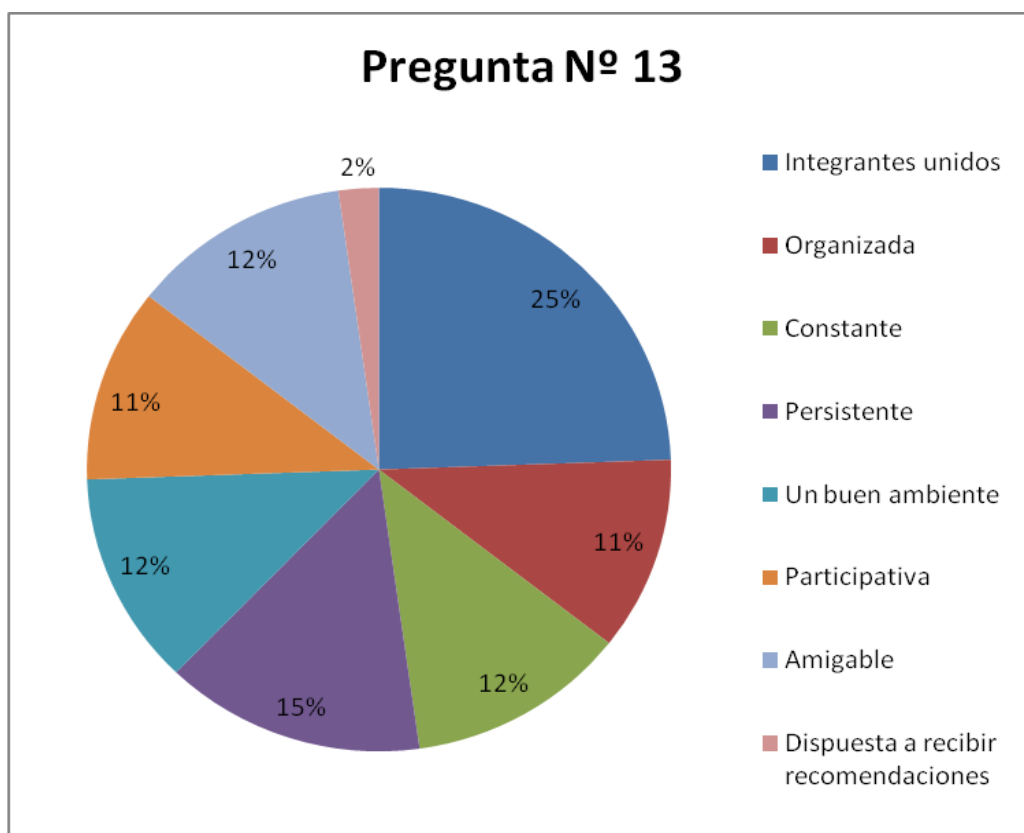


Elaborado por: María José Cevallos

Interpretación: de un total de 46 personas encuestadas, al 42% le gustaría mostrarse como una barra seria y organizada; al 38% ayudar a los más necesitados; al 17% le gustaría destinar los tiempos libres a la práctica de actividades sanas; al 3% le gustaría hacer un compromiso de buen comportamiento; al 0% le gustaría dejar de lado la violencia y al 0% preocuparse por el medio ambiente.

13. ¿Qué características le atribuiría usted a la S.O?

Integrantes unidos	22
Organizada	10
Constante	11
Persistente	13
Un buen ambiente	11
Participativa	10
Amigable	11
Dispuesta a recibir recomendaciones	2

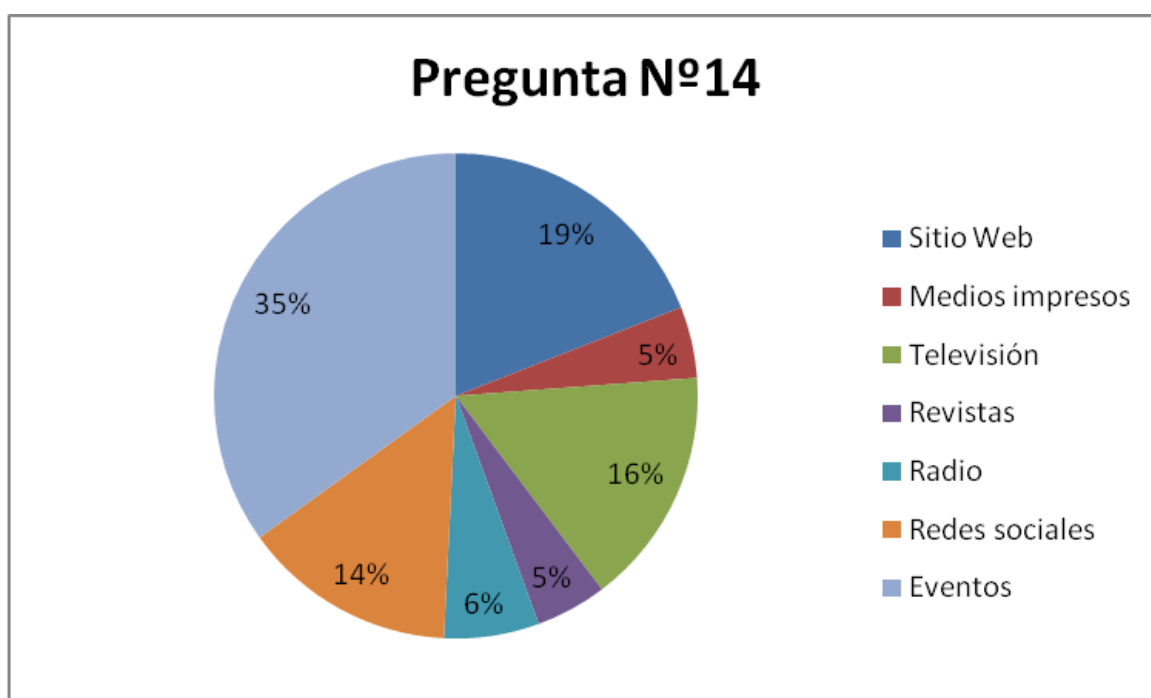


Elaborado por: María José Cevallos

Interpretación: de un total de 46 personas encuestadas, el 25% le atribuye la característica de tener integrantes unidos; el 15% dice que es una barra persistente; el 12% coincide con que es constante; el otro 12% dice que tiene un buen ambiente; el 12% dice ser amigable, mientras que el 2% está dispuesta a recibir recomendaciones.

14. Indique con una x ¿Cómo le gustaría dar a conocer a la sociedad el cambio de imagen que en un futuro se lograría?

Sitio Web	12
Medios impresos	3
Televisión	10
Revistas	3
Radio	4
Redes sociales	9
Eventos	22



Elaborado por: María José Cevallos

Interpretación: de un total de 46 personas encuestadas, al 35% le gustaría realizar eventos para dar a conocer el cambio de imagen que en un futuro tendrían; al 19% le gustaría utilizar el sitio web; al 16% la televisión; al 14% las redes sociales; al 6% la radio; al 5% revistas y al 5% restante medios impresos.

3.10 Conclusiones de la Investigación

3.10.1 Encuestas.-

La barra brava Sur Oscura Quito, está integrada en su mayoría por jóvenes y adultos jóvenes en edades comprendidas entre de 16 y 34 años. El género masculino es el que predomina frente al femenino debido a su mayor pasión por el fútbol. En su generalidad no tienen hijos y son solteros.

Este grupo conoce muy bien cuál es la labor que tiene un integrante de una barra brava; disfrutar del partido y alentar a su equipo, pero hay quienes la confunden con otras que no les corresponde pero que sí las practican.

La investigación arroja resultados que nos dan la idea que estos jóvenes ponen a su equipo por sobre todas las cosas, incluso frente al consumo de drogas y a la violencia por la que son conocidos.

Normalmente dicen no ser personas violentas lo que nos da a entender que el grupo influye mucho en su comportamiento agresivo. La agresividad que muestran no es único problema de esta barra brava sino de todas, que al no tener tolerancia combinado con la adrenalina, reaccionan violentamente hacia su rival.

La adrenalina también puede ser causante de no evitar provocaciones y reaccionar ante estas.

Quizá por experiencia propia, estos jóvenes afirman en su mayoría que por medio de las drogas se puede tener un comportamiento violento y como en los estadios siempre se lo hace, puede ser un detonante constante de la violencia.

Todos los enfrentamientos y violencia que ha causado este grupo, han tenido sus repercusiones en la sociedad, tomando así una actitud negativa hacia ellos. Conscientes de la mala imagen que ha proyectado esta barra, sus integrantes están en su mayoría dispuestos a cambiarla; ayudando a los más necesitados, destinando sus horas libres en la práctica de deportes con el fin de mostrarse como una barra seria, organizada y preocupada por los demás.

Además sería importante destacar sus características como: la unidad entre sus miembros, su sentido de persistencia, constancia, sociabilidad, participación y organización.

Pese a estar de acuerdo con colaborar para las encuestas, es un grupo al que no le agrada recibir recomendaciones de otras personas.

Para dar a conocer su cambio de imagen les gustaría utilizar los siguientes medios: organización de eventos; lo cual podría ser combinado con otro aspecto que dio como resultado en la investigación, como es ayudar a los más necesitados, otro medio sería la página web que tienen, la televisión y las redes sociales que actualmente son muy utilizadas.

3.10.2 Entrevistas

Entrevista N° 1

La entrevista se efectuó el día Martes 10 de Enero de 2012, al Licenciado Gustavo Villacreces, Director de Deportes de Radio Quito.

Los medios de comunicación frente a este fenómeno de violencia que se está viviendo en el fútbol ecuatoriano tienen parte de culpa, ya que hace tiempo se presentaban programas de debate entre barras lo que acentuó la rivalidad entre estas pero actualmente ya no se los presenta, por lo contrario ahora se critica y rechaza los actos violentos que se dan en los estadios y fuera de ellos. Los más culpables en este problema son los dirigentes del fútbol ecuatoriano y de los clubes ya que se les fue de las manos. Para que los hinchas asistan a los partidos les regalaban entradas a los jefes de estas barras, quienes en su mayoría las vendían, así es como empezaron a obtener dinero fácil y se han acostumbrado a esta actividad, ahora piensan que es una obligación de los directivos colaborarles de tal forma.

Las leyes tampoco colaboran con la eliminación de este problema, la Fiscalía, la Intendencia no han hecho nada, existen varias pruebas pero por falla de estas no se ha podido juzgar a los culpables y se han seguido suscitando estos actos lamentables.

Todos los medios, sensacionalistas o no, han repudiado la violencia, apoyan varias campañas en contra de ésta en los estadios. Se habla de frenarla, jugadores destacados del fútbol dan mensajes de paz, pero no es suficiente.

Este tema interesa a los medios para poder transmitir noticias, muchos al querer tener la primicia han informado sin tener fundamentos, pero hay otros que sí se demoran un poco más para poder llegar a la verdad. Esto puede quitar credibilidad a algunos medios que se adelantan a las investigaciones y pueden equivocarse.

La violencia generada por estos grupos ha causado que los medios los llamen violentos ya que eso es lo que son, existen peleas entre rivales frecuentemente y ha habido hasta muertes que han quedado en la impunidad por culpa de la justicia.

En el caso de que las barras estén dispuestas a cambiar sus conductas agresivas, serían bien vistas por los medios, el primer paso es aceptar su culpabilidad, luego demostrar con hechos el cambio que han tenido y por último mantenerse en su ideología para que los medios los puedan ayudar.

Entrevista Nº 2

La entrevista se efectuó el día Miércoles 24 de Agosto de 2011 a la Señora Sandra Cevallos; Doctora en Psicorehabilitación y Educación Especial, en las inmediaciones del Colegio Nuevo Mundo.

Las conductas agresivas pueden ser aprendidas, el medio en el cual se desenvuelve el niño puede ser influyente y más si se trata de personas cercanas. Él aprenderá a comportarse como se portan las personas adultas que se encuentran a su alrededor, también puede ser como un método de

defensa que utiliza el niño cuando algo le molesta y se expresa a través de la agresividad.

La televisión es otro medio por el que el niño puede imitar la violencia, un niño pequeño no puede darse cuenta de lo que está bien o mal, entonces por esta razón es necesario que exista un control de sus padres para que le expliquen cuando está viendo algún programa violento y le direccionen, caso contrario él lo confundirá con la realidad.

Es importante que los niños eviten lugares que pueden influirlo a comportarse violentamente como por ejemplo: los estadios, donde las personas son agresivas, ingieren drogas. Al ver esto un niño pensará que es normal.

No siempre las conductas son aprendidas, en otros casos los niños pueden tener algún síndrome que se manifieste con agresividad. Los padres deben estar atentos cuando un niño es agresivo, hay que buscar las causas conversando con él pero cuando no basta la conversación se debe buscar ayuda profesional.

Para corregir la agresividad no es recomendable los golpes ya que se está siendo contradictorio, enseñarle a no pegar con golpes no es lo correcto, hay que enseñarle a resolver los problemas pacíficamente, conversando y dando a conocer sus sentimientos para que el agresor entienda el por qué no debe comportarse así con él.

Todas las vivencias y experiencias que un niño haya tenido influirán en su adultez y en esta etapa de su vida pueden aparecer los problemas.

Entrevista N°3

La entrevista se efectuó el día Viernes 27 de Agosto de 2011 al Doctor Marco Dávila, Director de la Campaña Vivamos Las Fiestas en Paz.

La violencia es causada en ciertas ocasiones por el consumo de drogas legales e ilegales que actúan en el cuerpo haciéndolo perder la conciencia y voluntad.

Las barras bravas no son necesariamente lugares donde se puede adquirir adicciones, dentro de estas puede haber personas adictas, que encuentran en las barras bravas un lugar abierto para consumir o para conseguir las drogas.

Los jóvenes al querer pertenecer a un grupo pueden iniciar su consumo en las barras bravas ya que en esta edad les interesa mucho pertenecer a los diferentes grupos, pero también influye en el tipo de personalidad que tenga el joven.

El consumo de drogas se puede iniciar por problemas en los hogares, existen también personas que tienen fisiológicamente hablando, predisposición al consumo depende también, de la formación que haya recibido en su hogar y la información que tenga sobre este problema.

Para erradicar este problema, se debería prohibir el expendio de éstas y posteriormente ejercer un control y el endurecimiento de las leyes, ya que drogas como el alcohol pueden conducir a la búsqueda de drogas más fuertes y así causar una adicción.

Entrevista N°4

La entrevista se efectuó el día Sábado 29 de Octubre de 2011, a la madre de un integrante de una barra brava de la Ciudad de Quito.

Es fácil identificar cuando un joven ingresa a una barra brava ya que sus temas de conversación serán en torno a su pertenencia, además de atravesar por ciertos cambios de comportamiento y de actividades que no estaba acostumbrado a realizar. En algunos casos el ingresar a una barra brava puede influir negativamente en sus integrantes.

CAPÍTULO IV

4. Diseño de un Plan de Relaciones Públicas para analizar los actos violentos de las barras bravas, en buenas acciones, Caso: “Sur Oscura Quito”

4.1 Diagnóstico de la Investigación

Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Existe el conocimiento de sus integrantes del rol principal que deben desempeñar en un estadio. • Conocimiento de la relación existente entre el consumo de drogas y la violencia. • Gran sentido de pertenencia e interés por mejorar la situación de la barra. • Es un grupo unido. 	<ul style="list-style-type: none"> • Apertura de los medios a cubrir buenas noticias. • Lucha constante de la sociedad en contra de la violencia. • Popularidad de la barra a nivel nacional. • Existe una buena predisposición a cambios que mejoren su imagen. • Interés por ayudar a los más necesitados.

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• El grupo influye en los comportamientos agresivos de sus integrantes.• Proyección de una mala imagen.• Realizan actos violentos, vandalismo y consumen drogas.• La Barra no está dispuesta a recibir recomendaciones.	<ul style="list-style-type: none">• Existen otras barras bravas que al igual que ésta son violentas, por lo que no es únicamente problema de la Sur Oscura.• Poca tolerancia entre barras bravas.• Opinión desfavorable de la sociedad hacia la barra.• Constantes provocaciones de otras barras bravas.• Personas violentas ajenas a la barra se ubican en la misma localidad.• No han habido propuestas de cambio de imagen de una barra brava.

Introducción

Una vez realizada la investigación y con los resultados ya listos, se debe empezar a elaborar la propuesta con la que se tratarán de resolver por medio de la aplicación de conocimientos de Relaciones Públicas, datos interesantes que nos proporcionó el FODA realizado; este análisis nos sirve para encontrar tanto aspectos positivos como negativos propios de la organización y de los medios externos. Éstos, podrían causar problemas o ser aprovechados por la misma.

A las fortalezas encontradas que tiene la barra “Sur Oscura Quito”, se las debería reforzar y utilizarlas como una información positiva que se puede divulgar a la opinión pública sobre esta organización.

En cuanto a las oportunidades, es importante saber tomar lo positivo que nos da el medio externo, para así plantear estrategias que nos permitan aprovecharlas y no dejarlas de lado.

No todo en este grupo puede ser bueno o bien aprovechado, también nos vemos con ciertas dificultades que constituyen las debilidades de la barra, éstas se refieren a las carencias o aspectos que el grupo está llevando a cabo de una manera inadecuado. En este caso, nos referimos a la mala imagen que están proyectando debido a los constantes hechos lamentables, de los que la sociedad ha sido testigo. A este problema de imagen se lo tratará de resolver por medio de la aplicación de estrategias de Responsabilidad Social.

Por último al hablar de las amenazas, estamos refiriéndonos a tendencias negativas que se encuentran en el medio y la principal es que vivimos en un mundo lleno de violencia.

4.2 Determinación del Público Objetivo

El presente plan está dirigido a personas con las siguientes características:

- Género: Hombres y mujeres
- Edad: 16 a 37 años
- Ubicación geográfica: Quito-Ecuador
- Nivel socio económico: medio – bajo, medio – alto
- Nivel de Educación: Primaria- Secundaria- Superior
- Intereses en común: Equipo de Fútbol Barcelona Sporting Club

4.3 Objetivo General

Diseñar un plan de Relaciones Públicas para cambiar el accionar que tienen los integrantes de la Barra Brava “Sur Oscura Quito”, por actividades productivas, en el lapso de un año.

4.4 Objetivos específicos

- Informar y concienciar a los integrantes de la Sur Oscura Quito, sobre las consecuencias que tiene el consumo de drogas y la violencia, con respecto a la integridad propia y de los demás, en el lapso de 3 meses.
- Motivar a todos y cada uno de los integrantes de la barra, a desempeñar su rol principal, de hinchas, en los estadios en el lapso de un año
- Influir en el cambio de un comportamiento agresivo, que tienen los integrantes de la Barra Sur Oscura Quito, a uno de tolerancia, en el lapso de un año
- Persuadir a la Sur Oscura Quito, en el mejoramiento de su imagen en la sociedad, en el lapso de un año.

4.5 Desarrollo del Plan de Relaciones Públicas

Continúa en la siguiente página....

Objetivo 1.- Informar y concienciar a los integrantes de la Sur Oscura Quito, sobre las consecuencias que tiene el consumo de drogas y la violencia, con respecto a la integridad propia y de los demás, en el lapso de 3 meses.

Estrategia 1.- Difundir los daños psicológicos, físicos y sociales que tienen las personas cuando consumen drogas y tienen un comportamiento violento.

Táctica	Actividad	Responsable	Coste
1.1 Realización de una campaña informativa sobre el consumo de drogas.	1.1.1 Se convocará a los integrantes de la barra a una reunión, para darles a conocer sobre la campaña que se llevará a cabo. 1.1.2 Se enviará un mensaje a la semana a los celulares de los hinchas con el formato ¿sabías que?; informando sobre los daños que causan las drogas en los seres humanos. (Anexo 5)	Relacionista Dirigentes de la barra	\$150

	<p>1.1.3 En las reuniones periódicas de la barra, se entregará volantes con datos porcentuales e imágenes impactantes de personas que han tenido accidentes o se encuentran enfermos debido al consumo de estas sustancias. (Anexo 6)</p>		
<p>1.2 Organización de un taller vivencial sobre la violencia.</p>	<p>1.2.1 Gestionar el uso de piscinas y canchas sintéticas del Ministerio del Deporte.</p> <p>1.2.2 Gestionar la participación de un sicólogo social de masas.</p> <p>1.2.3 Invitar a participar en el taller, a personas que hayan tenido experiencias negativas propias o cercanas, ocasionadas por la violencia entre</p>	<p>Relacionista</p> <p>Dirigentes de la barra</p>	<p>\$120</p>

	<p>barras bravas.</p> <p>1.2.4 Convocar al taller y posteriormente a una mañana deportiva a los integrantes de la barra.</p>		
1.3 Realización de una dinámica de reflexión.	<p>1.3.1 Gestionar a la Universidad Católica la participación de los estudiantes de psicología, en la dinámica de reflexión y que a ellos les sirva como pasantía.</p> <p>1.3.2 Convocar a un repaso de los cánticos de la barra; en este se realizará el psicodrama.</p> <p>1.3.3 Establecer los papeles que deben desempeñar los participantes: agresor, agredido y observador.</p> <p>1.3.4 Tratar de resolver los conflictos a través de un análisis de sentimientos, por medio de preguntas:</p>	<p>Relacionista</p> <p>Dirigencia de la barra</p>	\$15

	<p>¿cómo te sentiste, Bien o mal? ¿qué es bien, qué es mal?</p> <p>1.3.5 Plantear nuevas propuestas para la resolución de conflictos.</p> <p>1.3.6 Sacar conclusiones de los mismos integrantes de la barra.</p>		
Total			\$285

Estrategia 2.- Exponer las razones de la relación que existe entre las drogas y la violencia.			
Táctica	Actividad	Responsable	Coste
2.1 Organización de una charla informativa.	<p>2.1.1 Gestionar la utilización de la sala de reuniones del Colegio Nuevo Mundo.</p> <p>2.1.2 Gestionar la participación del Doctor Marco Dávila, quien estaría a cargo de la charla.</p> <p>2.1.3 Gestionar al productor Carlos Mora, la realización de un video con imágenes que muestren los destrozos y vandalismo provocado por hinchas que hayan consumido algún tipo de droga.</p>	Relacionista Dirigentes de la barra	\$4

	<p>2.1.3 Convocar a los integrantes de la barra a la charla.</p> <p>2.1.4 Mostrar el video a los asistentes.</p> <p>2.1.5 Explicar la manera en la que las drogas actúan en el cuerpo.</p> <p>2.1.6 Concluir la charla con experiencias de los hinchas.</p>		
Total			\$4

Objetivo 2.- Motivar a todos y cada uno de los integrantes de la barra, a desempeñar su rol principal, de hinchas, en los estadios en el lapso de un año

Estrategia 3.- Crear conciencia sobre el verdadero sentido de la barra a la que pertenecen.

Táctica	Actividad	Responsable	Coste
3.1 Presentación de un video motivador y a la vez reflexivo sobre la barra.	3.1.1 Coordinar una reunión con el productor Carlos Mora, para gestionar la realización del video. 3.1.2 Captar videos de los integrantes de la barra alentando a su equipo y otros causando destrozos en los estadios y en las afueras. 3.1.3 Complementar las imágenes con frases que	Relacionista Dirigentes de la barra	\$35

	<p>permitan: la motivación a ser una barra organizada y la reflexión sobre la violencia.</p> <p>3.1.3 Presentar el video a los integrantes de la barra, el día del aniversario de la misma.</p> <p>3.1.4 Regalar a cada uno, un cd con el video presentado al terminar la demostración.</p>		
<p>3.2 Diseño de gorras y camisetas con mensajes alusivos a su equipo de fútbol.</p>	<p>3.2.1 Informar al grupo sobre la idea de diseñar gorras y camisetas.</p> <p>3.2.2 Gestionar el apoyo de Plásticos San Francisco en la elaboración de estos implementos.</p> <p>3.2.2 Encargar al diseñador, integrante de la barra, la</p>	<p>Relacionista</p> <p>Dirigentes de la barra</p> <p>Diseñador</p> <p>Gráfico</p>	<p>\$10</p>

	<p>realización de varios bocetos de camisetas y gorras.</p> <p>3.2.3 Receptar ideas de los integrantes de la barra para la realización de las camisetas y gorras.</p> <p>3.2.3 Establecer el siguiente parámetro para las creaciones: los mensajes que deben llevar las camisetas deben reafirmar el principal sentido que tiene la Sur Oscura Quito.</p> <p>3.2.4 Convocar a todos los integrantes a una reunión para escoger los mejores modelos.</p> <p>3.2.5 Mandar a confeccionarlos.</p>		
--	--	--	--

<p>3.3 Entrega de volantes a integrantes de la barra, para convocarlos a viajes.</p>	<p>3.3.1 Gestionar con la agencia de Publicidad Maruri, la realización de volantes.</p> <p>3.3.2 Informar sobre: las hojas volantes para convocarlos los tours y los mensajes que estos contienen sobre la verdadera razón de ser de la barra y evitar actos de violencia.</p> <p>3.3.3 Repartir las volantes en las reuniones. (Anexo 7)</p> <p>3.3.4 Entregar una cantidad de volantes a Pasión Amarilla, para que se entregue a las personas que averigüen sobre los tours.</p>	<p>Dirigentes de la barra</p>	<p>\$2</p>
Total			<p>\$47</p>

Objetivo 3.- Influir en el cambio de un comportamiento agresivo, que tienen los integrantes de la Barra Sur Oscura Quito, a uno de tolerancia en el lapso de un año

Estrategia 4.- Promover cambios internos en la organización y funcionamiento de la barra

Táctica	Actividad	Responsable	Coste
4.1 Campaña en contra del consumo de drogas en los estadios.	4.1.1 Gestionar el apoyo de la dirigencia de Barcelona. 4.1.2 Conjuntamente, analizar el tipo de hinchas que necesita el equipo y aquellos que le hacen daño. 4.1.3 Realizar un análisis costo-beneficio; el dinero que gasta el club cuando sus hinchas ocasionan desmanes vs la inversión que tendrán que hacer	Relacionista Dirigencia de la barra	\$60

	<p>para que no lo realicen.</p> <p>4.1.4 Discutir sobre el auspicio de bebidas alcohólicas al club y la equívoca relación de estas con el deporte.</p> <p>4.1.5 Junto con los directivos, establecer prohibiciones y más control para tratar de disminuir el consumo de drogas dentro de los estadios.</p> <p>4.1.6 Dar a conocer las nuevas disposiciones por medio de una carta dirigida a la barra.</p> <p>4.1.7 Dar lectura a ésta en una de las reuniones.</p>		
Total			\$60

Estrategia 5.- Reemplazar algunos aspectos de la barra que evocan a la violencia.

Táctica	Actividad	Responsable	Coste
5.1 Realización de un concurso interno para la creación de nuevas barras.	5.1.1 Establecer las bases del concurso. 5.1.2 Invitar a participar en éste a los integrantes de la Sur Oscura Quito. 5.1.3 Escoger las mejores composiciones después de la exposición de cada una de estas, por parte de sus creadores. 5.1.3 Gestionar a auspiciantes, la donación de premios	Relacionista Dirigentes de la barra	\$55

	<p>para los ganadores.</p> <p>5.1.4 Invitar a un representante de los auspiciantes a la premiación de las tres mejores canciones.</p>		
<p>5.2 Socialización de las nuevas creaciones, por medio de cancioneros.</p>	<p>5.2.1 Elaborar los cancioneros y sacar copias de éstos.</p> <p>5.2.2 Entregarlos a todos los integrantes de la barra para que aprendan las canciones.</p> <p>5.2.3 Vender los cancioneros en los estadios para recaudar fondos para el grupo.</p>	<p>Relacionista</p> <p>Diseñador</p> <p>Gráfico</p> <p>Dirigencia de la barra</p>	<p>\$250</p>
<p>5.3 Coordinación de campeonatos deportivos, por medio de un altavoz en los estadios.</p>	<p>5.3.1 Convocar a la participación de campeonatos de basket, fútbol, ecuavoley en lo partidos de fútbol.</p>	<p>Relacionista</p> <p>Dirigentes de la</p>	<p>\$30</p>

	<p>5.3.2 Entregar una hoja de indicaciones sobre el campeonato a quienes estén interesados.</p> <p>5.3.3 Receptar inscripciones de los equipos un día sábado en una reunión.</p> <p>5.3.4 Inaugurar el campeonato e iniciarlo en las canchas del Ministerio de Deporte.</p> <p>5.3.5 Organizar la ceremonia de clausura de los juegos, con el dinero recaudado de las inscripciones.</p>	barra	
5.4 Desviación de actitudes violentas mediante la implementación de clases de música.	5.4.1 Gestionar a la dirigencia de Barcelona la adquisición de trompetas.	Relacionista Músico	\$12

	<p>5.4.2 Proponer al músico de la barra dictar clases de trompeta.</p> <p>5.4.3 Convocar a los integrantes de la barra a las clases de este instrumento, los días sábados durante las reuniones.</p> <p>5.4.3 Dar a conocer al músico, las barras que se aprenderán a tocar.</p> <p>5.4.4 Iniciar las clases.</p>		
Total			\$347

Estrategia 6.- Establecer parámetros de comportamiento			
Táctica	Actividad	Responsable	Coste
6.1 Reunión importante para cambiar el accionar de la barra.	<p>6.1.1 Realizar una reunión con los dirigentes de la barra.</p> <p>6.1.2 Establecer ciertos lineamientos y aspectos que se deben tomar en cuenta.</p> <p>6.1.3 Convocar a los demás integrantes; la asistencia a esta reunión será de carácter obligatorio.</p> <p>6.1.4 Dar a conocer sobre la idea de cambio de la barra.</p>	Relacionista Dirigentes de la barra	\$00

<p>6.2 Realización de un manual de comportamiento.</p>	<p>6.2.1 Recoger ideas de los integrantes de la barra sobre los comportamientos adecuados que deben tener.</p> <p>6.2.2 Realizar los textos del manual, hacerlos revisar por un corrector de estilo e imprimirlos.</p> <p>6.2.3 Leer las nuevas disposiciones que deben seguir, caso contrario dejarán de pertenecer a la barra.</p> <p>6.2.4 Entregar el manual para que se familiaricen.</p>	<p>Relacionista Dirigentes de la barra</p>	<p>\$46</p>
<p>6.3 Realización de un conversatorio en el que se trate el tema de la seguridad en los estadios.</p>	<p>6.3.1 Invitar a participar en el conversatorio al Ministro de Deportes</p> <p>6.3.2 Solicitar el préstamo del auditorio en el Ministerio</p>	<p>Dirigencia de la barra</p>	<p>\$15</p>

	y los equipos. 6.3.3 Convocar al conversatorio a los hinchas. 6.3.4 Preparar las preguntas. 6.3.5 Llevarlo a cabo.		
Total			\$61

Objetivo 4.- Persuadir a la Sur Oscura Quito, en el mejoramiento de su imagen en la sociedad, en el lapso de un año.

Estrategia 7.- Establecer medidas que afiancen los vínculos de la barra con la sociedad.

Táctica	Actividad	Responsable	Coste
7.1 Creación de una organización legalmente consolidada.	7.1.1 Gestionar la asesoría legal del Abogado Durazno, hinchas de Barcelona y amigo de los integrantes de la barra. 7.1.2 Informar a una integrante de la barra, egresada de la carrera de Derecho, sobre el trabajo que debe realizar junto con el abogado.	Relacionista Dirigencia de la barra Egresada en Derecho	\$500

<p>7.2 Creación de un proyecto para conformar una Fundación.</p>	<p>7.2.1 Realizar una reunión con todos los integrantes de la barra y el abogado para empezar a realizar este proyecto.</p> <p>7.2.2 Recibir todas las sugerencias posibles para la creación de la fundación.</p> <p>7.2.3 Elaborar el proyecto escrito.</p> <p>7.2.4 Concretar reuniones con la dirigencia de Barcelona y otras empresas, para conseguir su apoyo.</p>	<p>Relacionista Integrantes de la barra</p>	<p>\$20</p>
<p>7.3 Planteamiento de actividades de Responsabilidad Social</p>	<p>7.3.1 Implementar una política de responsabilidad social del grupo.</p>	<p>Relacionista Integrantes de</p>	<p>\$50</p>

	<p>7.3.2 Concretar reuniones con los representantes de las organizaciones o empresas en las que se llevará a cabo las actividades.</p> <p>7.3.3 Apoyar a los chicos de Olimpiadas Especiales por medio de barras e instrumentos, cuando compitan.</p> <p>7.3.4 En navidad.- Recoger ropa usada y juguetes para apoyar a la Campaña Da Dignidad.</p> <p>7.3.5 Día de la madre.- visitar a las madres que se encuentran en el Hospital de Solca acompañando a sus hijos, y se les dará una serenata.</p>	la barra	
--	--	----------	--

	<p>7.3.6 Día del niño.- se agasajará a los niños de una escuela de los barrios periféricos de la ciudad de Quito, junto con un jugador de Barcelona.</p> <p>7.3.7 Participar en el Plan de Reforestación del Municipio de Quito.</p>		
<p>7.4 Reunión para presentar las actividades realizadas, a la dirigencia de Barcelona.</p>	<p>7.4.1 Convocar a una reunión a la dirigencia del equipo.</p> <p>7.4.2 Gestionar a Carlos Mora la Realización de una presentación de las actividades por medio de un collage de fotografías y presentarlo en la reunión.</p> <p>7.4.2 Realizar una recopilación de experiencias, por parte de los integrantes de la barra, al finalizar la</p>	<p>Relacionista</p> <p>Integrantes de la barra</p>	<p>\$67</p>

	reunión.		
7.5 Colocación de información en la página web de la barra, sobre las actividades que realizan.	<p>7.5.1 Implementar una sección de noticias de la barra.</p> <p>7.5.2 Informar sobre esta nueva sección por medio de un mensaje que aparecerá al entrar a la página web.</p> <p>7.5.3 Actualizar la información periódicamente.</p>	<p>Relacionista</p> <p>Encargado del manejo de la página web</p>	\$25
7.6 Envío de boletines de prensa a los medios.	<p>7.6.1 Elaborar una agenda de medios.</p> <p>7.6.2 Realizar los boletines.</p> <p>7.6.3 Enviarlos a los espacios de los noticieros dedicados a la comunidad, para informar sobre</p>	<p>Relacionista</p> <p>Dirigencia de la barra</p>	\$5

	las actividades de Responsabilidad Social de la barra. (Anexo 8)		
Total			\$667

4.6 Cronograma

	Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto				Sept.				Octubre				Nov.			
Táctica 1.1	x	x	x	x																																												
Táctica 1.2					x	x																																										
Táctica 1.3									x	x																																						
Táctica 2.1											x	x																																				
Táctica 3.1	x																																															
Táctica 3.2													x	x	x	x																																
Táctica 3.3					x					x				x			x	x					x				x				x				x				x		x		x	x				
Táctica 4.1																	x	x																														
Táctica 5.1																													x	x	x																	
Táctica 5.2			x			x				x				x				x					x				x				x						x											
Táctica 5.3																											x	x	x	x	x	x																
Táctica 5.4			x			x				x				x				x					x				x				x				x				x				x	x				
Táctica 6.1	x	x				x																																										
Táctica 6.2																							x	x	x																							
Táctica 6.3																																																
Táctica 7.1																																																
Táctica 7.2																																																
Táctica 7.3	x					x				x				x				x					x				x				x				x				x				x	x				
Táctica 7.4																															x	x																
Táctica 7.5				x		x				x				x																	x				x				x				x					
Táctica 7.6		x					x				x			x				x									x								x				x				x	x				

4.7 Presupuesto

GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Concepto	Total
Viajes	\$450
Hospedaje	\$30
Alimentación	\$50
Total	\$530

GASTOS OPERATIVOS		
Táctica	Concepto	Total
1.1	Paquete de mensajes y volantes	\$150
1.2	Alquiler del parlantes, micrófonos y refrigerios	\$120
1.3	Transporte y refrigerios de estudiantes	\$15
2.1	Bebidas y transporte	\$4
3.1	Transporte y Cds	\$35
3.2	Transporte e impresiones	\$10
3.3	Transporte	\$2
4.1	Transporte y material de apoyo	\$60
5.1	Transporte alquileres de micrófonos y parlantes	\$55
5.2	Cancioneros	\$250

5.3.	Alquiler de altavoz, copias	\$30
5.4	Transporte y refrigerio	\$12
6.1	Reunión de la barra	\$0
6.2	Manual, impresiones, corrector de estilo	\$46
6.3	Bebidas menaje	\$15
7.1	Transporte, refrigerios, Sociedad Anónima	\$500
7.2	Impresiones del proyecto, transporte	\$20
7.3	Impresiones y transporte	\$50
7.4	Alquiler de espacio, logística	\$67
7.5	Actualización página web	\$25
7.6	Impresiones, boletines de prensa	\$5
Total		\$1471
GASTOS DE INVESTIGACIÓN (6%)		\$120.06
GASTOS DE IMPREVISTOS (10%)		\$212.11
SERVICIOS PROFESIONALES (7%)		\$163.32
PRESUPUESTO FINAL		\$2496.49

*Presupuesto sujeto a cambios

4.8 Matriz de Evaluación

OBJETIVO	TIPO DE OBJETIVO	NIVEL DE EVALUACIÓN	MECANISMO DE EVALUACIÓN	INDICADOR
<ul style="list-style-type: none"> • Informar sobre las consecuencias que tiene el consumo de drogas y la violencia, con respecto a la integridad propia y de los demás, en el lapso de 3 meses. 	<ul style="list-style-type: none"> • Informativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Básico 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de personas que recuerdan el mensaje.

<ul style="list-style-type: none"> • Motivar a desempeñar su rol principal, de hinchas, en los estadios en el lapso de un año. 	<ul style="list-style-type: none"> • Motivacional 	<ul style="list-style-type: none"> • Intermedio 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación 	<ul style="list-style-type: none"> • Número de personas interesadas por lograr un cambio.
<ul style="list-style-type: none"> • Influir en el cambio de un comportamiento agresivo, a uno de tolerancia en el lapso de un año 	<ul style="list-style-type: none"> • Motivacional 	<ul style="list-style-type: none"> • Avanzado 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Resultados porcentuales de personas que han cambiado de actitud.

<ul style="list-style-type: none">• Persuadir en el mejoramiento de la imagen de la barra en la sociedad, en el lapso de un año.	<ul style="list-style-type: none">• De producción	<ul style="list-style-type: none">• Intermedio	<ul style="list-style-type: none">• Sondeo de opinión	<ul style="list-style-type: none">• Número de hinchas que tienen predisposición a participar en las actividades.
--	---	--	---	--

4.9 Conclusiones y Recomendaciones

4.9.1 Conclusiones

- Los grupos de hinchas que antes se comportaban pacíficamente, en la actualidad se han convertido en barras bravas. Se las considera peligrosas debido al comportamiento violento que tienen dentro y fuera de los estadios. Han distorsionado su principal razón de ser, pero sin dejar de lado los fuertes sentimientos hacia su equipo.
- Las Relaciones Públicas al ser tan amplias ayudan a resolver problemas comunicacionales y de imagen en cualquier organización, razón por la cual se las considera tan importantes.
- La comunicación nos permite llegar a todos y cada uno de los públicos objetivos, buscando las mejores maneras de hacerlo. Es por esto que se ha utilizado las distintas herramientas que posee para informar, motivar y persuadir a los miembros de la barra Sur Oscura de Quito, quienes conscientes de los problemas que tienen con la sociedad, desean tener varios cambios.
- Por medio de la investigación realizada, se puede afirmar que entre los miembros de la barra existe el conocimiento y la conciencia de manera en la que ellos actúa no es la correcta

- Lo más importante para lograr un cambio es el compromiso que existe por parte de los integrantes de la barra, quienes al ser un grupo unido desean trabajar conjuntamente para sacar adelante a su organización.
- Para lograr un cambio es necesario el apoyo de organismos gubernamentales y no gubernamentales.
- Cuando la barra Sur Oscura haya logrado un cambio, será aceptada por la sociedad y su imagen se mejorará. Siempre y cuando se mantenga al margen de su compromiso.

4.9.2 Recomendaciones

- Para lograr un cambio en las barras bravas, es necesario llevar a cabo el plan que se ha propuesto.
- Que posterior a este trabajo se sigan realizando campañas de Relaciones Públicas, para ayudar a sectores de la población que son marginados.
- Se recomienda seguir el orden con el que se ha realizado la propuesta ya que cumple con el principio informar, motivar y persuadir; en el tiempo estimado.
- Los integrantes de la barra deberían cumplir con todos los ofrecimientos que realicen, caso contrario perderían credibilidad en la sociedad.

- Aprovechar el compromiso de cambio que tiene la barra ya que esto asegura la realización del plan en su totalidad.
- Conseguir el mayor número de auspiciantes que apoyen las iniciativas de cambio de la barra y mantener buenas relaciones con los medios, ya que gracias a estos la sociedad conocerá las buenas noticias que generen.
- Que este plan y los cambios que tenga la Sur Oscura Quito, sirvan de ejemplo a otras barras que hacen mucho daño a la sociedad.

Bibliografía

- Alabarces, P. (2003). *Futbologías, Fútbol, Identidad y Violencia en América Latina*. Buenos Aires-Argentina: CLACSO.
- Barras Bravas. (2010 14 de Mayo): Blogspot
- Bel, J. (2005). *Comunicar para Crear Valor*. España: Universidad de Navarra
- Benavides, J y Costa, J. (2001). *Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional*. Barcelona-España: Gestión 2000.
- Bernays, E. (1969). *Relaciones Públicas*. Argentina: Troquel.
- Bertelli, C. (2006). *La Violencia en el Fútbol*. Buenos Aires-Argentina: Boabab.
- Black, S. (2001). *ABC de las Relaciones Públicas*. España: Gestión 2000.
- Cerbino, M. (2004). *Pandillas Juveniles; Cultura y Conflicto de la Calle*. Quito-Ecuador: Abya-Yala.
- Costa, P., Pérez, J y Tropea, F.(s/a). *Tribus Urbanas*. Barcelona-España: Paidós Ibérica.
- Coulter, R.(2010). *Administración*. México: Pearson.
- Derf. (2007 16 de Febrero). *Barras Bravas Argentinos le Dan Clases a los Extranjeros*.
- Donoso, M.(1973). *La Violencia en Ecuador*. México: Diógenes.
- Grabia, G. (2009). *La Doce; la Verdadera Historia de la Barra Brava de Boca*. Buenos-Argentina: Sudamericana.

- Gruning, J. y Hunt, T. (2000). Dirección de Relaciones Públicas. España: Gestión 2000.
- Hoyos, P. (2005). Responsabilidad Social y Erradicación del Trabajo Infantil. Ecuador: UNICEF.
- Lattimore, D y Baskin, O. (2007). Relaciones Públicas Profesión y Práctica. México: McGraw- Hill.
- Leiva, F. (2001). Nociones de Metodología de Investigación Científica. Quito-Ecuador.
- Lucas, K. (1998). Apuntes Sobre Fútbol. Quito-Ecuador: Abya-Yala.
- Lutzker, J. (2008). Prevención de Violencia. México: El Manual Moderno.
- Martín, F. (2006). Comunicación Empresarial e Institucional. España: Universitas.
- Mosquera, M., Lera, A y Sánchez, A. (2000). Noviolencia y Deporte. España: Inde.
- Muriel, M. (1980). Comunicación Institucional: Enfoque Social de las Relaciones públicas. Quito-Ecuador: CIESPAL.
- Perlman, D. (1985). Psicología Social. México: Mc Graw-Hill.
- Purisaca, N. (2005). Manual de Oratoria. Lima-Perú: Palomino.
- Ramos, D. (2007). Manual Básico de Comunicación Corporativa. Bogotá-Colombia: San Pablo.
- Responsabilidad Social un Compromiso Integral con la Comunidad. (2010, 29 de Marzo). Quito-Ecuador: El Comercio.
- Ríos, J. (2004). Relaciones Públicas. México: Trillas.

- Seitel, F. (2002). Teoría y Práctica de las Relaciones Públicas. España: Prentice Hall.
- Terminello, O. (2008). De las Tribus a las Maras. Buenos Aires-Argentina: Bonum.
- Vinnai, G. (1978). El Fútbol Como Ideología. México: Siglo Veintiuno.
- Weihrich, H y Koontz, H. (1996). Administración Una Perspectiva Global. México: Mc Graw-Hill.
- Wilcox, D., Cameron, G y Xifra, X. (2006). Relaciones Públicas, Estrategias y Tácticas. Madrid-España: Pearson.

Artículos de periódicos

- Responsabilidad Social un Compromiso Integral con la Comunidad. (2010, 29 De Marzo). El Comercio: Suplemento Comercial.

Entrevistas

- Entrevista a la madre de un integrante de una barra brava, efectuada el 29 de Octubre de 2011.
- Entrevista a Dra. Sandra Cevallos, Directora del Colegio Nuevo Mundo, efectuada el 24 de Agosto de 2011.
- Entrevista realizada al Doctor Marco Dávila, Coordinado de la Campaña Vivamos la Fiesta en Paz, efectuada el 27 de Agosto de 2011.
- Entrevista a Lcdo Gustavo Villacreses, Director de Deportes de Radio Quito, efectuada el 10 de Enero de 2012.

Referencias electrónicas

- Barras Bravas. Historia de la Sur Oscura. Sf. Act 02/12/2011.
<http://lasbarrasbravasenelfutbolecuadoriano.blogspot.com/2007/12/historia-de-la-sur-oscura-barra-oficial.html>
- BBC. Barras Bravas. Sf. Act 12-05-2011.
http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/specials/newsid_4371000/4371158.stm
- Blogspot. Barras Bravas. 05-19-2010. Act 22-11-2011.
<http://barrasbravasmundial.blogspot.com/2010/05/los-del-sur-basrra-brava-del-atletico.html>
- Blogspot. Barras Bravas. 06-02-2010. Act 22-11-2011;
<http://barrasbravasmundial.blogspot.com/2010/06/los-cruzados-barra-brava-de-la-u.html>
- Blogspot. Barras Bravas. 06-08-2010. Act 22-11-2011.
<http://barrasbravasmundial.blogspot.com/2010/06/la-banda-del-parque-central-o.html>
- Blogspot. Barras Bravas. 06-08-2010. Act 22-11-2011;
<http://barrasbravasmundial.blogspot.com/2010/06/la-monumental-barra-de-america.html>
- Blogspot. Barras Bravas. 06-22-2010. Act 22-11-2011.
<http://barrasbravasmundial.blogspot.com/2010/06/biris-norte-es-el-grupo-ultra-del.html>
- Blogspot. Barras Bravas. 06-28-2010. Act 22-11-2011.
<http://barrasbravasmundial.blogspot.com/2010/06/la-caterva-barra-brava-del-peñarol-de.html>

- Blogspot. Barras Bravas. 07-22-2010. Act 22-11-2011.
<http://barrasbravasmundial.blogspot.com/2011/07/garra-blanca-barrabrava-de-chile.html>
- Blogspot. Barras Bravas. 07-24-2011. Act 22-11-2011.
<http://barrasbravasmundial.blogspot.com/2011/07/ultras-sur-es-un-grupo-ultra-del-real.html>
- Blogspot. Barras Bravas. 08-06-2011. Act 22-11-2011.
<http://barrasbravasmundial.blogspot.com>
- Blogspot. Barras Bravas. 08-06-2011. Act 22-11-2011.
<http://barrasbravasmundial.blogspot.com/2011/08/irriducibli-ultras-del-ss-lazio-de.html>
- Blogspot. Barras Bravas. 08-06-2011. Act 22-11-2011.
<http://www.barrasbravasmundial.blogspot.com/2011/03/general-de-gremio-la-torcida-del-gremio.html>
- Blogspot. Barras Bravas. 11-13-2010. Act 22-11-2011.
<http://barrasbravasmundial.blogspot.com/2010/11/la-barra-ultra-tuza-pachuca-mexico.html>
- Blogspot. Barras Bravas. Act 22-11-2011.
<http://barrasbravasmundial.blogspot.com/2011/08/schickeria-munchen-ultras-bayern-munich.html>;
- Blogspot. Barras Bravas.05-14-2010. Act 22-11-2011.
<http://barrasbravasmundial.blogspot.com/2010/05/comando-sur-barrabrava-de-alianza-lima.html>

- Blogspot. Barras Bravas.07-22-2011. Act 22-11-2011.
<http://barrasbravasmundial.blogspot.com/2011/07/trinchera-nrte-barrabrava-de-peru.html>
- Boca del Pozo. Sf. Act 04-12-2011.
<http://www.labocadelpozo.com/page.php?4>
- Derf. Barras Bravas Argentinos le Dan Clases a los Extranjeros.
Argentina: 02-16-2007. Act 15-10-2011.
http://www.derf.com.ar/despachos.asp?cod_des=131422&ID_Seccion=31.com
- Fútbol y Pasión. Muerte Blanca. Sf. Act 04/12/2011.
<http://www.futbolypasion.com/hinchadas-barras-sudamericanas/muerte-blanca/historia-de-muerte-blanca/>
- Henry Cuji. Ministro Presentó Varias Reformas Penales. Ecuador: 20-03-2012. Act 19-09-2012. <http://www.ultimasnoticias.com/noticias/7783-ley-antiviolenca-no-existe.html>
- Últimas Noticias. Ley Antiviolenca. Ecuador: 16-03-2012. Act 19-09-2012. <http://www.ultimasnoticias.com/noticias/7783-ley-antiviolenca-no-existe.html>

ANEXOS

Anexo 1. Entrevista efectuada al Licenciado Gustavo Villacreses, Director de Deportes de Radio Quito.

1. Frente a los hechos violentos que han provocado las barras bravas en nuestro país. ¿Cuál ha sido la labor de los medios de comunicación?

Los medios de comunicación en este país, han sido los principales promotores en atacar todo tipo de violencia que ha existido en el fútbol a través de las diferentes barras, por lo que se puede decir que son los menos culpables de lo que sucede con éstas.

El problema de la violencia, lamentablemente, se le fue de las manos a la dirigencia del fútbol ecuatoriano y a los directivos de los equipos de nuestro país, ya que les mal acostumbraron a las barras bravas a recibir entradas gratuitas. Muchas veces éstas las venden entre sus hinchas, es como darles plata en efectivo, o en ciertas ocasiones los jefes les entregan gratis a los demás del grupo. Esto ha causado que en la actualidad, creen que tienen la obligación de pedir entradas e incluso amenazan si es que no les dan.

Cada vez vemos que las barras bravas están tomando un poder como en Argentina; donde éstas manejan a los dirigentes por medio del temor y la violencia y es casi imposible lograr un diálogo porque no están en sus cinco sentidos, resulta que están o drogados o que han tomado demasiado.

Pero no se puede deslindar de toda responsabilidad a los medios de comunicación, ya que antes existían muchos programas en los que se invitaba a los hinchas y se hacía una especie de duelo, en seguida actuaban violentamente en contra de la otra barra gritando e insultándolas. Actualmente

ya casi no existe ese tipo de programas, pero cuando hubo les falló sin querer por dar un espacio a los hinchas.

2. ¿Cree usted que en nuestro país los periodistas deportivos cumplen con uno de sus principios que es el de educar, o simplemente se dedican a transmitir noticias?

Hay todo tipo de medios de comunicación, los serios; que saben orientar la información y los sensacionalistas que se basan en hechos de crónica roja para generar noticias y vender. Pero sensacionalistas o no, todos tienen el objetivo de atacar a las barras bravas para que no exista este tipo de violencia.

3. Cierta Información que emiten los medios de comunicación es apresurada y sin fundamentos. ¿Por qué razón cree usted que sucede esto?

Se sigue cayendo en el tema de las primicias; hay muchos medios que no se informan bien y emiten noticias apresuradas, pero también hay otros que se demoran un poco más para poder orientar a la opinión pública. Un buen periodista debe indagar e investigar para poder emitir una noticia.

Con respecto al tema de las barras bravas, no importa quién lanzó primero una piedra o quién lo hizo después, al final los medios llegan a la misma conclusión, que la culpa de la violencia en los estadios es de las barras en el país. Cuando se dio la muerte de David Erazo todos los medios estuvieron unificados, informando medio mal o después bien, pero a la larga la conclusión es que conforme avanzan las investigaciones no la socapan, la pregunta es dónde está la policía que no ha dado con la persona, dónde están las leyes que no han dado con la persona, eso más nos preocupa a nosotros sinceramente.

4. ¿Cree usted que los medios de comunicación han ayudado a estereotipar de violentos a los integrantes de las barras bravas?

Y es que no hay como tratarles de otra manera, después de un partido Liga - Barcelona yo tuve un poco de denuncias de la gente, que les fueron destruyendo cabinas telefónicas a dos cuadras del estadio de liga. Hay personas inocentes que capaz ese día ni fueron al fútbol, que estaba en su negocio, pero fueron afectados por los destrozos.

El otro día, estábamos a unas tres cuadras del Estadio Ponciano y la Barra Sur Oscura le buscaba a un hincha de Liga para pegarle, eran cincuenta contra uno, la policía tuvo que intervenir. Este problema no sólo se da en este sentido sino que también los de la liga les hacen lo mismo a los de la Sur Oscura cuando pueden, en Quito o en Guayaquil. Los del Quito, la Mafia Azul y Grana les hacen lo mismo a los de Liga y los de Liga les hacen lo mismo a los del Quito.

Se dice que lo de David Erazo es una venganza, antes este joven se había portado mal, que había una confusión era a otro hincha al que le debían matar. En todo caso hay violencia alrededor. Los medios, reitero, no cubren esto, nosotros hemos organizado paneles con los padres de David Erazo, para ver si esto ha avanzado. Damos y machacamos a cada rato para que no haya violencia antes de cada partido, pero las consecuencias se siguen repitiendo, en el fondo el problema está en las leyes y en los directivos.

5. ¿Los medios de comunicación estarían dispuestos a ayudar a mejorar la imagen de estos jóvenes transmitiendo a la sociedad buenas acciones que ellos logren realizar?

Los medios de comunicación hemos apoyado en lo que hemos podido para que exista paz en el fútbol difundiendo información. Hay mensajes de Saritama, de Edgardo Bauza, de Potro Figueroa, de gente representativa en el fútbol que dicen no a la violencia e invitan a disfrutar del fútbol.

También nos hemos unido a la campaña de SERPAJ. Hacemos llamados a la ciudadanía para que por favor pare la violencia, pero no para, hay drogadicción, alcohol, mala justicia, mala dirección; entonces el problema es más de fondo, yo creo que los medios de comunicación solo cumplen con su trabajo a la medida de sus posibilidades.

6. Por ejemplo ¿En el caso que alguna barra brava quiera cambiar y mejorar su imagen, ustedes estarían dispuestos a cubrir las informaciones y las noticias que ellos emitan?

Por supuesto que sí. Si ellos están dispuestos a cambiar su imagen, los medios obvio que tenemos que estar ayudando para mostrar cómo lo están haciendo. Si la gente está buscando en qué trabajar, los hinchas dejan de reñirse entre sí, los líderes dejan de llevar navajas a los estadios, dejan de fumar, hacen en épocas de navidad una campaña bonita a favor de los niños pobres. Cómo no vamos a difundir eso, nosotros estamos dispuestos a colaborar pero también tiene que haber, por parte de las barras bravas, el compromiso para nosotros poder defenderlos, pero si ellos no cambian nosotros no podemos hacer nada.

Anexo 2 Entrevista efectuada a la Doctora Sandra Cevallos, Directora del Colegio Nuevo Mundo, institución particular de la Ciudad de Quito

1. Sandra, la agresividad en los niños, ¿es una conducta que se aprende?

Yo creo que sí, muchas veces el entorno familiar o escolar en el que se desenvuelve el niño, puede generar una incidencia; de manera que el niño aprende esas conductas agresivas.

Si los padres se tratan mal, utilizan palabras inadecuadas, si tratan a otras personas de manera incorrecta; pueden ser un ejemplo para el niño y aprenderá de esas conductas que observa y que vivencia a diario.

2. ¿Por qué otras razones se puede dar la agresividad infantil?

Los niños pueden utilizar a la agresividad como una forma de defenderse de algún malestar que le genere el medio.

También existen algunos síndromes que vienen con una connotación agresiva ya determinada. Un niño que tiene déficit atencional con hiperactividad y que por esto presenta conductas inapropiadas, puede ocasionar agresividad generada por impulsividad. Hay otros síndromes que presentan ciertos grados de agresividad. Cuando hay desórdenes de personalidad también puede haber agresividad que no es aprendida sino que se van desarrollando en su vida.

3. ¿Sabemos que la televisión es otro medio por el que los niños pueden aprender a ser agresivos. ¿Cómo se puede controlar esto? o ¿es importante suspender esta actividad?

Yo pienso que se debe evitar al máximo el contacto del niño con actividades agresivas.

Los medios son bastante agresivos, no tienen un rigor, sino que presentan cualquier cosa; muchas veces completamente inapropiadas para un niño.

Yo sí creo que los padres deben ejercer un control, la responsabilidad más que del niño es del padre y si finalmente le permite ver video juegos violentos o programas de televisión agresivos, deben estar acompañados de un adulto para que les expliquen lo que están viendo. Se debe aclarar lo que es ficticio y lo real ya que muchas veces se confunden y convierten toda esa fantasía de los video juegos y la televisión en realidad.

4. Otra actividad que les gusta a los niños, es ver el fútbol por ejemplo. ¿Cree usted que es recomendable que un niño vaya a un estadio?

Yo sinceramente creo que así como está visto el ambiente de los estadios donde los jóvenes se desgañitan, tiran piedras, se golpean, fuman, beben; se acercan mucho a conductas de riesgo. Entonces es un poco como exponerles a éstas, no solamente van a causar agresividad en el niño, sino que le van a generar otro tipo de conductas inapropiadas aprendidas como por ejemplo: el creer que el beber es normal y que se relaciona con el juego.

Tal vez se debería llevar a los estadios a los niños cuando no sean tan pequeños y tenga un poco más de criterio como para darse cuenta de lo que es apropiado y lo que no lo es.

5. ¿Qué se debe hacer cuando un niño es agresivo?

Lo primero es buscar las causas de la agresividad, por qué se están produciendo estas conductas inapropiadas en el niño. En ciertas ocasiones se puede corregir solamente a través de la conversación, contándole que no es la manera de dirigirse hacia el medio porque sus iguales y otras personas adultas van a rechazar la agresividad. Pero hay niños para los que no es suficiente la conversación y requieren de un apoyo profesional, entonces se remite donde un psicólogo clínico que profundiza las causas y las trabaja tratando de resolver el problema.

6. Muchos padres corrigen a sus hijos con golpes ¿Es esta la mejor forma de hacerlo?

No, sería reforzar la agresividad del niño y por lo tanto se vuelve un círculo vicioso. Si se corrige con golpes, esa agresividad se reproducirá porque le genera malestar, el golpe es algo que hiera mucho al ser en lo profundo, marca demasiado en el inconsciente. Es preferible trabajar con la palabra hablada, ¿por qué estas haciendo eso? ¿por qué no debes hacer eso? Qué mejor que darle alternativas que salgan también del niño.

7. ¿Entonces enseñarle al niño a actuar pasivamente puede ser una manera de enseñarle a resolver los problemas sin violencia?

Yo pienso que un niño nunca tiene que ser pasivo, debe ser una persona a la que se le deje dar su opinión. Permitirle que de alternativas de resolución de problemas no es ser pasivo, es ser activo en la resolución de éstos.

Se les debe guiar a actuar sin violencia, esto no significa que se deje pegar sino enseñarle al niño a expresarse y decir no me pegues porque a mi eso no me gusta, porque cuando tú me pegas yo me siento de tal forma, es decir, se le debe permitir hablar, decir sus sentimientos y manejarlos.

Entonces pasivamente no es la forma, actuar pacíficamente sí lo es; buscando los consensos, el diálogo, decir lo que uno siente.

8. Si no se corrige a tiempo la agresividad ¿Cree usted que podría influir en su adultez?

Yo creo que sí puede influir. Las cosas que nosotros enseñamos a nuestros hijos cuando son pequeños, marcan mucho su vida porque forman su personalidad hasta cumplir máximo los siete años de edad y todas las experiencias que hayan tenido van a marcarlos, no quiere decir que se van a quedar así para siempre con esa personalidad buena o no tan buena, pueden tener la posibilidad de recibir estímulos muy positivos en las primera etapas de su vida y eso marcarles positivamente, pero también pueden tener lo contrario, una gran influencia negativa y esto tenga una repercusión tremenda y definitiva en la vida adulta, de pareja, personal y profesional. Una serie de consecuencias que sí pueden traer el no intervenir a tiempo.

Anexo 3 Entrevista efectuada al Doctor Marco Dávila, coordinador de la Campaña Vivamos las Fiestas en Paz.

1. ¿Las drogas incitan a la violencia?

Definitivamente sí, cualquier tipo de droga, ya sean legales o ilegales, lo que hacen en las personas es disminuir el estado de conciencia y la voluntad. Esa disminución que tiene la gente, pueden generar actos de violencia como; agredir a otras personas y hasta en algunos casos a auto agredirse.

2. ¿Una barra brava es un medio donde se puede adquirir alguna adicción fácilmente?

No precisamente la barra, una persona que consume habitualmente drogas, puede encontrar en las barras un espacio de muy fácil acceso al consumo de drogas y la adquisición de éstas. Hay pequeños traficantes que sin ser parte de la barra a lo que se dedican principalmente, es a distribuir drogas a las personas que llegan a estas.

3. ¿Cree usted que el grupo puede influir a consumirlas?

En algunos casos sí, a pesar de que la sicología dice que depende de la personalidad. Cuando uno es adolescente, mucho pesa lo que el grupo dice porque es una edad en la que los adolescentes y los jóvenes quieren estar dentro de éstos y si es que una persona se vincula a un grupo de consumidores de drogas, posiblemente por experimentar, entre en el consumo.

4. ¿Por qué razón cree usted que estos jóvenes se refugian en las drogas?

Hay una serie de cosas que dice la psicología como por ejemplo: problemas dentro de la familia, también una personalidad que puede tender a la adicción; se habla de factores hasta de tipo fisiológico, es decir gente que nace con cierto tipo de predisposición a esto, pero lo que más se ha determinado son dos cosas: la estructura familiar, que tiene que ser una estructura que pueda ser lo suficientemente fuerte como para hacer que un adolescente pueda tomar decisiones y la segunda, que debe recibir una muy buena cantidad de información .

5. Dentro de los estadios, el consumo de drogas se da a vista y paciencia de todos. ¿Qué se debería hacer para controlar este problema?

Bueno, lo que pasa es que los estadios son un espacio de fácil expendio de drogas tanto legales como ilegales.

Lo primero que hay que hacer es desterrar el consumo de drogas legales; es decir hay que prohibir que se ingrese bebidas alcohólicas porque éstas son el principal puente para pasar al consumo de drogas ilegales, a parte de eso, al ser también una droga bastante poderosa, el alcohol disminuye el nivel de conciencia de las personas. En cuanto a las drogas ilegales obviamente que los controles policiales tienen que ser más estrictos, una persona que consume una droga ilegal o que está expendiéndola está cometiendo un delito que es penado por la ley, pero lamentablemente yo diría que en muy pocas ocasiones

las personas que son detectadas vendiendo, repartiendo o entregando drogas son detenidas y llevadas a los juzgados.

La violencia en los estadios no se da porque los hinchas sean violentos sino porque ellos están bajo los efectos de la droga, es decir están disminuidas su conciencia y su voluntad.

Anexo 4 Entrevista efectuada a la madre de un integrante de una barra brava de la Ciudad de Quito

1. ¿Cómo se enteró usted que su hijo había ingresado en la barra?

Él me contaba que se peleaban cuando se encontraban con otras barras. Además a veces llegaba con gas lacrimógeno en la ropa y golpeado.

2. ¿Por qué razón cree usted que se unió a este?

Porque él siempre ha sido hincha de Barcelona, por eso conoció a los de la barra.

3. ¿Qué cambios notó usted en su hijo cuando ingresó a este grupo?

Mi hijo antes pasaba en la casa, era buen estudiante, pero después cambió ya no iba a clases, me mentía y no regresaba a dormir.

4. ¿Cómo cree usted que ha influido en su hijo el pertenecer a una barra brava? Positivamente o negativamente

Negativamente porque hasta dejó de ir al colegio y no lo terminó.

5. ¿Desde que pertenece a esta, ha temido por la seguridad de su hijo?

Siempre que se va al estadio le digo que se cuide. A sus amigos a veces les cogen presos.

Anexo 5 Mensajes de texto

■ MENSAJES DE TEXTO



Anexo 6 Volantes sobre consumo de drogas

VOLANTES

evita una *muerte lenta y dolorosa...*



...el **90%** de los casos
de **CÁNCER de PULMÓN**
ocurre en personas que **FUMAN**

Anexo 7 Volantes de Tours

VOLANTES

**VAMOS TODOS
A ALENTAR AL IDOLO!!!**



**DOMINGO 30 DE OCTUBRE
HORA: 22H00
LUGAR: CC CARACOL
VALOR: 12 USD.**

INFO@TOURTESIS.COM

Anexo 8**BOLETÍN DE PRENSA****La Sur Oscura Quito se toma las instalaciones de SOLCA**

Los integrantes de la Barra Sur Oscura Quito se tomaron las instalaciones del Hospital de SOLCA para agasajar a todas las madres que se encuentran recibiendo tratamiento o acompañando a sus hijos en este duro proceso.

Al ritmo de una serenata cantaron y bailaron. De esta manera estos jóvenes compartieron un momento ameno y lograron dibujar varias sonrisas en los rostros de las madres.

Para concluir con esta actividad y con la satisfacción de haber contribuido en algo a la sociedad, regalaron rosas y se despidieron dando mensajes para que estas mujeres tengan fuerza y puedan afrontar esta enfermedad con valentía.

La Sur Oscura Quito asegura que esta no es ni la primera ni la última actividad que realizan. Próximamente se conocerá más sobre las acciones de Responsabilidad Social que realizarán.

Para más información contactarse al:

Telf: 099011088

e-mail: suroscuraquito@gmail.com