



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**

**PROGRAMA DE POSGRADO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO PARA  
OPTAR POR EL GRADO DE MAGISTER EN COMUNICACIÓN,  
MENCION POLÍTICAS DE DESARROLLO SOCIAL**

**TÍTULO**

**PRÁCTICAS DISCURSIVAS DE LAS BARRAS BRAVAS: SUR  
OSCURA Y BOCA DEL POZO, DE LOS EQUIPOS DE FÚTBOL  
BARCELONA Y EMELEC DE GUAYAQUIL.**

**AUTOR**

**ORDÓÑEZ CASTRO WALTER GILBER**

**DIRECTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

**DRA. ALARCÓN QUIÑÓNEZ ANTONIA LORENA**

**Guayaquil, noviembre 2020**

## REPOSITORIO DE LA SENESCYT

REPOSITORIONACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN			
TÍTULO:	“PRACTICAS DISCURSIVAS DE LAS BARRAS BRAVAS, SUR OSCURA Y BOCA DEL POZO, DE LOS EQUIPOS DE FUTBOL BARCELONA Y EMELEC, DE GUAYAQUIL”		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Walter Gilber Ordoñez Castro		
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN: (apellidos/nombres):	PhD. Antonia Lorena Alarcón Quiñonez		
INSTITUCIÓN:	Universidad de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Facultad de Comunicación Social		
PROGRAMA DE MAESTRÍA:	Maestría en Comunicación Mención en Políticas de Desarrollo Social		
GRADO OBTENIDO:	Magíster en Comunicación Mención en Políticas de Desarrollo Social		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	05 de noviembre de 2020	No. DE PÁGINAS:	87
ÁREAS TEMÁTICAS:	Prácticas discursivas, los aspectos, etnográfico y semiótico de la comunicación		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Prácticas discursivas, barras bravas, comunicación, plan estratégico, cultura, respeto		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):			
<p style="text-align: center;">Las prácticas discursivas</p> <p>La violencia que azota al Ecuador en el ámbito deportivo, tiene como causas visibles las prácticas discursivas de grupos organizados, llamados barras y que, habiendo sido creados para alentar a un determinado club, se han ido desnaturalizando, debido a un distorsionado concepto de rivalidad que, con frecuencia desemboca en actos delincuenciales, llevando a estos colectivos a transformarse en las llamadas barras bravas y que, en nuestro país, tiene como mayores a: la Sur Oscura y la Boca del Pozo, identificadas con los equipos Barcelona y Emelec, respectivamente y sobre las cuales, versa el presente estudio.</p> <p>Los efectos nocivos de estas prácticas discursivas, son tan evidentes que desde 2016, no se han realizado partidos con la presencia de ambas parcialidades, como medida preventiva por recomendación de las autoridades que, no ven el marco requerido para garantizar la seguridad, ni dentro, ni fuera, de los recintos deportivos. Analizar este fenómeno, contemplando los aspectos, etnográfico y semiótico de la comunicación, con el fin de diseñar un plan estratégico que permita concientizar a los involucrados, es nuestro objetivo.</p>			

Habiendo aplicado la metodología de Focus Group (grupo focal), mediante cuestionarios de preguntas validadas, formulados a diversos integrantes de las referidas barras bravas, se han obtenido resultados confiables que bien pueden utilizarse, para promover una verdadera cultura en la que prevalezca el respeto, sobre cualquier tipo de manifestación.

ADJUNTO PDF:	SI	NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593 2001755	E-mail: walter.ordonezca@ug.edu.ec
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Magister: Manuel José Mera Cedeño	
	Teléfonos: +393 997696248 - 042937787	
	E-mail: fcs_maestria.comunicacion@ug.edu.ec	

FACULTAD COMUNICACIÓN SOCIAL

PROGRAMA - MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN MENCIÓN EN POLÍTICAS DE DESARROLLO SOCIAL

---

LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS

Yo, Walter Gilber Ordoñez, con C.I. No. 0910371491, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es "PRACTICAS DISCURSIVAS DE LAS BARRAS BRAVAS, SUR OSCURA Y BOCA DEL POZO, DE LOS EQUIPOS DE FUTBOL BARCELONA Y EMELEC, DE GUAYAQUIL" son de mi/nuestra absoluta propiedad y responsabilidad, en conformidad al Artículo 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN\*, autorizo la utilización de una licencia gratuita intransferible, para el uso no comercial de la presente obra a favor de la Universidad de Guayaquil.



---

Walter Gilber Ordoñez Castro

C.I.No. 0910371491

ANEXO V. - CERTIFICADO DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

---

Guayaquil, Octubre 28 de 2020

Mgtr. Saadda Fatuly Adum  
Decana de la Facultad de Comunicación Social  
Universidad de Guayaquil

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación denominada "Prácticas discursivas de las barras bravas: sur oscura y boca del pozo de los equipos de fútbol, Barcelona y Emelec de Guayaquil" del estudiante **Walter Gilber Ordóñez Castro**, de la maestría en Comunicación, mención políticas de desarrollo social, indicando que ha cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento (*opcional según la modalidad*)
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud (firmada), la versión aprobada del trabajo de titulación, el registro de tutorías y la rúbrica de evaluación del trabajo de titulación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que el estudiante está apto para continuar con el proceso.

Atentamente,



Drá. Rocio Alarcón Quiñónez  
DIRECTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN  
C.I. 0906813662

## Document Information

**Analyzed document** URKUND W.O.docx (D84702173)  
**Submitted** 11/10/2020 9:20:00 PM  
**Submitted by**  
**Submitter email** antonia.alarconq@ug.edu.ec  
**Similarity** 3%  
**Analysis address** antonia.alarconq.ug@analysis.orkund.com

## Sources included in the report

<b>SA</b>	<b>UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL / TESIS. DENNISE RAMBAYD BAZÁN.docx</b> Document TESIS. DENNISE RAMBAYD BAZÁN.docx (D80615925) Submitted by: jorge.rubianesm@ug.edu.ec Receiver: jorge.rubianesm.ug@analysis.orkund.com	 4
<b>SA</b>	<b>UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL / URKUND MIRIAN NINA.docx</b> Document URKUND MIRIAN NINA.docx (D79830828) Submitted by: adriana.mendozas@ug.edu.ec Receiver: adriana.mendozas.ug@analysis.orkund.com	 2
<b>SA</b>	<b>UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL / TESIS KJ URKUND.docx</b> Document TESIS KJ URKUND.docx (D64847845) Submitted by: narcisa.contrerasl@ug.edu.ec Receiver: narcisa.contrerasl.ug@analysis.orkund.com	 3
<b>W</b>	URL: <a href="https://core.ac.uk/download/pdf/71903979.pdf">https://core.ac.uk/download/pdf/71903979.pdf</a> Fetched: 6/12/2020 1:08:28 AM	 1
<b>W</b>	URL: <a href="https://docplayer.es/90660183-Facultad-de-comunicacion-social-carrera-de-comunicac...">https://docplayer.es/90660183-Facultad-de-comunicacion-social-carrera-de-comunicac ...</a> Fetched: 12/24/2019 9:21:39 PM	 5



## RESUMEN

### Las prácticas discursivas

La violencia que azota al Ecuador en el ámbito deportivo tiene como causas visibles las prácticas discursivas de grupos organizados, llamados barras y que, habiendo sido creados para alentar a un determinado club, se han ido desnaturalizando debido a un distorsionado concepto de rivalidad que, con frecuencia desemboca en actos delincuenciales, llevando a estos colectivos a transformarse en las llamadas barras bravas y que, en nuestro país tiene como mayores a: la Sur Oscura y la Boca del Pozo, identificadas con los equipos Barcelona y Emelec, respectivamente y sobre las cuales versa el presente estudio.

Los efectos nocivos de estas prácticas discursivas son tan evidentes que, desde 2016 no se han realizado partidos con la presencia de ambas parcialidades, como medida preventiva por recomendación de las autoridades que, no ven el marco requerido para garantizar la seguridad, ni dentro ni fuera, de los recintos deportivos. Analizar este fenómeno contemplando los aspectos, etnográfico y semiótico de la comunicación, con el fin de diseñar un plan estratégico que permita concientizar a los involucrados, es el objetivo.

Habiendo aplicado la metodología de Focus Group (grupo focal), mediante cuestionarios de preguntas validadas, formulados a diversos integrantes de las referidas barras bravas, se han obtenido resultados confiables que bien pueden utilizarse para promover una verdadera cultura en la que prevalezca el respeto, sobre cualquier tipo de manifestación.

**Palabras Claves:** Prácticas discursivas, barras bravas, comunicación, plan estratégico, cultura, respeto

## SUMMARY

### Discursive practices

The visible causes of the violence that plagues Ecuador in the sports field are the discursive practices of organized groups, called bars, which, having been created to encourage a certain club, have been distorted due to a distorted concept of rivalry that, with Frequently leads to criminal acts, leading these groups to transform themselves into the so-called barra bravas and that, in our country has as majors: the Dark South and the Boca del Pozo, identified with the Barcelona and Emelec teams, respectively and on which versa the present study.

The harmful effects of these discursive practices are so evident that, since 2016, there have been no matches with the presence of both biases, as a preventive measure on the recommendation of the authorities who do not see the framework required to guarantee security, neither inside nor outside. of the sports venues. Analyzing this phenomenon contemplating the ethnographic and semiotic aspects of communication, in order to design a strategic plan that allows to raise awareness among those involved, is the objective.

Having applied the Focus Group methodology (focus group), through questionnaires of validated questions, formulated to various members of the referred bars, reliable results have been obtained that can well be used to promote a true culture in which respect prevails, over any type of manifestation.

Keywords: Discursive practices, brave bars, communication, strategic plan, culture, respect

## ÍNDICE

REPOSITORIO DE LA SENESCYT .....	II
RESUMEN.....	V
SUMMARY .....	VII
ÍNDICE.....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XII
ÍNDICE DE ANEXOS .....	XIII
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>1</b>
<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Antecedentes .....	1
1.2. Planteamiento del problema.....	3
1.3. Delimitación del problema.....	5
1.3.1. Formulación del problema.....	6
1.3.2. Sistematización del problema.....	7
1.4. Objetivos.....	8
1.4.1. Objetivo general .....	8
1.4.2. Objetivos específicos .....	8
1.5. Justificación .....	8
1.5.1. Operacionalización de variables.....	10
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>11</b>
<b>2. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>11</b>

2.1.	Antecedentes .....	11
2.2.	Marco contextual .....	14
2.2.1.	La Barra Sur Oscura de Barcelona Sporting Club.....	14
2.2.2.	La Barra Boca del Pozo de Emelec .....	14
2.2.3.	Barras Bravas en Guayaquil .....	15
2.3.	Marco conceptual.....	19
2.3.1.	Comunicación.....	19
2.3.2.	Semiótica .....	21
2.3.3.	Prácticas discursivas .....	22
2.3.4.	Representación de las prácticas discursivas .....	22
2.3.5.	Barras bravas .....	26
2.3.6.	Construcciones culturales .....	28
2.3.7.	Comunicación efectiva .....	29
2.3.8.	Imaginarios sociales .....	30
2.4.	Marco legal .....	32
2.4.1.	Constitución de la República del Ecuador 2008.....	32
2.4.2.	Ley Orgánica de Comunicación 2013 .....	32
2.4.3.	Ley del Deporte, Educación Física y Recreación.....	33
2.4.4.	Código Orgánico Integral Penal 2014 .....	34
2.4.5.	Antecedente normativo futbolístico en Europa .....	35
2.4.6.	Antecedente normativo futbolístico en Latinoamérica.....	38
2.5.	Marco Institucional .....	46
2.5.1.	Barcelona Sporting Club .....	46
2.5.2.	Club Sport Emelec.....	46

<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>48</b>
<b>3. METODOLOGÍA .....</b>	<b>48</b>
3.1. Enfoque de la Investigación.....	48
3.2. Diseño de la investigación .....	49
3.3. Técnica Focus Group .....	49
3.3.1. Validez y Confiabilidad.....	50
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>52</b>
<b>4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....</b>	<b>52</b>
4.1. Análisis de los resultados.....	52
4.1.1. Análisis de entrevistas .....	52
4.1.2. Focus Group .....	53
4.2. Interpretación de datos .....	56
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>58</b>
<b>5. PROPUESTA.....</b>	<b>58</b>
5.1. Tema de la propuesta .....	58
5.2. Justificación .....	58
5.3. Objetivo general.....	59
5.4. Objetivos específicos .....	59
5.5. Descripción de estrategias, tácticas y acciones .....	59
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>70</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>70</b>

RECOMENDACIONES .....	73
BIBLIOGRAFÍA .....	75
ANEXOS .....	77

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Operacionalización de variables</i> .....	10
Tabla 2 <i>Análisis del Focus Group: hinchas de Emelec, barra Boca del Pozo</i> .....	54
Tabla 3 <i>Análisis del Focus Group: hinchas Barcelona, barra Sur Oscura</i> .....	55
Tabla 5 <i>Matriz de Estrategias, Tácticas, Acciones, Indicadores y Objetivo</i> . ....	61
Tabla 6 <i>Matriz de estrategias, tácticas, acciones de Discursivas</i> .....	62
Tabla 7 <i>Matriz de estrategias, tácticas y acciones sociales</i> .....	63
Tabla 8 <i>Presupuesto y Factibilidad Económica</i> . ....	65
Tabla 9 <i>Cronograma estratégico de comunicación</i> . ....	68

## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A. Guía de grupo focal a hinchas de Emelec.....	80
ANEXO B. Guía de grupo focal a hinchas del Barcelona.....	81
ANEXO C. Evidencia fotográfica de Focus Group con barristas de la Boca de Pozo.....	82
ANEXO D. Entrevista a aficionados Profesionales .....	83
ANEXO E. Análisis del Focus Group: hinchas de Emelec, barra Boca del Pozo.....	86
ANEXO F. Análisis del Focus Group: hinchas Barcelona, barra Sur Oscura.....	87

# CAPÍTULO I

## 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Antecedentes

En la actualidad, el estudio de la práctica discursiva ocupa un lugar relevante en el campo de la lingüística y de la comunicación social. Bajo tal contexto es necesario identificar los espacios que están en estrecha relación con las necesidades y demandas de los conglomerados, en este caso las llamadas barras bravas, siendo indispensable investigar sus características pragmáticas, morfosintácticas, léxico-semánticas y proceso evolutivo dentro de esta acción que, pone de manifiesto los modos, usos y apropiaciones de los discursos.

Por ello, analizar las prácticas discursivas empleadas por las barras bravas Sur Oscura y Boca del Pozo, de los clubes deportivos, Barcelona Sporting Club y Club Sport Emelec, de la ciudad de Guayaquil, mediante la utilización de herramientas teórico-metodológicas es el objetivo general de este apartado investigativo que, busca revelar el impacto causado en la opinión pública y particularmente, la acogida mediática de la que gozan con sus respectivas implicaciones.

Estos núcleos y formas de manifestación no son nuevos y más bien son parte de la globalización que, habiendo tenido su origen en Europa, se fueron radicalizando para llegar luego a Sudamérica, entrando por Argentina y de ahí expandiéndose por todo el continente, con adaptaciones propias de la cultura y costumbres de cada país o región.

El precedente histórico de todo se remonta a la Inglaterra de fines del siglo XIX, cuando apareció el término “Hooligan” en alusión a Edward Hooligan, un hombre que vivía al sudeste de Londres que, llevaba una vida desordenada, bebía frecuentemente y era

violento, peleándose con cualquiera sin importar el lugar, provocando riñas especialmente los sábados, días de los partidos de fútbol, razón por la que quedó asociado su apellido con la actividad balompédica y que, con el paso de los años se generalizó. A partir de allí, aquella expresión y sus derivaciones eran sinónimos de vandalismos en los estadios y lugares de concentración, de los hinchas desadaptados.

En Escocia por las décadas de los 70 y 80, aparecieron los “Soccer Casuals”, grupo de amigos que tenían actividades más allá del fútbol. Ellos utilizaban prendas de vestir de marca de diseñadores para no ser detectados al momento de ir a los estadios o ingresar a los bares, donde se transmitían los encuentros de fútbol, siempre con la intención de producir desmanes. Además de dar rienda suelta a su sentimiento anti inglés, el gusto por el alcohol, la identidad masculina malentendida, el comportamiento gregario, el exceso de comida y los cánticos ofensivos y sarcásticos, eran rasgos de su identidad.

Pasando a otra corriente peligrosa que se ha insertado en los últimos años dentro de estos conglomerados, se tiene al racismo y la xenofobia. En España han sido muchos los casos que han ido incluso contra personajes de fama mundial, como el brasileño Dani Alves o el camerunés, Samul Eto’o. Curiosamente en nuestros países iberoamericanos donde casi nadie escapa al mestizaje y la coexistencia multirracial, también se producen agravios de este tipo en los campos deportivos.

Las prácticas discursivas representan un recurso de vital importancia ya que forman parte de las construcciones simbólicas que, influyen en el comportamiento de los diferentes grupos sociales. A su vez, estas varían según el escenario deportivo donde se encuentren, pues al verse directamente condicionados, adoptan representaciones por medio de distintos lenguajes que les permitan distinguirse en el espacio, y así marcar una pauta de su

presencia y expresión de identidad que a veces, puede circunscribirse a un simple símbolo, siendo lo importante que el mensaje dirigido a los demás llegue claro y fuerte.

## **1.2. Planteamiento del problema**

Dentro del contexto actual la participación de los colectivos sociales en el ámbito deportivo se ve reflejada en la construcción de diferentes grupos de apoyo para los equipos, en nuestro caso particular, Barcelona y Emelec que, al margen de su disputa deportiva, generan indirectamente la utilización de los recursos discursivos de manera general, proyectando prioritariamente mensajes de carácter enérgico, capaces de potenciar el sentimiento e incitando al fanatismo desbordante por su club, lo que de por sí, representa un escenario peligroso.

Es innegable que el entorno donde se manifiestan las barras bravas se ve afectado, atentando contra el bienestar del resto del público que, asiste a eventos de este tipo con otro espíritu, perjudicando además a la realización cabal del acontecimiento programado y poniendo riesgo las instalaciones que lo escenifican, además del intangible que abarca la reputación e imagen del club con el que se los vincula.

En la ciudad de Guayaquil existe la relevancia en el ámbito deportivo de: Barcelona Sporting Club y Club Sport Emelec, como respuesta a la tradicionalidad de sus marcas y el desempeño de personajes icónicos en el fútbol, incidiendo incluso en el aspecto cultural y sociológico que cuando son desbordados afectan de manera adversa a la ciudadanía. De hecho las barras bravas que se han auto establecido como fuerzas de choque, al inicio fueron acogidas con beneplácito por tratarse de agrupaciones que contribuirían a la faceta lúdica del fútbol, razón por la que ganaron un grande e inmediato respaldo, mas, se cayó en

la omisión de implementar un marco que permita ejercer un real control sobre estos entes de crecimiento geométrico, seguramente, porque al inicio aportaron para el tinte festivo que acompaña al fútbol y sobre todo, porque se guardaba tolerancia por la preferencia deportiva de cada quien.

Es de carácter esencial establecer políticas o normas que se fundamenten en el bienestar social de los diferentes colectivos humanos, es a donde está direccionado el presente proyecto de investigación. El fútbol es una práctica deportiva que ha repercutido en la creación de grupos colectivos de apoyo a clubes de futbol; demostrándose así el interés de las personas ante esta práctica, destacada como la de mayor popularidad entre las demás disciplinas.

El fanatismo, ha sido la característica implícita entre estas agrupaciones, demostrándose por medio de comparsas, música, juegos pirotécnicos; el problema es que luego ha llegado hasta a las agresiones físicas a miembros de otras barras deportivas. La hipótesis que se hace en este apartado enfatiza en cómo las prácticas discursivas inadecuadas de las barras Sur Oscura y Boca del Pozo en los partidos de futbol, generan un ambiente inestable para los establecimientos y la reputación de la marca a la cual apoyan.

Dentro de las acciones a ejecutar, este estudio pretende diseñar e implementar un plan comunicación que apunte a establecer un entorno de convivencia entre las barras y los aficionados al futbol, procurando un bienestar común. El presente trabajo de investigación consta de la siguiente estructura: Capítulo I, hace el planteamiento del problema: la incidencia de las prácticas discursivas de las denominadas barras bravas, Sur Oscura y Boca del Pozo, en los cotejos futbolísticos de Barcelona y Emelec, en la ciudad de Guayaquil; capítulo II, contempla las concepciones y doctrinas que fundamentan el marco teórico; capítulo III, examina el marco metodológico, es decir las técnicas e instrumentos,

para la recolección de información; capítulo IV, permite explorar, analizar e interpretar los datos para contrastar las variables; y capítulo V, plantea como propuesta el diseñar un plan estratégico de comunicación para propiciar un estado de sana convivencia y crear vínculos entre las barras y la sociedad.

Las congregaciones o agrupaciones sociales que son consecuencia del fanatismo hacia una disciplina deportiva tienen su mayor afluencia dentro del entorno urbano de la ciudad de Guayaquil. Las denominadas barras bravas de Barcelona Sporting Club y Club Sport Emelec, constan de un gran número de personas que emplean diferentes prácticas discursivas en los encuentros deportivos, proyectando un ambiente inestable para el público en general, que el presente estudio científico explora en lo relacionado a sus consecuencias.

### **1.3. Delimitación del problema**

La presente investigación aborda áreas propias del ámbito comunicacional, como la práctica discursiva inherente a la congregación de los colectivos, denominados barras bravas y que se desenvuelven en el medio social, enfocando la problemática de estos grupos identificados con los equipos de fútbol, Barcelona y Emelec.

#### **Datos técnicos: barra brava Sur Oscura del Barcelona Sporting Club.**

<b>Nombre:</b>	Sur Oscura
<b>Data de fundación:</b>	13/09/1995
<b>Club:</b>	Barcelona Sporting Club
<b>Estadio:</b>	Monumental Isidro Romero Carbo
<b>Ciudad:</b>	Guayaquil

**País:** Ecuador

**Región:** América del Sur

**Clásicos:** Club Sport Emelec (Clásico del Astillero)

**Datos técnicos: de la barra brava Boca del Pozo del equipo Club Sport Emelec**

**Nombre:** Boca del Pozo

**Data de fundación:** 25/07/1980

**Club:** Club Sport Emelec

**Estadio:** George Capwell

**Ciudad:** Guayaquil

**País:** Ecuador

**Región:** América del Sur

**Clásicos:** Barcelona Sporting Club (Clásico del Astillero)

**1.3.1. Formulación del problema**

¿Cuáles son las prácticas discursivas de las denominadas barras bravas, Sur Oscura y Boca del Pozo en los duelos futbolísticos escenificados en la ciudad de Guayaquil? y ¿Cuáles son sus efectos y repercusiones?

### **1.3.2. Sistematización del problema**

¿Cómo se analizan los componentes teóricos y conceptuales que relacionan la práctica discursiva con las denominadas barras bravas en los encuentros deportivos?

¿Cuáles serían los elementos técnicos y metodológicos más recurrentes para la investigación y que permitan, explorar la práctica discursiva en las referidas barras bravas, desde un enfoque cualitativo?

¿Por qué en el contexto actual se observa la utilización de la práctica discursiva en los clásicos del Astillero, disputados tanto en el estadio Monumental como Capwell, donde solo hace presencia la barra brava propia?

¿Debido a qué razón las barras bravas ejecutan prácticas discursivas en los clásicos del Astillero, cuando la verdadera razón de estos grupos se supone es alentar equipo propio y no lanzar denuestos al adversario?

¿Qué incidencia tienen las prácticas discursivas como agente incitador al vandalismo, consumo de alcohol, agresiones físicas, racismo y otros desvaríos, al margen de que sean acciones replicadas e imitadas de otros países?

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1. Objetivo general**

Analizar las prácticas discursivas empleadas por las barras bravas, Sur Oscura y Boca del Pozo, identificadas con las instituciones deportivas, Barcelona Sporting Club y Club Sport Emelec, en la ciudad de Guayaquil.

### **1.4.2. Objetivos específicos**

- a) Describir la magnitud mediática que poseen las barras bravas dentro del medio social donde se desenvuelven.
- b) Medir la práctica discursiva desde el punto de vista etnográfico y semiótico, fundamentado en la comunicación verbal y no verbal, de las denominadas barras bravas en los eventos deportivos en los que participan.
- c) Diseñar un plan estratégico de comunicación que permita concientizar y culturizar a los hinchas, bajar los niveles de violencia y recuperar el contenido inicial en las prácticas discursivas de estos grupos, acorde la razón de su origen.

## **1.5. Justificación**

El presente trabajo investigativo acerca del análisis de las prácticas discursivas empleadas por las barras bravas identificadas con los equipos, Barcelona Sporting Club y Club Sport Emelec, en este caso, Sur Oscura y Boca del Pozo, respectivamente, en la ciudad de Guayaquil, se desarrolla en torno a tres ejes fundamentales que son: importancia, relevancia y novedad, para el entorno social en que se desarrolla.

El presente estudio permitirá apreciar la importancia de esta realidad, al poner en análisis el impacto de las prácticas discursivas empleadas por las denominadas barras bravas y la acogida mediática que poseen con sus posteriores ramificaciones.

La relevancia se encuentra en reflejar mediante resultados la repercusión de las acciones discursivas de las barras bravas en los eventos deportivos; y cómo pueden ofrecer una convivencia más tranquila para el público.

El carácter novedoso resalta en apostar por el mejoramiento de la práctica discursiva entre las barras bravas de los equipos deportivos que, polarizan el interés dentro de la ciudad de Guayaquil y casi todo el Ecuador.

### 1.5.1. Operacionalización de variables

**Tabla 1**

*Operacionalización de variables*

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS/INSTRUMENTO
Variable Independiente	“Las prácticas discursivas son la base de las construcciones simbólicas de los individuos, y mediante su análisis podemos acceder a la comprensión que los individuos tienen de la realidad.” (Morell; 2004, p. 2).	Construcciones culturales	Indicador 1: elementos comunicacionales	
Prácticas Discursivas		Imaginarios sociales	Indicador 1: construcción simbólica de los individuos	El Focus Group, como herramienta de estudio cualitativa
Variable Dependiente	“Las barras bravas son el resultado de evolución del hincha, considerado un seguidor pasivo, espontaneo, y entusiasta del equipo (...) En esto los medios de comunicación juegan un rol central porque los visibilizan „propaganda“ y los convierten en actores del futbol „interpelan“.” (Brito cit. a Carrión; 2017, p. 66).	Comportamiento social	Indicador 2: impactos culturales	
Barras bravas		Colectivos de agrupación deportiva	Indicador 3: formación socio – cultural	Bitácora
		Reputación en el medio social	Indicador 2: medios de difusión en el contexto social	

*Elaborado por Autor: Walter Gilber Ordoñez Castro*

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes

El presente trabajo de investigación abarca los siguientes apartados teóricos, acerca de la participación de los colectivos sociales en el ámbito deportivo y la repercusión que posee su práctica discursiva en el entorno social.

- El comportamiento de los individuos se relaciona con el medio donde se desenvuelven.
- El contexto social tiene una influencia permanente dentro de las acciones humanas y por ende involucran al entorno.
- La interrelación comunicativa presenta transformaciones que concurren en hechos contundentes y de opinión pública, originando realidades que van cambiando las estructuras de los sistemas sociales.
- Las acciones de los individuos no pueden ser comprendidas más que con referencia al contexto social en cuyo interior se sitúan, o con mayor exactitud, más que por referencia a la estructura del sistema de interacción en el cual participan. (Costa & Mozejko, 2015, p. 30)

En otras palabras, el colectivo social se expone como un ente dependiente del entorno; cuyo actor principal (individuo) desarrolla su participación dentro de un sistema social crítico y afectado de cualquier tipo de acción que mantenga una repercusión mediática. Asimismo, la interdependencia de los individuos es la premisa para que constituyan entre sí una figuración específica. En un ámbito más delimitado, el trabajo de investigación

sobre la formación de la identidad y tribus urbanas en la juventud: una propuesta practica a través del movimiento Punk; se menciona lo siguiente:

La cultura interviene como nutriente de la identidad: no, por cierto, en términos generales y abstractos, sino en cuanto se condensa en forma de mundos concretos y relativamente delimitados de creencias y practicas propias de nuestros grupos de pertenencia. (González & Giménez; 2015, p. 7)

Si se considera que el desenvolvimiento del hombre en el medio social, siempre podrá ser un aporte cultural en el lugar en que conviva, por lo tanto, es en un potencial agente operante que repercute en el comportamiento y cotidianeidad del resto, lo que llevado a nuestro radio de acción nos da una idea de toda la influencia a la que están expuestos quienes militan en estos grupos organizados, llamados barras bravas.

Siguiendo con estos conglomerados, la interacción entre sujetos propone la capacidad de reconocerse dentro de un entorno, encasillándose en un espacio social definido por cualidades y preferencias en común, de allí, que surge un mecanismo de sociabilidad humana, logrando que el individuo tome el control de sus acciones comunicativas y la adaptación con el entorno social, surgiendo el alto riesgo de que dicho entorno no sea el más favorable y por lo tanto la llamada adaptación sea perjudicial, cayendo en una involución.

Estos grupos inicialmente parecen tener establecido un equilibrio de igualdad de posiciones sociales por medio de sus posibles rasgos de identidad y sobre todo de afinidad. Es decir, cada individuo encuentra varios receptores donde sus mensajes o comportamiento pueden ser decodificados (comprendidos) y aceptados, esperando una armoniosa convivencia (retroalimentación).

En un interesante artículo de carácter científico: Lo simbólico, lo real y lo imaginario en las barras bravas; Una mirada desde Ecuador se manifiesta:

“La probabilidad de la violencia de los espectadores en el contexto del fútbol está probablemente exacerbada por el grado en que los espectadores se identifican con los equipos participantes.” (Brito & Ortiz, 2017, p. 67)

En otro fragmento se señala: “Las barras bravas son el resultado de la evolución del hincha, considerado un seguidor pasivo, espontáneo, y entusiasta del equipo (...) En esto los medios de comunicación juegan un rol central porque los visibilizan como (propaganda) y los convierten en actores del fútbol (interpelan).” (Brito & Carrión, 2017, p. 66)

Esta última interpelación referente a los medios conlleva un profundo y complejo tema que puesto en otra perspectiva, puede incluir hasta conveniencias económicas y políticas.

En todo caso, volviendo a lo prioritariamente discursivo, las actividades realizadas por las agrupaciones de apoyo a los equipos deportivos en Ecuador, o las denominadas barras bravas, con el transcurso del tiempo han adquirido una posición social de carácter violento, debido a su práctica discursiva deliberadamente apasionada y frenética al momento de alentar a su club favorito. El comportamiento del fanático adquiere cambios extremos influenciado por su interés propio y las costumbres o identidades que lo circundan; además, al estar rodeado de un colectivo social de características similares, sus expresiones de una intensa tonalidad temperamental hacen que estas sean seguidas de acciones violentas que repercuten en el sistema socio – cultural al cual pertenecen.

Las formas de intensidad expresivas por las que optan las barras bravas son prácticas comunicativas sujetas a la influencia de sus demás militantes. En el contexto teórico, en relación a las variables, prácticas discursivas y barras bravas se determina lo siguiente:

Según el texto científico: La inmigración como problema: un análisis de las prácticas discursivas de la población autóctona, se menciona que las prácticas discursivas son la base de las construcciones simbólicas de los individuos, y mediante su análisis podemos acceder a la comprensión que los individuos tienen de la realidad. (Morell, 2004, p. 2)

## **2.2. Marco contextual**

### **2.2.1. La Barra Sur Oscura de Barcelona Sporting Club.**

En Guayaquil, el 13 de septiembre del 1995, se crea un grupo de hinchas, denominado Fiebre Amarilla, que acompaña al club a los diferentes escenarios deportivos, bajo el financiamiento del Ing. Isidro Romero. Con el tiempo esta agrupación fue reemplazada por la Sur Oscura y que, conformada por 8 fanáticos, fue registrada en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (I.E.P.I), con alcance a nivel nacional e internacional, poseyendo su ideología de lealtad. Sin embargo, con el paso de los años y ante un sinnúmero de hechos repudiados en los que se ha visto involucrada, muchos medios de comunicación la califican como una agrupación violenta dentro del escenario deportivo.

La Sur Oscura, iniciaría su presencia en el estadio Monumental con un bombo e instrumentos musicales, para alentar al equipo, convirtiéndose de inmediato en el núcleo del corazón de la barra, con un movimiento fiel. En la actualidad la Sur Oscura se encuentra sectorizada con los subgrupos: Abismo Sur, Alma Oscura, Barcerock, El Círculo Siniestro, Las Chuchas de su Madre, Los del Nor-T, Mano Negra, Mar-rock y Sol Sur, recalando que cerca del 80% tienen su membresía societaria en el club.

### **2.2.2. La Barra Boca del Pozo de Emelec**

Se fundó el 25 de julio de 1980, en el sector de la Boca del Pozo, cerro Santa Ana y zonas contiguas; y fue liderada por Giuseppe Cavana. Esta agrupación empezó a visibilizarse en todos los escenarios deportivos del país, en particular, en el estadio Modelo

Guayaquil, hoy llamado Alberto Spencer, pasando a tener su reducto principal en el estadio Capwell tras su reinauguración en 1991, esto en la localidad de la calle Pío Montufar y luego de varios años, en la llamada general de la Av. Quito.

A la barra de Emelec que se la identifica por sus cánticos muy propios del club, desde sus inicios ocasionó actos de confrontación, debido a la necesidad de conquistar un sitio en los estadios, pues el público local los recibía con extrañeza y hostilidad, algo entendible por ser la primera agrupación de este tipo y de gran magnitud en el Ecuador.

El colorido de la Barra Boca del Pozo, sumado al bullicio rítmico que creaba, hacía de su presencia un carnaval futbolero, cuando jugaba Emelec. Sus diversos elementos identificativos, entre ellos: banderas, lienzos, bandoleras y humo de colores, a esto se añadían instrumentos musicales como los bombos y platillos. Sin duda, en sus inicios le dio un distintivo muy especial a los partidos, razón por la que los seguidores del club se sentían representados por ellos, sin embargo a partir del 2015 aproximadamente, las cosas empezaron a cambiar radicalmente.

### **2.2.3. Barras Bravas en Guayaquil**

Los equipos de fútbol se presentan como una atracción mediática muy significativa que, debe ser en la actualidad, la más convocante y con un alto grado aspiracional, especialmente en los niños, despertando un interés que desconoce de todo tipo estratos convirtiéndose en un producto apetecido que lamentablemente no escapa a quienes manejan intereses soterrados, que van desde la política hasta el micro tráfico y que justamente, encuentran en estas barras el caldo de cultivo ideal para actuar en ello.

Esta historia que empezó a entrar en una onda degenerativa a fines de los 80, tuvo una descomposición más rápida y extrema a mediados de los 90, hasta llegar a un punto que se

ha vuelto incontrolable para nuestra fuerza pública un partido entre Barcelona y Emelec, con la presencia de sus respectivas barras bravas. Lo que se inició con ofensas verbales y el lanzamiento de objetos fue agravándose, llegando a daños materiales, actos vandálicos premeditados y agresiones físicas, algunas que derivaron en crímenes y otros actos delictivos, perpetrados muchas veces lejos de los estadios. Sobre estos hechos que en esencia nada tienen que ver con el fútbol, hace más de una década se publicaba el siguiente artículo.

“En el país estaríamos entrando en un cambio histórico: de hinchada a barra brava, donde tres actos violentos muestran este quiebre: primero, en el 2006, en el clásico Emelec y Barcelona, se registraron cuarenta heridos como consecuencia de los enfrentamientos entre grupos violentos de las dos hinchadas y contra las cabinas de transmisión del partido, en el estadio George Capwell. Segundo, en el 2007, Carlos Cedeño, un niño de 11 años e hincha de Emelec, fallece luego de ser impactado por una bengala que salió de la barra de Barcelona, en su estadio. Y tercero, en el 2009, un hincha de Nacional de Quito, fue apuñalado por la barra de Liga de Quito, hasta su muerte, en las inmediaciones del estadio del estadio en Ponciano.” (Carrión, 2012, p.15)

Lo peor de todo es que, aquello que causaba terror quince años atrás, no ha cambiado sustancialmente. Las pugnas ocasionadas en el país por las barras bravas, evidencian un alto nivel de violencia, donde el hincha ha pasado al plano de potencial víctima y el barrista, al de sospechoso victimario. Esta situación, sobre todo en Guayaquil, contradice su cultura, su costumbre, su tradición, porque justamente la creación de Barcelona y Emelec, que se dio en el mismo y popular barrio del Astillero, hizo de la rivalidad deportiva el mayor nexo de amistad, los memoriosos de la ciudad de 50 años atrás, siempre recordarán que la discusión deportiva duraba unos minutos, pero la amistad se fortalecía para el resto de la vida. El llamado Clásico del Astillero, es un patrimonio intangible de

Guayaquil, del Ecuador, que lastimosamente ha sido arrebatado de cierta forma por los propagadores del miedo.

Pero ¿cuál es el mensaje que lleva a los simpatizantes de una institución deportiva a transformarse en fanáticos irreflexivos, así sea solo por unas horas, al calor de las arengas que ellos mismos se auto alimentan, sin importar que se irrespeten todas las consideraciones que en otros ámbitos son tan claras? Se trata de un contenido de estímulo que supuestamente comienza por el amor a un equipo y que en la realidad, logra su punto culminante cuando se expresa en el odio al rival que por supuesto, se personifica en los barristas contrarios, ahora blanco directo de los ataques.

A continuación se reproducen las letras de algunas canciones de los dos equipos de fútbol en estudio, percibiéndose fácilmente en ambos casos cómo se reflejan las mismas prácticas discursivas. Presentando las disculpas del caso, por la intencionalidad de los errores ortográficos y del vocabulario soez que se utiliza en el recurrente “aliento” que reciben los llamados quipos del Astillero, aquí hacemos la transcripción.

Letras de las canciones de la barra brava Sur Oscura e hinchada del Barcelona Sporting Club de Ecuador.

**Barcelona está adentro del corazón.**

“Te juro que te amo,  
no puedo abandonarte, te sigo a todas partes.  
Siempre allí estoy yo. Voy de corazón.  
Vamos que este año la copa hay que ganar.  
Este sentimiento no lo cambiaré jamás  
Barcelona estás adentro del corazón.”

### **Esta es la barra brava de los toreros**

“Esta es la barra brava de los toreros,  
la que le pide al “Barce” salir primero.  
Hay que dejar la vida x los colores,  
vamos pongan más huevos los jugadores,  
para ser campeones.”

### **Los azules esos putos hijos nuestros**

“Ponga huevos, Barcelona y vaya al frente,  
que esta tarde, tenemos que ganaaar.  
Pongan huevos que aquí está tu gente,  
la que te quiere y nunca te va dejaaar.  
Los azules esos putos hijos nuestros.  
Los de Quito, y los de la Ligaaa,  
son cagones que van en patrullero,  
con policía para el Monumental”  
“Yo te sigo, viejo Barcita querido.  
Eres el pueblo, eres el carnaval.  
La alegría para toda esta gente.  
La que este año, la vuelta quiere dar.”

Letra de las canciones de la barra brava Boca del Pozo e hinchada del Club Sport Emelec.

### **Como no te voy a querer...**

“Como no te voy a querer...  
Como no te voy a querer...  
Si eres para mí, la vida,  
por eso nunca te dejaré.  
Como no te voy a querer...  
Como no te voy a querer...  
Si eres para mí, la vida,  
por eso nunca te dejaré

## **Emelec va a ser Campeón**

“EMELEC va a ser Campeón...  
EMELEC va a ser Campeón...  
Aunque llore Barcelona  
y la puta madre que los parió (x2)”

## **Todas las toreras se quieren matar**

“Todas las toreras, se quieren matar,  
porque la banda más loca,  
es la banda de papá.”  
“La “Boca” está mal de la cabeza.  
En la cancha del Capwell,  
con vino, fumando marihuana,  
siempre en el tablón.”  
“Siempre dice la verdad,  
el que habla en la radio,  
que la hinchada más fiel,  
es la del Emelec”  
“Cuando fuimos al basurero  
y todos corrieron.  
Aunque se metan la prensa y los pacos,  
también los corremos.  
A liga también la corrimos,  
arriba en Ponceano.  
En cualquier cancha vamos alentar.  
A donde juegues siempre voy estar.”

## **2.3. Marco conceptual.**

### **2.3.1. Comunicación.**

Dentro de la siguiente arista se examinan las diferentes concepciones que rodean a esta ciencia, para otorgar una explicación detallada que mejore su comprensión en la

investigación. Cabe destacar que en principio se interpreta a esta ciencia como una acción o actividad que está totalmente constituida por el intercambio de información, sentimientos y pensamientos entre actores sociales influenciados por un entorno cambiante.

La comunicación se ha mantenido como un modelo en constante transformación, sometido a los diversos eventos históricos, sociales y de criterio intelectual por parte del hombre. Acoplándose al entorno y sus actores; adaptándose a la cotidianeidad que le pertenece, por naturaleza, a cada individuo. Convirtiéndose así en una capacidad innata que por la misma razón de su perenne presencia como cualidad humana debe ser entendida y estudiada desde todo ámbito en el que se involucre.

No existe espacio en donde no se implique la presencia de la comunicación; lo que ha repercutido en que esta ciencia muestre cambios, sobre todo en el individuo por su constante influencia en el entorno. En el texto, *Gestión de la felicidad y creatividad en el siglo XXI: los capitales intangibles como fuente de innovación, competitividad y desarrollo sostenible*, se mantiene:

Desde la perspectiva sistémica, la naturaleza relacional de la sociedad se manifiesta fundamentalmente en sus intercambios comunicativos, tanto en qué comunicamos, cómo lo hacemos y de qué manera. A esta capacidad, competencia o aptitud se le denomina «habilidad social» que forma parte de la conducta adaptativa de cada sujeto. (Rodríguez & Castillo, 2019, p. 44)

La comunicación debe poseer carácter asertivo como regla fundamental para que logre su finalidad. Cuando se habla de asertividad, se hace referencia a una habilidad social que implica la capacidad de expresar los sentimientos y opiniones sin afectar al resto de individuos; habilidad esencial para el mantenimiento de los niveles comunicacionales óptimos dentro de cualquier sistema social. La asertividad se puede considerar adecuada en los momentos de agresividad o pasividad (inhibición).

### 2.3.2. Semiótica

La utilización de símbolos y figuras son propios de las tribus urbanas, colectivos sociales que buscan dominar la atención en el medio social, mediante la utilización de recursos que creen un sentido de pertenencia en la agrupación.

En el texto la publicidad como construcción semiótica se explica:

Son mucho más aptas para comunicar acciones o desbordamientos pasionales que razonamientos (...) La imagen es inigualable para conmover, pero deficitaria, y aun francamente inepta, cuando se trata de sopesar y decidir. (Pérez & Savater, 2018, p. 12)

Los recursos visuales poseen más factibilidad de persuadir en el público; los colectivos sociales plasman su expresividad mediante afiches o cualquier tipo de código, por ejemplo, los símbolos o grafitis, además de los cánticos; son maneras de establecer socialmente el posicionamiento de la agrupación.

Los códigos semióticos cumplen un rol imperativo en la construcción de los discursos para las barras bravas. En el documento, La narrativa simbólica y la construcción de identidades alrededor del equipo de fútbol de Liga Deportiva Universitaria de Quito, se menciona:

Ante todo: la sucesión de los interpretantes presenta el conjunto de la vida cotidiana como un reticulado textual en que los motivos y las acciones, las expresiones emitidas con fines manifiestamente comunicativos, así como las acciones que éstas provocan, se convierten en elementos de un tejido semiótico cada uno de cuyos elementos tiene una función interpretativa. (Rodríguez & Eco, 2018, p. 19)

Este tipo de códigos se constituyen como un lenguaje individual de cada miembro de la agrupación social, produciendo una interdependencia comunicativa dentro de una sociedad

con un sistema de códigos y normas ya convencionalizadas; es decir, se origina una nueva interpretación propia de un determinado colectivo social.

### **2.3.3. Prácticas discursivas.**

Dentro de la cultura de la sociedad, los modos, usos y apropiaciones del lenguaje han desarrollado transformaciones dependiendo del medio social donde se desenvuelva el individuo que hace uso de este. Son cambios influenciados por el mismo entorno, sean estos positivos o negativos.

En el artículo científico, Prácticas discursivas e identidades de género de las mujeres Aymaras del norte chileno (1980-2015), se manifiesta:

El discurso como práctica social incluye ideas y sentidos que tienen para los actores sus comportamientos (...) Hace referencia a sistemas de representación que regulan lo que se puede hacer con el lenguaje en una situación y un contexto determinados. (Gavilán & Carrasco, 2018, p. 112)

El material discursivo empleado en el entorno social es el protagonista en modificaciones que afectan principalmente, sin tomar en cuenta diferencia socio – cultural. Al momento de la manifestación de cualquier práctica discursiva, la opinión pública posee mayores posibilidades de recepción debido al desarrollo tecnológico que aumenta el poder de alcance de la información, y por ende la repercusión de las acciones tomadas por cualquier individuo o colectivo social tienen intensidad de mediatización.

### **2.3.4. Representación de las prácticas discursivas**

Estas se presentan en un ámbito social de gran acogida e inciden en la toma de decisiones, desde un sentido connotativo estos signos y símbolos se evidencian en los siguientes contextos:

**Estadio:** Es el sitio de convergencia y punto de encuentro, donde se pone en práctica todo lo preparado, es el teatro donde se escenifica la colorida obra ensayada, pero, también es la línea de combate que, con frecuencia se usa de manera literal.

Los estadios también han sido sinónimo de manicomios, para lo bueno y para lo malo, pues, en cuestión de minutos se puede pasar de la alegría demencial a la ira descontrolada, en una suerte de válvula de escape para expulsar las frustraciones del día a día y que, aquí son tratadas como terapia semanal.

**La hinchada:** al principio un agente externo, luego un elemento importante, posteriormente un factor imprescindible el de mayor trascendencia y para el cual se elabora, todo lo que se llama el “Producto Fútbol”. Sin los hinchas y su capacidad de consumo, el balompié no sería la actividad global de tanta magnificencia que es hoy.

Por ello, el hinchismo que cobró al principio la forma de una subcultura, creció tanto en su incidencia que se volvió en el gran poder retro alimentador de lo que era solo un deporte, para llevarlo luego a espectáculo lúdico, hasta posicionarlo como una industria universal con innegables rasgos de fenómeno social, recordando que aquel apego inicial siempre conserva su esencia primaria y, a la que se añaden muchas otros componentes que el respaldo colectivo, propende a la estructuración de reales entes organizados, al margen de que a veces se escapen del control, cayendo en eventos reprobables, aunque siempre la idea será la misma, alentar y acompañar al equipo.

**Ubicación:** es el área geográfica dentro del estadio que se la toma como dominio inalienable, por lo general la localidad de precio más popular y que no resiste ningún otro requerimiento, pues resulta indiferente si la zona es insegura, insalubre o incómoda, basta con que exista el espacio para gritar, cantar, gesticular, en otras palabras que, se pueda

alentar. Muchas veces mientras más precario sea el lugar, mayor será la decisión para apoyar al equipo, pues en estos ámbitos, la carencia también aumenta la templanza.

**Apariencia:** Es parte del ADN del hincha; su documento de identidad hacia el exterior. Y aunque en líneas generales todas las hinchadas prácticamente visten y usan lo mismo, sus colores y símbolos marcan la diferencia que las vuelve inconfundibles, complementándose todo aquello con el lenguaje gestual y especialmente corporal que, con frecuencia se visualiza en coreografías o movimientos coordinados que puede involucrar a decenas de miles de personas.

**Organización:** por supuesto tiene sus peldaños jerárquicos y también, sus escalafones de carácter horizontal, esto último instaurado especialmente cuando se trata de los líderes de la barra. Subyaciendo con frecuencia una estructura que establece quién ejerce el control y su posición de influencia. Para ellos es fundamental la constancia, el poder y la capacidad de gestión y hegemonía sobre el grupo.

**Bombo:** conlleva un significado milenario, es sinónimo de belicismo aunque en estos casos sirve para marcar el ritmo del sonsonete que acompaña al grito de aliento. Mantiene al hincha con la adrenalina arriba, como una especie de latir que varía según la circunstancia del partido o del momento. Es el director del coro espontáneo y permanente que conforman los hinchas.

**Trompeta, güiro y tambores:** instrumentos que son parte del folklore futbolero argentino que, se ya generalizaron en toda Iberoamérica. No hay un estadio en nuestro continente en los que no se hayan escuchado, dentro de una manifestación que tiene su implicación cultural por los ritmos populares que expresan, permitiendo otra forma de arte que, logra un carácter festivo, fusionando la alegría que se siente en las graderías con las

emoción que se viven en la cancha, en una combinación tan disímil que difícilmente se encuentran en otra actividad.

**Bandera:** símbolo que ocupa el primer lugar de importancia para apoyar al equipo, pues anuncia la presencia de la barra y se la despliega en las graderías, se trata de pancartas gigantes que en muchas ocasiones llegan a cubrir toda la localidad, a ella se suman cientos de banderas más pequeñas que por lo general, llevan mensajes de aliento o de identificación. En la jerga futbolística son llamadas trapos y dentro de las confrontaciones entre barras, arrebatarse una a la hinchada rival tiene el significado de un trofeo de guerra. Se han dado casos que por este tipo de asaltos se han cobrado vidas.

**Leyendas:** frases cortas, con mensajes de aliento, ofensa o presencia, en ocasiones acompañadas de dibujos o imágenes, impresas en lienzos o pancartas, son las que menudean en el estadio y que, por lo tanto, son fácilmente visibles, son parte del mundo del fútbol. Generalmente son un medio para expresar sentimientos positivos en otras, lo contrario y en determinados casos, para difundir alguna intención soterrada, razón, esta última que a veces ha provocado su censura.

**Sentimiento:** Es la identificación, simpatía o afinidad que, pasa a ser emoción por un cuadro, en este caso de fútbol y que por ende ocupa un espacio en los temas de su agenda cotidiana. No obstante, hay militantes que llegan a ser más hinchas de la barra que del equipo, están más interesados en las actividades de la barra que de la actualidad del equipo y cuando llegan los partidos, ni siquiera los observan por estar realizando distintas actividades en el grupo, de hecho algunos le dan la espalda a la cancha para poder coordinar los movimientos y cantos de los integrantes.

Este catalogado sentimiento, depende de cada barra y de cada hincha, así como del contexto o de su tradición, pues si bien unos son incondicionales en el apoyo y respaldo,

también hay aquellos que ven en el reclamo o en la expresión de inconformidad, una manera de ayudar a la causa, especialmente cuando las cosas no marchan exitosamente.

**Violencia:** aplicar sin contemplación la fuerza y provocar el miedo, es la manera más eficaz de ganarse un mal entendido respeto que, sin embargo en estos estratos es esencial para existir. Esta acción irreflexiva, no tiene ningún nexo con la intención de respaldo con que se crearon estas agrupaciones, pero, en cambio dentro de sus códigos, las vuelve más temibles ante las barras rivales y por ende más poderosas, acotando que esta conducta agresiva, también se suscita dentro de la barra y con frecuencia, es el factor que establece quien tiene el control.

Dentro de las dimensiones discursivas, la practica como tal posee mayores medios físicos por la cual se pueden expresar los individuos; manteniendo una preponderancia, pues el ser social presenta intereses visuales al momento de receptar cualquier información.

Los aspectos visuales asumen una mayor importancia en un entorno influenciado por los medios y las herramientas que manejan la imagen como elemento esencial para persuadir al consumidor. Y en el ámbito deportivo, las denominadas barras bravas poseen los recursos físicos necesarios al momento de mostrar su apoyo y fanatismo.

#### **2.3.5. Barras bravas.**

Las agrupaciones sociales son estrategias primitivas de maximizar un mensaje hacia un público; además de catalogarse como una libertad de expresión innata en el ser humano. Asimismo, estos colectivos conllevan características que pueden dotarlos de poder mediático.

En el documento de investigación, *Las barras bravas y la violencia del capital*, estipula lo siguiente:

La necesidad humana de sentido de pertenencia a un grupo, la falta de espacios que liberen las tensiones sociales en la modernidad, conllevó a que el fútbol sea visto como un espacio de interacción y de desfogue social que rápidamente atrajo la atención y preocupación de la sociedad en general. (Montalvo, 2016, p. 35)

Respondiendo a un derecho y necesidad naturales, el individuo se ha reunido con otros por algún interés o afinidad mutua; y con el transcurso evolutivo de la sociedad estas agrupaciones se han definido en distintos ámbitos, entre ellos, el deportivo. La interacción es fundamental y los colectivos sociales son una representación de esa premisa; creando subculturas que buscan identificar y expresar sus pasiones y opiniones.

El fútbol, ha manejado este tipo de agrupaciones desde el origen de los clubes deportivos; formando parte de estrategias de marketing empresariales y de imagen corporativa. Las denominadas barras bravas, conformadas por fanáticos subjetivos y apasionados por un imaginario social, representan una parte fundamental desde el punto de vista social, comercial y administrativo.

El discurso que las barras bravas construyan en el entorno social procura una recepción masiva en la opinión pública. En el trabajo investigativo, *Análisis de las prácticas de comunicación participativa presentes en el fútbol que practican en la cancha Wembley, ubicada en la comuna 18, barrio Meléndez, Santiago de Cali 2018*, se acota:

La ilusión de un hincha siempre estará latente cada vez que el equipo al que se quiere y se alienta está en el campo de juego, disputando un torneo, llámese como usted lo quiera llamar. (Torres & Valderrama, 2018, p. 49)

El individuo como ser de carácter social, siempre buscará formar parte o desarrollar un sentido de pertenencia hacia un grupo o idea construida por la sociedad. Al encontrar una

agrupación que comparta sus afinidades y emociones, este colectivo desarrolla un discurso representado en recursos físicos para expresarse dentro de un entorno que se encuentra en constante retroalimentación de la información.

Es ahora necesario que el contenido discursivo de las denominadas barras bravas refleje valores que no inciten a la violencia o mala reputación de la marca a la que representan, buscando un bienestar mutuo.

### **2.3.6. Construcciones culturales.**

La representación colectiva forma parte de la sociedad y constituyen un mecanismo para la interpretación del contexto de los sujetos que se encuentran en interacción con otros. Se refieren a mecanismos adoptados por el medio social, y a su vez, es una forma de referencia de los actores sociales.

En el artículo científico, *Incidencia del espacio público urbano modificado en las narrativas culturales*, se acota:

Las informaciones que permiten construir las representaciones son elementos simbólicos, fundamentalmente verbales o escritos dotados de significado y sentido personal. (Yero, 2015, p. 90)

Las agrupaciones sociales desarrollan un sentido de pertenencia a partir de la configuración de materiales visuales que los anuncia en el contexto donde se encuentran. Las características, sus funciones y dimensiones destacan su producción en las prácticas sociales de los grupos.

La disciplina deportiva del fútbol ha generado intereses mutuos entre individuos que han ayudado a constituir imaginarios sociales, formando una comunidad que ha ganado fuerza y dinamismo, creciendo juntamente con el sistema socio – cultural en el que estos

grupos se desenvuelven. En el documento de investigación, *Imaginario urbano tecnológico: los hilos de las construcciones socio - técnicas de la ciudad*, se manifiesta:

Todo fenómeno social forma parte de procesos de construcción social donde los sentidos emergen, se legitiman, institucionalizan y transforman a partir de las relaciones sociales, materiales y simbólicas que se desarrollan en determinado contexto espacio – temporal que implican aspectos económicos, históricos, políticos y legales. (Vera, 2016, p. 149)

La sociedad como un ente único, ayuda en la construcción de los grupos sociales; pues son las mismas relaciones sociales las encargadas de formar o crear lazos de interacción entre individuos. El entorno social da existencia a las cosas, los objetos, los individuos y las instituciones, al formarlos como entidades con una razón de serlo; es decir, se dota de sentido a las cosas creando realidades.

### **2.3.7. Comunicación efectiva.**

El proceso de interacción entre individuos que están involucrados dentro de un contexto que se mantiene en constante fluidez, debe ser preciso y transmitir un mensaje que contenga finalidades constructivas, o al menos sin prejuicios. En el artículo, *Modelo de comunicación productiva para las organizaciones de salud pública en Venezuela*, nos indica:

Las barreras semánticas, surgen de las limitaciones de los símbolos con los que se comunican los seres humanos, los símbolos suelen tener diversos significados y es necesario elegir uno de ellos, que, en ocasiones, escoge el significado incorrecto generando con ello un malentendido. (Ramírez & González, 2017, p.14)

Dentro del ámbito de las agrupaciones deportivas, estas deben poseer una práctica discursiva con un contenido que sea acorde al contexto social. Los recursos narrativos que expresen violencia perjudican negativamente a la agrupación y al club deportivo que

apoyan ante la opinión pública. Las denominadas barras bravas poseen una predominancia mediática en la sociedad, representan una reputación empresarial y un imaginario social que acoge a un sinnúmero de fanáticos.

El mensaje construido llegará a un receptor masivo, crítico y de diversidad de pensamiento. En el documento de investigación, Barras bravas en Ecuador. Estudio iconológico de las subculturas del fútbol, se menciona:

Las culturas tienden a contextualizar todo lo que llegue a su mano, con el fin de dotarlo de un significado, un origen, un porqué, una explicación que le dé valor dentro del imaginario que se maneja, y unos objetivos de continuidad y fortaleza grupal. (Salvador; 2016, p. 35)

Estos tipos de agrupaciones culturales poseen un sistema de comunicación constituido a partir de sus propios conocimientos y comportamientos; es así como constituyen un material simbólico que certifique su presencia dentro del medio. El material gráfico, inherente a la esencia de las barras bravas, es la riqueza que la identifica en la subcultura deportiva y de la cultura parental.

### **2.3.8. Imaginarios sociales.**

La creación de las significaciones parte de la sociedad misma; el individuo es quien crea y asume la pertenencia de un “algo” por lo que constantemente el entorno social se centra en una metamorfosis de definiciones o pensamientos que aún no se concretan. La euforia como imaginario social, cobra forma tangible es las barras, ejerciendo un magnetismo para quien simpatiza con la causa y por lo tanto, su deseo es formar parte del colectivo, pues autoexcluirse se asume como falta de amor por el equipo.

Formar parte de estos colectivos supone para sus integrantes una especie de vida comunitaria, cuyo sustento es una emoción volátil que por lo tanto implica, apegos,

ideologías, sectarismos y discriminación, factores en los que no se repara, incidiendo negativamente en el sujeto, sobre todo si aún no posee un criterio bien formado. En síntesis lo que a simple vista parece solo positivo, si no se lo sabe asimilar puede causar distorsiones en lo individual, partiendo de la conducta grupal, hecho que propicia además una vulnerabilidad mayor para caer en procesos cíclicos que se renuevan en apariencia y que en el trasfondo, siguen siendo lo mismo.

En el artículo científico, *Imaginarios sociales de infancia y su incidencia en la práctica pedagógica de una escuela bogotana*, se muestra lo siguiente:

“Los imaginarios sociales son un magma de significaciones (representaciones, afectos, deseos, sentimientos y actuaciones) que constituyen un conjunto real de imágenes con las cuales los sujetos construyen, dan sentido al mundo en su relación permanente y dialógica con el colectivo anónimo.” (Triviño, 2018, p. 50)

El conjunto de representaciones e imágenes se nutre de las diferentes formas en la vida social y se personifican en las prácticas sociales discursivas. Considerando los imaginarios en su doble rol, como referencia interpretativa del mundo de los objetos y como formadores en el proceso de institucionalización de una sociedad; los imaginarios sociales son la fuerza creadora de la sociedad, y a su vez el mismo individuo es el precursor de los paradigmas sociales. En el documento, *El imaginario social en torno al proyecto migratorio de menores marroquíes*, define los imaginarios sociales como:

“Aquellos esquemas, contruidos socialmente, que nos permiten percibir algo como real, explicarlo e intervenir operativamente en lo que en cada sistema social considere como realidad.” (Ortega & Gutiérrez, 2016, p.18)

Las construcciones sociales se vinculan a la actuación del propio individuo. Las barras bravas pertenecen a esa construcción social que dispone de una práctica discursiva como recurso para expresar sus ideas, sentimientos y pensamientos; exponiendo un sentido de

pertenencia basado en la fascinación por un equipo deportivo. Es a partir de la formación de elementos comunicacionales que se establece un tejido que orienta la vida de un grupo de individuos, que implanta formas de relacionarse hasta instituir un nuevo mundo a partir de un sistema de interpretación de la realidad.

## **2.4. Marco legal**

El presente trabajo de carácter investigativo se desarrolla enmarcado en el siguiente reglamento legal vigente:

### **2.4.1. Constitución de la República del Ecuador 2008**

Toda la normativa a continuación detallada, no debe transgredir el marco legal ecuatoriano, contemplado en la Carta Magna.

### **2.4.2. Ley Orgánica de Comunicación 2013**

En el artículo 17 de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), se comenta lo siguiente:

[...] “Art.- 17.- Derecho a la libertad de expresión y opinión. - Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley”. (LOC; 2013, P. 6).

Se marca el precedente legal de que las personas naturales tienen el derecho por su naturaleza sociable de tener total libertad de comunicarse. Refiriéndose a cualquier tipo de forma de expresión, ya sea de manera individual o en colectivo social.

Art. 104.- Protección a niñas, niños y adolescentes.- El Consejo Nacional de la Niñez y la Adolescencia emitirá el reglamento para el acceso a los espectáculos públicos que afecten el interés superior de niñas, niños y adolescentes, de conformidad con el artículo 13 numeral 4 de la Convención Americana de Derechos Humanos y la Convención sobre los

Derechos del Niño. El reglamento referido en el párrafo anterior será de uso obligatorio por las autoridades locales y nacionales que tengan competencia, en su respectiva jurisdicción, de autorizar la realización de espectáculos públicos.

También en el artículo 397 del Código Integral Penal (COIP), se establece que:

[...] “Artículo 397.- Contravenciones en escenarios deportivos y de concurrencia masiva. - Será sancionada hasta con cien horas de trabajo comunitario y prohibición de ingreso a todo escenario deportivo y de concurrencia masiva hasta un año:

1. La persona que durante el desarrollo de un evento masivo invada violentamente y sin autorización el terreno de juego o el escenario.

2. La persona que arroje objetos contundentes a la cancha, al escenario principal, a los graderíos, a los lugares de tránsito o acceso.

3. La persona que introduzca de manera subrepticia a escenarios deportivos o de concurrencia masiva armas blancas, petardos, bengalas o material pirotécnico prohibido.

### **2.4.3. Ley del Deporte, Educación Física y Recreación**

## **Título XIII**

### **De la violencia en escenarios y eventos deportivos**

Art. 178.- Actos de Violencia.- A más de los sujetos mencionados en los dos artículos anteriores, serán sancionados con la suspensión temporal o definitiva para el acceso a instalaciones o LEY DEL DEPORTE, EDUCACIÓN FÍSICA Y RECREACIÓN - Página 31 SILEC Profesional - [www.lexis.com.ec](http://www.lexis.com.ec). Escenarios deportivos: quienes cometieran actos de violencia dentro de ellos o en sus inmediaciones. El público que bajo cualquier modo, medio o situación generare actos de violencia o que atenten contra los bienes públicos serán responsables civil y penalmente por daños ocasionados. De considerarlo

necesario por motivos de prevención, el Ministerio Sectorial, mediante resolución debidamente motivada, podrá ordenar la realización de eventos deportivos sin público o con público reducido.

Art. 143 -De la Seguridad y Prevención y Art. 147 -Publicidad y Consumo/. Sancionada: 3 junio 2010. Promulgada: 29 julio 2010.

(Registro Oficial de la República de Ecuador. Quito, 11 agosto 2010). Decreto Ejecutivo N° 709, 24 marzo 2011.Reglamento de la Ley del deporte, educación física y recreación. (Registro Oficial de la República de Ecuador. Quito, 1 abril 2011). Proyecto de Ley de prevención y control de la violencia en los escenarios deportivos.9 mayo 2012. (Asamblea Nacional de la República del Ecuador -<http://ppless.asambleanacional.gob.ec/>)

#### **2.4.4. Código Orgánico Integral Penal 2014**

“La o el dirigente deportivo o dirigente de barras de los clubes participantes en los eventos deportivos en que se produzcan actos de violencia y no los denuncie ante la autoridad competente serán sancionados con 100 horas de trabajo comunitario y prohibición de ingreso a todo escenario deportivo y de concurrencia masiva hasta por un año.”. (COIP; 2014, p. 63).

Es reconocida tanto la libre agrupación de individuos como las responsabilidades que estos grupos poseen en actos de violencia que perjudiquen o atenten contra la tranquilidad del medio social.

Después de establecidas estas citas dentro del ámbito legal, queda enmarcado el soporte del presente estudio, tomándose en cuenta que este texto investigativo no intenta cambiar ley alguna, sino que se ajusta estrictamente a las bases judiciales que convergen en el desarrollo de la problemática abordada.

A partir de estos cuerpos legales quedan definidas las temáticas abordadas en el marco teórico, quedando pendientes la estructura metodológica e investigación de campo.

#### **2.4.5. Antecedente normativo futbolístico en Europa**

Son muchos los documentos que versan sobre las leyes inherentes a los escenarios deportivos en el continente europeo, a continuación se citan algunos.

##### **En Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte**

(The National Archives, Her Majesty's Stationery Office - <http://www.legislation.gov.uk> Chapter 37, 16 November 1989. "Football Spectators Act 1989"). Sobre la ley que controla la admisión de espectadores en determinados partidos de Inglaterra y Gales, mediante un esquema de membresía nacional y de licencias para admitir espectadores, brindando seguridad a los asistentes, a través de la aplicación y ejecución de las funciones otorgadas a la autoridad encargada; y el establecimiento de órdenes judiciales para imponer restricciones a personas condenadas por delitos concernientes a lo citado, con el propósito de prevenir la violencia o alteración del orden público en determinados partidos de fútbol jugados fuera de Inglaterra y Gales/.

(The National Archives, Her Majesty's Stationery Office. <http://www.legislation.gov.uk>) Chapter 21, 27 July 1999. "Football (Offences and Disorder) Act 1999". Sobre el apartado anterior, también se han creado disposiciones con respecto a la alteración del orden público por parte de personas que asisten a partidos de fútbol y dicta disposiciones conexas/.

(The National Archives, Her Majesty's Stationery Office. <http://www.legislation.gov.uk>) Chapter 25, 28 July 2000. Trata sobre la creación de disposiciones con respecto a delitos relacionados con el fútbol, para prevenir la violencia o

disturbios en los partidos o en eventos relacionados con los mismos y dicta disposiciones conexas/.

The National Archives, Her Majesty`s Stationery Office -<http://www.legislation.gov.uk>  
Acts of the Scottish Parliament 1, 19 January 2012. “Offensive Behaviour at Football and Threatening Communications (Scotland) Act”). / Tipifica delitos concernientes a conductas ofensivas en partidos de fútbol y sobre el envío de material amenazador.

## **En España**

Entre los años 1982 y 2008, se han promulgado una serie de leyes estrictamente vinculadas a la seguridad en los eventos deportivos, propias de los acontecimientos negativos que empezaron a surgir y multiplicarse durante el período señalado. Aquí la referencia de varios de aquellos documentos.

Real Decreto N° 2816/1982,27 agosto 1982. Ministerio del Interior. Por el que se aprueba el Reglamento General de Policía de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas. / Texto Consolidado. Última actualización: 24 marzo 2007/. (Boletín Oficial del Estado. Madrid, 6 de noviembre 1982 -<https://www.boe.es>).

Ley N° 10/1990, 15 octubre 1990. Del deporte. / Texto Consolidado. Última actualización: 1 mayo 2015/. (Boletín Oficial del Estado. Madrid, 17 octubre 1990 - <https://www.boe.es>). Real Decreto N° 1591/1992,23 diciembre 1992. Ministerio de Educación y Ciencia. Sobre Disciplina Deportiva. /Texto Consolidado. Última actualización: 1 febrero 2014/. (Boletín Oficial del Estado. Madrid, 19 febrero 1993 - <https://www.boe.es>).

Ley Orgánica N° 10/1995, 23 noviembre 1995.Código Penal. /Título XXII Delitos contra el orden público. Capítulo III De los desórdenes públicos. Texto Consolidado.

Última modificación: 28 de abril de 2015/. (Boletín Oficial del Estado. Madrid, 24 noviembre 1995 -<https://www.boe.es>).

Orden, 22 diciembre 1998.Ministerio de la Presidencia. Por la que se regulan las Unidades de Control Organizativo para la prevención de la violencia en los espectáculos deportivos. (Boletín Oficial del Estado. Madrid, 26 diciembre 1998 -<https://www.boe.es>).

Real Decreto N°748/2008, 9 mayo 2008. Ministerio de la Presidencia. Por el que se regula la Comisión Estatal contra la violencia, el racismo, la xenofobia y la intolerancia en el deporte. /Texto Consolidado. Última actualización: 9 marzo 2010/. (Boletín Oficial del Estado. Madrid, 17 mayo 2008 -<https://www.boe.es>)

## **La Unión Europea**

Debido a las facilidades de integración existentes en gran parte de Europa, se presentó la necesidad de crear una serie de leyes y normas que de manera expresa rigieran, tal cual fuera un determinado país. El propio Parlamento Europeo, le ha dedicado horas y horas, para trabajar en este asunto de tanta actualidad, a continuación algunas referencias de documentos promulgados.

Decisión del consejo N° 2002/348/JAI, 25 abril 2002. Relativa a la seguridad en los partidos de fútbol de dimensión internacional. (El Acceso al Derecho de la Unión Europea -<http://eur-lex.europa.eu>; Diario Oficial de la Unión Europea. Luxemburgo, 8 mayo 2002, L121).

Resolución del Consejo N° 2003/C 281/01, 17 noviembre 2003. Sobre la adopción en los Estados miembros de la prohibición de acceso a las instalaciones donde tienen lugar partidos de fútbol de dimensión internacional. (El Acceso al Derecho de la Unión Europea

-<http://eur-lex.europa.eu>; Diario Oficial de la Unión Europea. Luxemburgo, 22 noviembre 2003, C281).

Resolución de Consejo N° 2006/C 322/01, 4 diciembre 2006. Relativa a un manual actualizado de recomendaciones para la cooperación policial internacional y de medidas de prevención y lucha contra la violencia y los desórdenes relacionados con los partidos de fútbol de dimensión internacional en los que se vea afectado al menos un Estado miembro. (El Acceso al Derecho de la Unión Europea -<http://eur-lex.europa.eu>; Diario Oficial de la Unión Europea. Luxemburgo, 29 diciembre 2006, C322).

Decisión del consejo N° 2007/412/JAI, 12 junio 2007. Por la que se modifica la Decisión 2002/348/JAI, relativa a la seguridad en los partidos de fútbol de dimensión internacional. (El Acceso al Derecho de la Unión Europea -<http://eur-lex.europa.eu>; Diario Oficial de la Unión Europea. Luxemburgo, 15 junio 2007, L155).

#### **2.4.6. Antecedente normativo futbolístico en Latinoamérica**

##### **Colombia**

Ley N° 181. Por el cual se dictan disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la Educación Física y se crea el Sistema Nacional del Deporte. /Título I -Disposiciones preliminares. Capítulo I -Objetivos generales y rectores de la ley. Art. 3.11/. Sancionada y Promulgada: 18 enero 1995. (Diario Oficial de la República de Colombia. Bogotá D.C., 18 enero 1995).

Proyecto de Ley. Por el cual se crea la comisión nacional para la seguridad, comodidad y convivencia en el fútbol en Colombia y se dictan otras disposiciones en materia de eventos deportivos. Congreso de la República de Colombia. Año: 2007. (Editorial Nueva

Legislación; [www.nuevaleislacion.com](http://www.nuevaleislacion.com)) Ley N° 1.270. De la Comisión Nacional para la seguridad, comodidad y convivencia en el fútbol. Sancionada y Promulgada: 5 enero 2009. (Diario Oficial de la República de Colombia. Bogotá D.C., 5 enero 2009).

Decreto N° 1.267, 15 abril 2009. Ministerio del Interior. Por el cual se reglamenta el artículo 7° de la Ley 1270 de 2009. (Diario Oficial de la República de Colombia. Bogotá D.C., 15 abril 2009). Ley N° 1.356. Por medio de la cual se expide la Ley de Seguridad en Eventos Deportivos. Sancionada y Promulgada: 23 octubre 2009. (Diario Oficial de la República de Colombia. Bogotá D.C., 23 octubre 2009)

## **Chile**

Ley N° 19.327. De derechos y deberes en los espectáculos de fútbol profesional. Sancionada y promulgada: 24 agosto 1994. /Actualizada a junio 2015/. (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile -<http://www.bcn.cl>; Diario Oficial de la República de Chile. Santiago, 31 agosto 1994).

Resolución exenta N° 528, 26 marzo 2012. Ministerio del Interior y Seguridad Pública. Aprueba Plan Estadio Seguro. (Estadio Seguro -<http://www.estadioseguro.gob.cl>)

.Decreto N° 225, 7 marzo 2013. Ministerio del Interior y Seguridad Pública. Establece Reglamento de la ley N° 19.327, que fija normas para prevención y sanción de hechos de violencia en recintos deportivos con ocasión de espectáculos de fútbol profesional. (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile -<http://www.bcn.cl>; Diario Oficial de la República de Chile. Santiago, 10 julio 2015). Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. “Violencia en los Estadios”. Guía Legal. Actualización 11 junio 2015. (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile -<http://www.bcn.cl>). Ministerio del Interior y Seguridad Pública.

“Plan Nacional de Seguridad Pública y Prevención de la Violencia y el Delito, Seguridad para Todos”. Prioridad 12: Mejorar la regulación de eventos masivos y espectáculos públicos, perfeccionar la Ley de Prevención de la Violencia en los Estadios y la normativa de seguridad privada. Agosto 2014. (Subsecretaría de Prevención del Delito - <http://www.seguridadpublica.gov.cl>). Retamal Soto, Pedro y Pozo, Felipe. “Plan Estadio Seguro. Un tratamiento pirotécnico: los casos de el Mercurio y La Tercera”. Noviembre 2014. (Biblioteca Digital - <http://bibliotecadigital.academia>).

## **Argentina**

ARTÍCULO 3°.- Créase en el ámbito de la AGENCIA DE DEPORTE NACIONAL, organismo descentralizado y autárquico actuante en la órbita de la SECRETARÍA GENERAL de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN, el CONSEJO CONSULTIVO DE DEPORTE NACIONAL, que estará presidido por el Director Ejecutivo de la Agencia y se conformará con los titulares de las áreas con competencia en materia deportiva de cada Provincia y de la ciudad autónoma de Buenos Aires.

c. Fomentar la detección de talentos deportivos en todo el territorio nacional para su inserción en programas nacionales o federativos.

d. Colaborar con las administraciones locales en el desarrollo de legislación deportiva de sus jurisdicciones, tendiente a la igualdad de acceso y oportunidades para todos los habitantes de la República Argentina, conforme los estándares internacionales en la materia.

e. Proponer, en coordinación con las áreas competentes de la Administración Pública Nacional, medidas activas para la erradicación de cualquier tipo de práctica discriminatoria, xenofóbica y/o racista en el ámbito del deporte.

## **Bolivia**

Ley N° 2.770. Ley del deporte. /Título Sexto-Régimen Disciplinario.

Capítulo I- Disciplina en el deporte. Artículo 32 al 35/. Sancionada: 29 junio 2004. Promulgada: 7 julio 2004. (Gaceta Oficial del Estado Plurinacional de Bolivia. La Paz, 7 julio 2004).Decreto Supremo N° 27.779, 8 octubre 2004.Reglamento de la Ley N° 2.770, Ley del Deporte. /Sección IV-El plan de desarrollo deportivo municipal.

Capítulo VII-Subsistema de infraestructura deportiva. Art. 67-Medidas de prevención de violencia en escenarios deportivos. (Gaceta Oficial del Estado Plurinacional de Bolivia. La Paz, 3 noviembre 2004). Ley N° 264. Ley del Sistema Nacional de Seguridad Ciudadana. /Título V -Financiamiento. Capítulo IV-Medidas de prevención tecnológica. Art. 50. Título VII -Prevención y Rehabilitación.

Capítulo III-Comunicación. Art. 69-Espacios Publicitarios (Sobre monitoreo electrónico y por cámara de seguridad en establecimientos con acceso masivo de personas)/. Sancionada: 13 julio 2012. Promulgada: 31 julio 2012. (Gaceta Oficial del Estado Plurinacional de Bolivia. La Paz, 31 julio 2012).Decreto Supremo N° 1.515,6 marzo 2013.Consejo de Ministros. Establece mecanismos de control y prevención de violencia en estadios donde se desarrollen eventos deportivos futbolísticos. (Gaceta Oficial del Estado Plurinacional de Bolivia. La Paz, 6 marzo 2013).Departamento de La Paz Decreto Departamental N° 39, 7 marzo 2013. Consejo de Secretarios Departamentales. Medidas de prevención a hechos de inseguridad en escenarios deportivos. (Gaceta Oficial del Gobierno Autónomo Departamental de La Paz, 7 marzo 2013).

## **Brasil.**

Ley N° 10.671, 15 mayo 2003. Dispone sobre o Estatuto de Defesa do Torcedor e da outras providencias. /Dispone sobre el Estatuto de Defensa del Hinchador de Fútbol y dicta otras disposiciones -Texto compilado hasta Ley N° 13.155, de 2015/. (Presidencia da República -<http://www.planalto.gov.br/>).

Ley N° 12.299, 27 julio 2010. Dispone sobre medidas de prevención y representación de fenómenos de violencia deportiva; altera la Ley n° 10.671, de 15 de mayo de 2003; y de otras providencias. / Dispone sobre medidas de prevención y represión a los fenómenos de violencia por ocasión de competencias deportivas; modifica la Ley n° 10.671, de 15 de mayo de 2003; y dicta otras disposiciones. (Presidencia de la República – <http://www.planalto.gov.br/>).

Associação Nacional das Torcidas Organizadas do Brasil. / Página web de la Asociación Nacional de las Hinchadas Organizadas del Brasil/. (ANATORG - <http://anatorg.com.br/>). Duarte, Fernando. “Mães-segurança”: conheça as iniciativas contra la violencia nos estádios. /”Madres-seguridad”: conozca las iniciativas contra la violencia en los estádios/. 10 febrero 2015. (BBC Brasil -<http://www.bbc.com/>).

Mendonça, Renata. “Violencia no futebol: debate sobre soluções temjogo de empurra” e desacordos. /Violencia en el fútbol: debate sobre las soluciones que tiene el “juego de culpas” y los desacuerdos/.12 febrero 2015. (BBC Brasil -<http://www.bbc.com/>).

Romano, Rogério Tadeu. “Violência nos estádios: a ineficácia na proteção do torcedor de futebol”. /Violencia en los Estádios: la ineficacia en la protección del hinchador de fútbol/. (Revista Jus Navigandi, Teresina, año 20,n. 4343,23maio2015-[http:// jus.com.br/ artigos/ 39364](http://jus.com.br/artigos/39364)).

Río de Janeiro Lei N° 6615, 6 diciembre 2013. Disciplina o ingreso de torcidas organizadas nos eventos sportivos no estado do rio de janeiro e da outras providencias. / Disciplina el ingreso delas hinchadas en los eventos deportivos en el Estado de Rio de Janeiro y dicta otras disposiciones/. (Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro.

### **Costa Rica**

Ley N° 9.145. Para la prevención y sanción de la Violencia en eventos Deportivos. Sancionada: 6 agosto 2013. Promulgada: 23 agosto 2013. /Actualizada al 2 septiembre 2013/. (La Gaceta Digital, Costa Rica. San José, 23 agosto 2013 - <http://www.imprenal.go.cr/gaceta>).

Decreto N° 38.197, 18 febrero 2014. Ministerio de Gobernación y Policía. Reglamento a la Ley para la prevención y sanción de la Violencia en eventos Deportivos. (La Gaceta Digital, Costa Rica. San José, 21 febrero 2014 -<http://www.imprenal.go.cr/gaceta>).

Asociación para el desarrollo de las mujeres negras costarricenses. Red Nacional de Juventud Afrocostarricense. “Informe Alternativo sobre la implementación de la Convención Internacional sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación Racial en Costa Rica”. /Racismo en el deporte –Futbol. Anexo N° 2: Racismo en el futbol costarricense/. Junio 2015. (Naciones Unidas. Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos -<http://www.ohchr.org>).

### **México**

Decreto, 5 junio 2013. Secretaría de Educación Pública. Por el que se expide la Ley General de Cultura Física y Deporte. /Título Quinto -De la Cultura Física y el Deporte. Capítulo VI -De la Prevención de la Violencia en el Deporte. Arts. 137 a 144/. (Diario Oficial de la Federación. México, D.C., 7 junio 2013).

Decreto, 6 mayo 2014. Secretaría de Educación Pública. Por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley General de Cultura Física y Deporte. /Sobre prevención y erradicación de la violencia en espectáculos deportivos/. (Diario Oficial de la Federación. México, D.C., 9 mayo 2014).

Reglamento, 16 mayo 2014. Secretaría de Educación Pública. De la Ley General de Cultura Física y Deporte. (Diario Oficial de la Federación. México, D.C., 23 mayo 2014). Flores Fernández, Citlalli. “Violencia en espectáculos deportivos. La responsabilidad del estado mexicano y otros actores no estatales”. Noviembre 2014. (Revista Digital, EF Deportes, Buenos Aires -<http://www.efdeportes.com>)

## **Perú**

Ley N° 30.037, 6 junio 2013. Previene y sanciona la violencia en los espectáculos deportivos. Sancionada: 17 mayo 2013. Promulgada: 6 junio 2013. (El Peruano. Lima, 7 junio 2013).

Ley N° 30.271. Modifica la ley N°30.037, ley que previene y sanciona la violencia en los espectáculos deportivos. Sancionada: 18 noviembre 2014. Promulgada: 28 noviembre 2014. (El Peruano. Lima, 29 noviembre 2014).

Ministerio del Interior, Policía Nacional del Perú, Federación Peruana de Fútbol, Asociación Deportiva de Fútbol Profesional, Instituto Peruano del Deporte, Oficina Nacional de Gobierno Interior. “Acta de Compromiso para Prevenir la Violencia en los estadios de fútbol”, 5 febrero 2015. (Asociación Deportiva del Fútbol Profesional - <http://www.adfp.org.pe/>).

## Uruguay

Ley N° 17.951. Prevención, control y erradicación de la violencia en el deporte. Sancionada: 28 diciembre 2005. Promulgada: 8 enero 2006. (Poder Legislativo - <http://www.parlamento.gub.uy/>).

Ley N° 19.120. Faltas y conservación y cuidado de los espacios públicos. Sancionada: 3 agosto 2013. Promulgada: 20 agosto 2013. /Artículo 2 -modifica el Código Penal/. (Poder Legislativo -<http://www.parlamento.gub.uy/>).

Centro de Información Oficial. “En Uruguay por ley se promueve erradicar la violencia en el deporte”. Mayo 2012 (IMPO -<http://www.impo.gub.uy/>).Cámara de Senadores. “Proyecto de ley de prevención, control y erradicación de la violencia en el deporte. Ampliación de normas para su prevención. Modificación de la ley N° 17.951 del 8 de enero de 2006”.Marzo 2015. (Vamos Uruguay -<http://vamosuruguay.com.uy/>).

Comisión Honoraria para la Prevención, Control y Erradicación de la Violencia en el Deporte en relación a las medidas de seguridad. “Informe”. Octubre 2007. (Espectador - <http://www.parlamento.gub.uy/>).

Las normativas, antes mencionada evidencian la preocupación en el tema de la violencia en los encuentros deportivos, por parte de las barras bravas y como los países de Latinoamérica y de Europa, legislan por regular y controlar las acciones vandálicas, a fin de concienciar a los hinchas sobre su verdadero rol al interior de la actividad deportiva.

## **2.5. Marco Institucional.**

### **2.5.1. Barcelona Sporting Club**

El presente trabajo investigativo se desarrolla dentro de los sucesos pertenecientes a las dos barras bravas con mayor afluencia de público en la ciudad de Guayaquil, Barcelona Sporting Club y Club Sport Emelec, los clubes deportivos más mediáticos en el medio social del Ecuador; ambos poseen un público receptor amplio y con un sentido de pertenencia bien segmentado y posicionado.

Barcelona Sporting Club, conocido como Barcelona, es un club deportivo originario de la ciudad de Guayaquil, fundado el 1 de mayo de 1925. Es parte de la Serie A de Ecuador desde 1957 y, a partir de 1965, es uno de los tres clubes que ha disputado todas las temporadas en la máxima categoría.

Posee el Estadio Monumental Isidro Romero Carbo, el cual tiene una capacidad de 57.267 personas. El club a lo largo de sus 94 años de vida institucional ha logrado importantes hazañas en su disciplina principal, como: La victoria sobre Millonarios de Bogotá, a mediados del siglo anterior; La hazaña de la Plata ante Estudiantes de La Plata, en Argentina, en 1971; y los subcampeonatos de la Copa Libertadores en 1990 y 1998. También fue el primer equipo en conseguir un bicampeonato del fútbol ecuatoriano.

El equipo mantiene una rivalidad futbolística histórica con el Club Sport Emelec con quien disputa el denominado Clásico del Astillero, considerado como el partido de mayor tradición del Ecuador.

### **2.5.2. Club Sport Emelec**

Por su parte, el Club Sport Emelec es un club deportivo ecuatoriano originario de la ciudad de Guayaquil, fundado el 28 de abril de 1929 por el estadounidense George

Capwell. Es parte de la Serie A de Ecuador desde 1957. Ha obtenido 14 títulos nacionales en esta disciplina, incluyendo un tricampeonato, además de otros títulos provinciales y amateurs.

Posee el Estadio George Capwell, el cual tiene una capacidad de 39.059 personas oficialmente inaugurado el 21 de octubre de 1945, es el estadio en funcionamiento más antiguo del país, pero, también es el más moderno, pues fue reinaugurado por segunda vez, en 2017.

Además de su disciplina principal del fútbol, el club cuenta con secciones de levantamiento de pesas, natación, béisbol, baloncesto, fisicoculturismo, boxeo, taekwondo, judo, ciclismo, tenis de mesa, voleibol, softbol, bolos, entre otras.

Asimismo, mantiene una rivalidad futbolística histórica con el Barcelona Sporting Club con quien disputa el denominado Clásico del Astillero.

## CAPÍTULO III

### 3. METODOLOGÍA

#### 3.1. Enfoque de la Investigación

La presente investigación, realizada a las barras bravas Sur Oscura y Boca del Pozo, empleó la técnica de Focus Group (grupo focal), enfoque cualitativo, en función de conocer criterios y opiniones que sustenten la razón de una militancia activa en el apoyo a su club deportivo lo que a su vez nos permitió, gracias al carácter inductivo de esta exploración, constatar cómo el poder de las prácticas discursivas ejerce tanta influencia que, frecuentemente logran persuadir con facilidad al individuo dentro del colectivo social para llevarlo a una idea muy distorsionada de la inicial, sin que repare en el cambio. Se concluye que por lo general, las barras bravas terminan haciendo de la agresión al rival, una supuesta manera de aliento propio, decidido y radical, sin embargo sus militantes no lo visualizan así.

Los testimonios, las encuestas, los videos, evidencian la relación, activación y manifestación comunicativas de los hinchas, muy diversas por cierto; en la misma medida que la observación en el orden etnográfico, nos revela que el comportamiento, creencias y motivaciones, siguen exactamente los mismos códigos en ambos grupos, algo que se mantiene con ligeros matices cuando corresponde el análisis de las categorías por: género, subjetividades, movimientos, identidades, estigmas, territorialidades, rituales y simbología.

Su relevancia se encuentra en reflejar, mediante resultados, la repercusión de las acciones discursivas de las barras bravas en los eventos deportivos; y como pueden ofrecer una convivencia más amena para el público.

### **3.2. Diseño de la investigación**

La presente investigación fue estructurada con el fin de proponer un proyecto factible que sea alternativa de solución para la problemática planteada. Considerando como principal variable a la práctica discursiva, este trabajo se sustenta en datos objetivos, obtenido a través de los cuestionarios formulados a los grupos focales y también, al estudio de campo que se realizó durante los días de partido, junto a integrantes de las barras bravas involucradas, con entrevistas en los estadios y sobre todo, con la observación cuantitativa que proporcionó datos muy importantes.

Además de lo referido, la información obtenida pudo ser interpretada de mejor manera con el apoyo de citas bibliográficas, conceptos y teorías de distintos autores, al igual que literatura primaria y secundaria y revisión de videos, con la respectiva interpretación audiovisual.

### **3.3. Técnica Focus Group**

Las bondades de esta técnica permitieron al investigador interactuar con el grupo meta, objeto de estudio, aplicado a diez hinchas de Emelec que pertenecen a la barra brava Boca del Pozo: Ubicados en la calle San Martín, en el lado de la Escuela de box Gamboa y, a diez hinchas de la barra Sur Oscura de Barcelona.

Si bien, el Instrumento utilizado fue un cuestionario de diez preguntas, los diálogos complementarios también aportaron información muy valiosa que, por haber sido recabada horas antes del partido, contenía elementos particulares, propios del estado de ánimo de ansiedad que se produce en dicha circunstancia.

### 3.3.1. Validez y Confiabilidad.

Confeccionar el cuestionario para aplicar el Focus Group a los barristas, fue uno de los elementos más importantes en el objetivo de conseguir una información útil para este trabajo, por eso se recurrió a dos expertos en el tema comunicacional: Lic. Milton González Santos Mgt., Director de la Carrera de Comunicación, UNIVERSIDAD PENÍNSULA DE SANTA ELENA UPSE; y Lic. Ramón Charlton Loor, Director de Contenidos en el Departamento de Deportes de Radio C.R.E, Docente en la UNIVERSIDAD CASA GRANDE, quienes tomando en consideración sobre todo, la incidencia de las prácticas discursivas en el aspecto sociológico y conductual, nos dieron sus respectivas validaciones de las preguntas, determinando el grado de aplicabilidad de las mismas, resultando mejor calificadas las siguientes y cuyas valoraciones se las incluye en anexos:

- ¿La barra Sur Oscura / Boca del Pozo es un grupo representativo de Guayaquil y un referente para los hinchas del resto del país?
  
- ¿Cuál es el mensaje que la Sur Oscura / Boca del Pozo quiere transmitir a los hinchas de los otros equipos?
  
- ¿Los mensajes y cánticos que usa Sur Oscura / Boca del Pozo, hace que aumente el número de hinchas?
  
- ¿Cuáles son los medios que utiliza la Sur Oscura / Boca de Pozo para mantener la comunicación con sus seguidores?
  
- ¿Por qué decidiste ser hincha de Barcelona / Emelec e ingresar a la barra Sur Oscura / Boca del Pozo?

- ¿Qué significa un tatuaje y un trapo para un barrista del Sur Oscura / Boca del Pozo?
- ¿Cómo se manifiesta el aporte cultural de la agrupación Sur Oscura / Boca del Pozo?
- ¿Cuál es el mensaje que quieren transmitir con los cánticos, coros, porras, colores y bailes, antes, durante y después de un encuentro deportivo?
- ¿Cuál es la estrategia de comunicación que utilizan los integrantes de Sur Oscura / Boca del Pozo, en los encuentros deportivos?
- ¿Cree que la barra brava Sur Oscura / Boca del Pozo es un grupo violento? Sí – No, ¿Por qué?

## CAPÍTULO IV

### 4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1. Análisis de los resultados

Los resultados de la investigación fueron obtenidos prioritariamente a través de las entrevistas y el Focus Group, mediante un cuestionario cuidadosamente elaborado y rubricado.

##### 4.1.1. Análisis de entrevistas

En la interrogante referente a ¿Qué propuesta haría para solucionar los problemas de las prácticas discursivas empleadas por las barras bravas en los equipos del fútbol de Barcelona y Emelec?

Andrés Morán Pérez, respondió, *todo empieza desde el hogar, en el momento que hay una educación correcta, existe una cultura en la familia, que permite mantener la proporción de las cosas y ante ello, la afición a un equipo de fútbol, será tomada como entretenimiento, mas no como un estado de enfrentamiento. Si adicionalmente, se crea un gremio de aficionados, que a través de la capacitación permitan entender los problemas y riesgos que implica la práctica discursiva, sería más factible evitar actos violentos y aún sería mejor, si se prepara a los aficionados para innovar en el apoyo al equipo de fútbol.*

Para María Camila Prieto, *simplemente se debe presionar con leyes rígidas, la gravedad del problema requiere sanciones fuertes, que vayan desde la prohibición a ingresar a los espectáculos, multas económicas y el cumplimiento de labores de ayuda social. Solo así se crea cultura de un buen comportamiento.*

Alejandro Barrera Méndez indica que, *es un tema de comunicación, quienes conforman la dirigencia de los equipos de fútbol, debería procurar que las barras para ingresar al estadio, tengan un nexo forma con el club, de tal forma que se establezca una afiliación que también permita el debido control. Esto ayudará a crear cultura y buenas prácticas discursivas.*

Un aspecto de interés constituye cómo se podría aplicar una estrategia que elimine los enfrentamientos de las barras bravas de los dos equipos más importantes del Ecuador, obteniendo muy interesantes criterios.

Andrés Morán Pérez señaló que: *simplemente sancionando a los aficionados peligrosos, prohibiéndosele conformar o ser parte de cualquier barra, las mismas que además deben estar agremiadas y constituidas formalmente, de tal forma que se cree un control entre todos los miembros que apoyan a un equipo de fútbol.*

María Camila Prieto indica que: *la estrategia es sencilla, es ser más rígidos en las leyes y que exista un mejor control por parte de la Policía Nacional cuando las barras bravas interactúen con una comunicación negativa, siempre habrá responsables y hay que sancionarlos rígidamente.*

Alejandro Barrera Méndez indica que: *cada enfrentamiento en cierta forma es responsabilidad del equipo, se lo debe sancionar si existen actos de vandalismo o violencia, por lo tanto, el equipo debe de estar inmerso en la educación y buen comportamiento de las barras que lo respaldan.*

#### **4.1.2. Focus Group**

1. El cuestionario de preguntas hechas un Focus Group aplicado a 20 integrantes de las barras bravas; diez por cada equipo, nos permito la contundencia claridad de

pensamiento, criterios que nos ayudan adentrarnos en este convivir más íntimo de ese miembro de barra, cuando se tocan fibras que los llenan de emoción al hablar de lo subjetivo, se descubre en cada respuesta ese “mundo mágico” que está en cada uno de los entrevistado, podemos decir en ese contexto las razones sobran porque todo pasa identidad que se marca entre unos y otros.

**Tabla 2**

*Análisis del Focus Group: hinchas de Emelec, barra Boca del Pozo.*

<b>Guía de grupo focal</b>	<b>Respuesta</b>
¿La barra Boca del Pozo es un grupo representativo de Guayaquil y un referente para los hinchas del resto del país?	Sí. Se consideran la mejor barra representativa del Ecuador.
¿Cuál es el mensaje que la Boca del Pozo quiere transmitir a los hinchas de los otros equipos?	Transmitir la pasión y amor por su club.
¿Los mensajes y cánticos que usa Boca del Pozo, hace que aumente el número de hinchas?	Siempre, pues el dar ánimo a los jugadores, motiva al resto de la hinchada.
¿Cuáles son los medios que utiliza la Boca de Pozo para mantener la comunicación con sus seguidores?	Los que hagan sentir su presencia. Pirotecnia, globos, banderas y sobre todo cánticos.
¿Por qué decidiste ser hincha de Emelec e ingresar a la barra Boca del Pozo?	Desde pequeño, se sintió el amor al equipo.
¿Qué significa un tatuaje y un trapo para un barrista del Boca del Pozo?	La representación del grupo y del club, sentido la pertenencia.
¿Cómo se manifiesta el aporte cultural de la agrupación Boca del Pozo?	Por las actividades recurrentes que marcan una costumbre.
¿Cuál es el mensaje que quieren transmitir con los cánticos, coros, porras, colores y bailes, antes, durante y después de un encuentro deportivo?	Lo grande que es el emelecismo, su fuerza de expansión y su lealtad incondicional.
¿Cuál es la estrategia de comunicación que utilizan los integrantes de Boca del Pozo, en los encuentros deportivos?	Mucha actividad en las previas de los partidos, en los viajes, que, todos los emelecistas se sientan parte de la barra.
¿Cree que la barra brava Boca del Pozo es un grupo violento? Sí – No, ¿Por qué?	No. Los hechos negativos y aislados de determinadas personas, no representan la esencia de la barra.

*Elaborado por Autor*

**Tabla 3***Análisis del Focus Group: hinchas Barcelona, barra Sur Oscura.*

<b>Guía de grupo focal</b>	<b>Respuesta</b>
¿La brava Sur Oscura es un grupo representativo de Guayaquil y un referente para los hinchas del resto del país?	Sí. Además, enseñan a las otras barras cómo alentar y se consideran, la fuerza, sangre y corazón que se transmite a su equipo.
¿Cuál es el mensaje que la Sur Oscura, quiere transmitir a los hinchas de los otros equipos?	Que no son un grupo vandálico, sino hinchas leales que se manifiestan de distintas maneras.
¿Los mensajes y canticos que usa la Sur Oscura, hace que aumente el número de hinchas?	Por supuesto. Así se fomenta la pasión por el equipo, se cautiva a más gente.
¿Cuáles son los medios que utiliza Sur Oscura para mantener la comunicación con sus seguidores?	Hacia el exterior, la música, permite mucha interacción. Internamente, las reuniones en los exteriores del estadio Monumental y a través las redes sociales.
¿Por qué decidiste ser hincha de la Sur Oscura?	Porque Barcelona no es solo una hinchada, sino, una comunidad, como una hermandad.
¿Qué significa un tatuaje y un trapo para un barrista de la Sur Oscura?	Una expresión que denota poder, temor, revolución y hasta, muerte por el equipo.
¿Cómo se manifiesta el aporte cultural de la agrupación Sur Oscura?	La estructura organizacional, permite muchas actividades que a su vez inciden especialmente en los jóvenes.
¿Cuál es el mensaje que quieren transmitir con los cánticos, coros, porras, colores y bailes antes, durante y después de un encuentro deportivo?	Fortalecer la incondicionalidad y fidelidad hacia el equipo. Estar siempre juntos, en n los triunfos y en las derrotas.
¿Cuál es la estrategia de comunicación que utilizan los integrantes de la Sur Oscura en los encuentros deportivos?	El contacto permanente entre los líderes, hay reuniones programadas y así, se toman decisiones entre todos.
¿Cree que la barra brava Sur Oscura es un grupo violento? Si – No, Por qué	No. Más bien, se consideran un grupo sano, aunque reconocen que hay grupitos infiltrados, pero ellos no son parte de esta agrupación, afirman.

*Elaborado por Autor*

## **4.2. Interpretación de datos**

En el Focus Group, aplicado a las dos barras bravas, se evidencia que ambas presentan características similares, quedando encasilladas dentro de las llamadas tribus o culturas urbanas, donde los hombres, mujeres, niños, jóvenes y adultos, se ven influenciados o motivados por toda la estructura social y organizativa, sintiéndose además, atraídos por sus diversos elementos que contribuyen a un contexto atrapante que algunos casos, inciden en el individuo por su forma y apariencia y en otros, por sus mensajes y subjetividades.

Dentro de estos factores, lo más interesante es el efecto inmediato que estas agrupaciones producen en el sujeto que ve de inmediato reforzados y potenciados, los afectos por su equipo, afianzando su identidad hacia el mismo, aun teniendo sentimientos incipientes.

Un ejemplo de ello se evidencia en los comentarios de los jóvenes con quienes se realizó la investigación de campo. Ellos en su discurso expresaron la igualdad de pensamientos frente a términos relacionados con el fútbol y la barra, amor, fidelidad y pasión.

Otro dato muy revelador apunta la importancia que tienen estos colectivos, para la sociedad en general y su incidencia en los barristas jóvenes. En el primer ámbito, porque muchas veces la percepción relaciona las acciones directamente con el club y todo su entorno, cuando en realidad se trata solamente de un grupo focalizado que no representa a la totalidad. En el segundo contexto se evidencia como el fútbol a través de sus efectos psicosociales, se ha posicionado en el estatus de estilo de vida, ya no es apenas un deporte o una competencia, sino un universo complejo que ofrece muchos roles y en el que cada uno asume el suyo, siendo el más común el de hincha y en el que justamente, los hombres y mujeres que por su temprana edad están en plena construcción de su identidad, entran,

convencidos que allí obtendrán una reivindicación que no alcanzan en otros lugares además de que, se ganarán un espacio dentro un ambiente acogedor en el que todo coincide con su sentir, produciendo una respuesta de plena identificación que incluso, se puede convertir en un motivo para vivir o al menos, en un tema recurrente y prioritarios en su vida.

## **CAPÍTULO V**

### **5. PROPUESTA**

#### **5.1. Tema de la propuesta**

Plan estratégico de comunicación, para concienciar y culturizar a los hinchas de las barras bravas de Barcelona y Emelec, sobre la incidencia que tienen las prácticas discursivas respecto a la violencia en los encuentros deportivos.

#### **5.2. Justificación**

El Plan de Comunicación Estratégica consiste en la estructuración de una serie de acciones comunicativas, diseñadas para asistir en los procesos comunicativos y las relaciones de los hinchas y barristas de la Sur Oscura y Boca del Pozo. Las tres macro estrategias están implementadas para trabajar en: lo cultural, las prácticas discursiva como tales y en lo social, teniendo la intención de dejar de lado la comunicación informal y estática, para abrir paso a la innovación y aplicación de ideas que surgen a partir de la identificación de las prácticas discursivas antes, durante y después de los encuentros deportivos.

El diseño de este Plan Estratégico de Comunicación contempla también, la relación entre la práctica discursiva y la percepción de los hinchas y barristas, a través de sus códigos, signos y símbolos, procurando generar una concordancia en las acciones de los integrantes de los grupos organizados que, lleve a fortalecer la imagen, tanto de la Sur Oscura como la de la Boca del Pozo. El diagnóstico obtenido ha detectado algunas falencias, a las que se busca responder y que, apuntan básicamente a las necesidades de comunicación, por lo tanto se plantearán tres estrategias puntuales que funcionen como una guía, dirigida a los barristas en la intención de marcar una pauta que les permita

interactuar con coherencia, entre su público interno y con el público externo, a fin de recuperar vínculos de respeto y comunicación efectiva, conscientes de que para lograrlo se requiere construir una tendencia de empoderamiento, pues no es algo inmediato, sino un proceso correctivo que no cuestione o interfiera, con el amor y fidelidad por el respectivo equipo.

### **5.3. Objetivo general**

Fortalecer la imagen de las barras bravas, ante sus grupos objetivos interno y externo, a través de un plan estratégico de comunicación durante un año.

### **5.4. Objetivos específicos**

Fortalecer la imagen de las barras bravas, a través de procesos de comunicación pertinentes como: campañas y programas de gestión comunicativa, para lograr una ambiente de confianza en el contexto de los encuentros deportivos.

Mejorar la comunicación interna y externa de los integrantes de cada una de las barras y entre barras, mediante una socialización y campaña de respeto por las prácticas comunicativas de los equipos contrarios.

Socializar el plan entre los integrantes de las diferentes barras bravas, a través de tres estrategias comunicativas: cultural, práctica discursiva y social, para concienciar sobre la incidencia de la violencia y las prácticas comunicativas en los encuentros deportivos.

### **5.5. Descripción de estrategias, tácticas y acciones**

A continuación se describen las tres estrategias comunicativas: cultural, práctica discursiva y social, a llevarse a cabo dentro del presente plan estratégico comunicacional, direccionado a mejorar la imagen de las barras bravas de Barcelona y Emelec, de Guayaquil.

### **Estrategias 1: Cultural**

Forjar una percepción de confianza en el contexto de los encuentros deportivos entre las barras bravas.

### **Estrategias 2: Prácticas Discursivas.**

Mantener un espíritu de camaradería y empoderamiento entre los integrantes de la barra brava y respeto por las prácticas comunicativas de los equipos contrarios.

### **Estrategias 3: Social**

Socialización entre los integrantes de las diferentes barras bravas, las prácticas discursivas pertinentes en los encuentros deportivos.

**Tabla 4***Matriz de Estrategias, Tácticas, Acciones, Indicadores y Objetivo.*

<b>Estrategia 1: Cultural</b>			
<b>Forjar una percepción de confianza en el contexto de los encuentros deportivos entre las barras bravas.</b>			
<b>Público</b>	<b>Acciones</b>	<b>Indicador</b>	<b>Responsable</b>
Hinchas de los equipos Barcelona y Emelec, además de los barristas de las Sur Oscura y Boca del Pozo	Desarrollar campaña informativa, donde los miembros de las barras compartan y relaten sus historias al interior de los quipos	Acciones comunicativas planificadas y ejecutadas	Ordoñez Castro Walter Gilbert
	Promover a través de redes sociales, las actualidades de las barras y difundirlas para establecer empatía con el público interno y externo	Nº de personal convocado y capacitado.	y representantes de los hinchas y de los barristas de la Sur Oscura y de Boca del Pozo
	Desarrollar un programa de capacitación donde se resalten las acciones de cada barra en los encuentros deportivos, utilizando herramientas y medios de comunicación que fortalezcan la imagen de estos grupos.		

*Elaborado por Autor: Walter Gilber Ordoñez Castro*

**Tabla 5***Matriz de estrategias, tácticas, acciones de Discursivas.***Estrategia 2: Prácticas Discursivas.****Mantener un espíritu de camaradería y empoderamiento entre los aficionados al fútbol y los integrantes de las barras bravas**

<b>Público</b>	<b>Acciones</b>	<b>Indicador</b>	<b>Responsable</b>	
Hinchas de los equipos Barcelona y Emelec, además de los barristas de la Sur Oscura y la Boca del Pozo	Realizar informativos audiovisuales donde se comunique sobre las acciones positivas, movilizaciones, testimonio y demás actividades, antes, durante y después de los encuentros deportivos.	N° de informativos audiovisuales programados y ejecutados.	de y	
	Fortalecer la línea gráfica institucional: color y logo de cada una de las barras con mensajes positivos, integradores y de respeto hacia los otros equipos.	N° de información compartida y transmitida, con nueva línea gráfica.	y con línea	Ordoñez Castro Walter Gilbert  Representantes de los hinchas y de los barristas de la Sur Oscura y la Boca del Pozo.
	Espacios de diálogo como mecanismos de comunicación, a través de foros, reuniones, eventos y ferias, para dar conocer las actividades barristas.	N° de reuniones programadas y ejecutadas.	y	

*Elaborado por Autor: Walter Gilber Ordoñez Castro*

**Tabla 6***Matriz de estrategias, tácticas y acciones sociales.*

<b>Estrategias 3: Social</b>			
<b>Socialización entre los integrantes de las diferentes barras bravas, sobre las prácticas discursivas pertinentes en los encuentros deportivos.</b>			
<b>Público</b>	<b>Acciones</b>	<b>Indicador</b>	<b>Responsable</b>
	Diseñar una revista trimestral que informe los acontecimientos, giras y eventos que llevan a cabo los integrantes de cada una de las barras de Guayaquil.	N° de revistas diseñadas y distribuidas al público externo.	
Hinchas de los equipos Barcelona y Emelec, además de los barristas de la Sur Oscura y la Boca del Pozo	Implementar carteleras informativas y boletines que den a conocer las acciones comunicativas, para estar al tanto de la inquietud de los diversos públicos interno y externos de las barras	N° de archivos programados y ejecutados sobre el quehacer empresarial de la EPS.	Ordoñez Castro Walter Gilbert  y Representantes de los hinchas y de los barrista dela Sur Oscura y de Boca del Pozo
	Campaña itinerante en diferentes sectores de Guayaquil, para proporcionar información sobre las acciones, movilizaciones y eventos de cada una de la barras	N° de campañas programadas y ejecutadas.	

*Elaborado por Autor: Walter Gilber Ordoñez Castro*

Estas matrices de estrategias comunicativas: cultural, práctica discursiva y social, que serán parte de este plan estratégico comunicacional, ayudaran a mejorar la imagen de las barras de Barcelona y Emelec, de Guayaquil.

A continuación vamos a ver una tabla que registra el presupuesto y factibilidad económica.

## FACTIBILIDAD ECONÓMICA – PRESUPUESTO

**Tabla 7**

*Presupuesto y Factibilidad Económica.*

No.	ESTRATEGIA	ACTIVIDAD (PRODUCTO)	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	SUMINISTROS	TIEMPO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Estrategia 1: Cultural  Forjar una percepción de confianza en el contexto de los encuentros deportivos entre las barras bravas.	Diálogo abierto	3	Desarrollar campaña informativa, donde los miembros de las barras compartan y relaten sus historias al interior de los quipos	Sala de Reuniones Computadora	Trimestral	\$50,00	\$150,00
		Taller de socialización	Proyector Micrófono Bocaditos					
		Diseño de redes sociales, Facebook y Twitter de cada una de sus actividades de las barras	3	Promover a través de redes sociales, las actualidades de cada una de las barras y difundirlas, para establecer empatía con el público interno y externo	Cámara Computadora Diseñador	Trimestral	\$200,00	\$600,00
		Capacitaciones Charlas motivacionales	4	Desarrollar programa de capacitación donde se resalten las acciones de cada una de las barras en los encuentros deportivos, utilizando herramientas y medios de comunicación que fortalezcan la imagen de los barristas.	Sala de reuniones Computadora Proyector Micrófono Bocaditos	Trimestral	\$30,00	\$120,00

---

## ESTRATEGIA

Estrategia 2: Prácticas Discursivas.	Elaboración de video organizacional	3	Realizar informativos audiovisuales donde se comunique sobre las acciones positivas, movilizaciones, testimonio y demás acciones, antes, durante y después de los encuentro deportivos	Cámara Computadora Celular	Trimestral	\$100,00	\$300,00	
	Mantener un espíritu de camaradería y empoderamiento entre los integrantes de la barra brava y respeto, por las prácticas comunicativas de los equipos contrarios	Diseño de línea gráfica institucional.	1	Fortalecer la línea gráfica institucional: color y logo de cada una de las barras con mensaje positivo, integradores y de respeto hacia los otros equipos.	Cámara Computadora Diseñador	Anual	\$600,00	\$600,00
		Diálogo abierto	3	Espacios de diálogo como mecanismos de comunicación, a través de foros, reuniones, eventos y ferias, para dar conocer sus actividades barristas.	Sala de reuniones Computadora Proyector Micrófono Bocaditos	Trimestral	\$50,00	\$150,00

---

**ESTRATEGIA**

	Diseño de revista institucional	6	Diseñar una revista trimestral que informe los acontecimientos, giras y eventos que llevan a cabo los integrantes de cada una de las barras de Guayaquil.	Cámara Computadora  Celular	Trimestral	\$200,00	\$1200,00
	Estrategia 3: Social						
3	Socialización entre los integrantes de las diferentes barras bravas, las prácticas discursivas pertinentes en los encuentros deportivos.						
	Cartelera informativa.	4	Implementar carteleras informativas y boletines que den a conocer las acciones comunicativas, para estar al tanto de la inquietud de los diversos públicos interno y externos de las barras	Esferos Paleógrafos Pizarra Marcadores	Trimestral	\$100,00	\$400,00
	Campaña informativa	2	Campaña itinerante en diferentes sectores de Guayaquil, para proporcionar información sobre las acciones, movilizaciones y eventos de cada una de las barras	Esferos Paleógrafos Pizarra Marcadores	Trimestral	\$50,00	\$100,00
						<b>Total</b>	<b>\$3.620</b>

---

*Elaborado por Autor: Walter Gilber Ordoñez Castro*

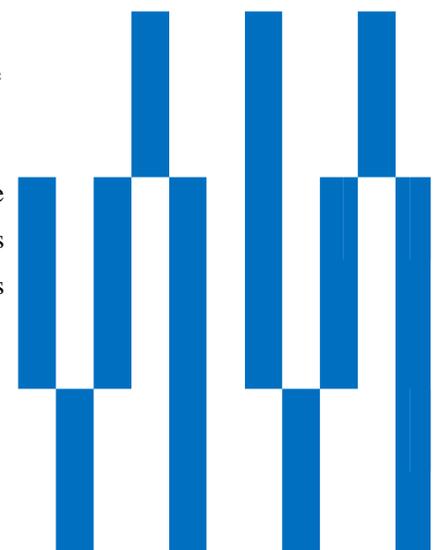
## Cronograma

**Tabla 8**

*Cronograma estratégico de comunicación.*

<b>Cronograma del Plan Estratégico de Comunicación</b>			<b>Año 2021</b>									
#	Estrategias	Acciones	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AG	SET	OCT
1	Estrategia 1: Cultural	Desarrollar campaña informativa, donde los miembros de las barras bravas de Barcelona y Emelec compartan y relaten sus historias y anécdotas.										
2	Forjar una percepción de confianza en el contexto de los encuentros deportivos entre las	Difundir a través de redes sociales, las acciones positivas, sus cantos, letras, colores, trapos, para establecer empatía entre los públicos internos y externos.										
3	barras bravas.	Desarrollar programas de capacitación donde se resalten las acciones positivas, sus cantos, letras, colores, banderas, utilizando herramientas y medios de comunicación que fortalezcan la imagen de cada una de las barras.										
4	Estrategia 2: Prácticas Discursivas.	Realizar productos audiovisuales de cada una de las barras, donde se informe sobre las giras, actividades, eventos y acciones emprendidas por los barristas de los dos equipos guayaquileños.										
5	Mantener un espíritu de camaradería y empoderamiento entre los integrantes de la barra brava y respeto por las prácticas comunicativas de los equipos contrarios	Fortalecer la línea gráfica de las barras bravas: color y logo con una intencionalidad de empoderamiento y respeto hacia los hinchas y los barristas de cada uno de los equipos.										
6		Espacios de diálogo como mecanismos de comunicación, a través de foros, reuniones, eventos y ferias, para dar conocer las acciones positivas, sus cantos, letras, colores y banderas significativas de cada barra brava.										

- 7 Diseñar una revista institucional trimestral que informe sobre los acontecimientos, movilizaciones y encuentros deportivos que llevan a cabo cada una las barras bravas de Barcelona y Emelec, de Guayaquil.
- Estrategia 3: Social
- 8 Socialización entre los integrantes de las diferentes barras bravas, las prácticas discursivas pertinentes en los encuentros deportivos. Implementación de informativos como: periódicos murales, boletines y buzón de sugerencias para dar a conocer las actividades y recibir comentarios sobre los acontecimientos, movilizaciones y encuentros deportivos, a los que van cada una las barras.
- 9 Desarrollar campañas itinerantes en diferentes sectores de Guayaquil, para proporcionar información sobre los acontecimientos, movilizaciones y encuentros deportivos, las que van las barras, Sur Oscura y Boca del Pozo.




---

*Elaborado por Autor: Walter Gilber Ordoñez Castro*

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

Referente a la magnitud mediática que poseen las barras bravas en Guayaquil, se establece que existe una connotación de fortaleza de un territorio subjetivo, es decir, buscan pronunciarse con firmeza en temas de un control de quien es el que impera en las graderías y fuera del estadio, creando un esquema de rencor y odio ante quienes disfrutan de la pasión por el fútbol, las barras bravas no siempre se centran en motivar al equipo, más bien, suelen buscar el enfrentamiento sin control.

Las prácticas discursivas que se llevan a cabo entre las barras bravas, Sur Oscuras y Boca del Pozo, no tienden a entrar en un proceso repetitivo a través de estrategias de comunicación y difusión de mensajes alentadores que orientan a un mayor control y respeto entre las partes. La práctica del lenguaje utilizado es diferente acorde al ámbito social, cultural e histórico del grupo, lo que ocasiona carencia de respeto y a la vez crea una relación atroz entre las barras, información que se revela dentro del conceso realizado al dialogar con ambas barras.

Es evidente que las prácticas discursivas utilizadas en este ámbito conllevan numerosas distorsiones que, en lugar de alejar a sus militantes los cautiva progresivamente, cual los efectos de una droga, produciendo una suerte de adicción que siempre quiere más. Esta experiencia es fácil de corroborar en cualquier jornada, cuando el imaginario colectivo se apodera de la gran mayoría y convierte un recinto deportivo en un campo de batalla; un canto de aliento en un grito de guerra; una contienda deportiva en una rivalidad sin tregua que, parecería buscar la extinción del adversario; en otras palabras lo que son simples

actividades de una jornada deportiva rutinaria, se convierten en ritos bélicos, a los que casi nadie escapa y que en la práctica, casi todos alimentan.

Con este imaginario activado las prácticas discursivas en juego se retroalimentan vertiginosamente en una vorágine que no sabe de reparos y que, encuentran en la ofensa, la agresión, la confrontación, la intimidación y el desafío, su impulsores automáticos.

La mayor parte de los hinchas forman parte de las prácticas discursivas, donde la comunicación verbal y no verbal, no permite un adecuado proceso de apoyo y respaldo al equipo predilecto, creando un evento deportivo muy poco saludable y con carencia de buenas prácticas de comunicación. No se puede detener el desarrollo negativo de la cultura en las barras bravas, pero si se puede difundir, un mensaje de concientización para calmar o controlar los aspectos de confrontación entre las partes que participan en un partido de fútbol. Al parecer, no existe el deseo en las barras de ganar la simpatía de los equipos, sino, más bien son los equipos lo que tienden a ganar el respaldo de la barras.

Con un plan estratégico de comunicación que albergue estrategias innovadoras para interactuar entre los grupos de personas que conforman una barra brava, se podrían hacer mensajes llamativos o un lenguaje motivador para crear cultura y conciencia, así se bajará el índice de la violencia en los estadios y se disfrutará de las prácticas discursivas. Se generará un campo de acción para la reflexión e interpretación de la práctica comunicativa, a través del comportamiento de los barrista en los encuentros deportivos, antes y después de un partido.

Dentro de nuestro enfoque y acorde al plan propuesto que, no deja de ser una ambiciosa campaña de alfabetización icónica, es menester recordarle al hincha, al barrista y a los propios entes mediáticos que, todo este mosaico de factores, culturales, pasionales y hasta comunicacionales, al final son parte de tan solo un imaginario colectivo que, concluido el

evento, no ha cambiado al mundo y que lo único que ha sucedido es determinar el estado de ánimo del individuo, momentáneamente. Es decir, también es imperioso preparar en este caso, al consumidor o protagonista periférico futbolero, para el post partido, procurando que ello le permita asimilar que lo que se vive en un estadio, es en gran parte una fantasía, una irrealidad o en el mejor de los casos, una realidad magnificada.

## RECOMENDACIONES

Optar por una tendencia o tener una predilección por una vertiente determinada, es algo connatural con el ser humano, todos las tenemos, sea en la política, religión, arte o deporte, de hecho es parte de nuestra agenda permanente y en el caso que nos ocupa, relacionado con el fútbol, nos encontramos con el espacio más frecuente que llevado al plano más particular en Guayaquil, es innegable que el adoctrinamiento en torno a los colores de un equipo, casi siempre empiezan por casa, sea porque el niño acepta complacientemente esa herencia pasional o excepcionales casos, como una muestra de rebeldía, decide ir por el bando contrario.

Esto en nuestra cultura es un fenómeno muy frecuente, que por lo general nace en la armonía de los seres más cercanos que sienten lo mismo, mas, las muestras de disenso no tardan en llegar, a veces dentro de la misma casa, en un ambiente que ya denota enfrentamiento y que, de no ser bien manejado, puede caer en distorsiones luego agravadas, justamente por las prácticas discursivas que hemos referido y por lo tanto, es imprescindible que en el hogar mismo, junto con la ideología, por llamarla así, que se le inculca al niño por un club, hay que remarcarle que es fundamental el respeto para quien piense distinto o promueva lo contrario.

Es necesario explicar que en este universo, el amor por algo, debe ser tan grande como la tolerancia por lo contrario, que en fútbol no se trata de eliminar a un enemigo, sino confrontar momentáneamente a un adversario. Como una terapia de comportamiento hay que decirle al barrista que cuando vaya al estadio, piense en un ser querido por él, pero que sea seguidor del equipo rival y que se imagine, que al momento de ofender sea verbal o físicamente al grupo contrario, allí está esa persona. Esto podría frenar o al menos mitigar, muchos actos de vandalismo.

También se recomienda la realización de campañas de comunicación para beneficiar un lenguaje adecuado en las barras bravas, en la que deben de estar inmersos todos los medios convencionales y no convencionales de comunicación, dedicados a la actividad futbolística.

## BIBLIOGRAFÍA

- Brito, X; Ortiz, L. (2017). Lo simbólico, lo real y lo imaginario en las barras bravas. Una mirada desde Ecuador. Revista ACADEMO (Asunción). Vol. 4. N°2. Pp.63 – 74
- Costa, R; Mozejko, D. (2015). Hacer la diferencia: Abordaje socio crítico de prácticas discursivas. Ciudad de Córdoba: Editorial Universitaria Villa María.
- Código Orgánico Integral Penal. (2014). Quito. Ecuador.
- González, E. (2015). Trabajo de titulación Formación de la identidad y tribus urbanas en la juventud: una propuesta practica a través del movimiento Punk. Universidad de Cantabria. Facultad de Educación.
- Gavilán, V; Carrasco, A. (2018). Prácticas discursivas e identidades de género de las mujeres aimaras del norte chileno (1980-2015). Revista Diálogo Andino. N°55. Pp. 111 – 120.
- García-Dussán, É. (2015). Prácticas discursivas orales, dialectos e identidad social. Cuadernos de Lingüística Hispánica. N°26. Pp. 49 – 74.
- Giraldo, J; Torres, A; Valderrama, A. (2018). Análisis de las prácticas de comunicación participativa presentes en el fútbol que practican en la cancha Wembley, ubicada en la comuna 18, barrio Meléndez, Santiago de Cali 2018. Santiago de Cali. Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium. Programa de comunicación social y periodismo. Trabajo de grado.
- Ley Orgánica de Comunicación. (2013). Quito, Ecuador.
- Montalvo, J. (2016). Las barras bravas y la violencia del capital. Ecuador. Quito. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Facultad de Sociología y ciencias políticas. Disertación de Grado en Sociología con mención en ciencias políticas.
- Murillo, J y Martínez, C. (2010). *Investigación etnográfica*. Recuperado de [http://www.UAM.Es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso\\_10/I\\_Etnografica\\_Trabajo.pdf](http://www.UAM.Es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/I_Etnografica_Trabajo.pdf)
- Ortega, J; Gutiérrez, J. (2018). El imaginario social en torno al proyecto migratorio de menores marroquíes. Revista Imagonautas. N°12. Pp. 109 – 125
- Pérez, R. (2018). La publicidad como construcción semiótica. Revista ciencia y sociedad. Vol. 43. N° 2. Pp. 11 – 23

- Ramírez, R; Hugueth, A. (2017). *Modelo de comunicación productiva para las organizaciones de salud pública en Venezuela*. Biblioteca Digital Repositorio Academic. Universidad del Zulia. Año 33. N°83. Pp. 305 – 335
- Rodríguez, N. (2018). La narrativa simbólica y la construcción de identidades alrededor del equipo de fútbol de liga deportiva universitaria de Quito. Quito. Universidad Central del Ecuador. Facultad de comunicación social. Trabajo de titulación previo a obtención de título en comunicación social.
- Romero, R; Castillo, A. (2019). *Gestión de la felicidad y creatividad en el siglo XXI: los capitales intangibles como fuente de innovación, competitividad y desarrollo sostenible*. Editorial Comares, S.L.
- Salvador, J. (2016). Barras bravas en Ecuador. Estudio iconológico de las subculturas del fútbol. Vol. 4. N° 8. Pp. 31 – 52
- Triviño, A. (2018). Imaginarios sociales de infancia y su incidencia en la práctica pedagógica de una escuela bogotana. *Revista Hist. Edu. Latinoam.* Vol. 20. N°31. Pp. 47 – 69
- Vera, P. (2016). Imaginarios urbanos tecnológicos: los hilos de las construcciones socio técnicas de la ciudad. *Revista HS. Horizontes Sociológicos.* Año 4. N°8. Pp. 17 – 164
- Yero, M. (2015). Incidencia del espacio público urbano modificado en las narrativas culturales. *Revista Enfoques.* N°2. 81 – 111.

## ANEXOS

**Lic. Milton González Santos Mgt.**  
**Director de la Carrera de Comunicación**  
**UNIVERSIDAD PENÍNSULA DE SANTA ELENA UPSE**

<b>Criterios</b>	<b>Excelente</b>	<b>Bueno</b>	<b>Regular</b>
¿La barra Boca del Pozo es un grupo representativo de Guayaquil y un referente para los hinchas del resto del país?	✓		
¿Cuál es el mensaje que la Boca del Pozo quiere transmitir a los hinchas de los otros equipos?	✓		
¿Los mensajes y cánticos que usa Boca del Pozo, hace que aumente el número de hinchas?	✓		
¿Cuáles son los medios que utiliza la Boca de Pozo para mantener la comunicación con sus seguidores?	✓		
¿Por qué decidiste ser hincha de Emelec e ingresar a la barra Boca del Pozo?		✓	
¿Qué significa un tatuaje y un trapo para un barrista del Boca del Pozo?	✓		
¿Cómo se manifiestas el aporte cultural de la agrupación Boca del Pozo?		✓	
¿Cuál es el mensaje			

<p>que quieren transmitir con los cánticos, coros, porras, colores y bailes, antes, durante y después de un encuentro deportivo?</p>			
<p>¿Cuál es la estrategia de comunicación que utilizan los integrantes de Boca del Pozo, en los encuentros deportivos?</p>			
<p>¿Cree que la barra brava Boca del Pozo es un grupo violento? Sí – No, ¿Por qué?</p>			

## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, en mi calidad de docente investigador universitario, dejo constancia de haber revisado los 10 ítems del cuestionario, para la aplicación de la GUÍA DE GRUPO FOCAL, que el investigador Ordóñez Castro Walter Gilber, usó para su trabajo de tesis “Tema: Prácticas discursivas de las barras bravas, Sur Oscura y Boca del Pozo de los equipos de fútbol, Emelec y Barcelona, de Guayaquil. Propuesta: Diseñar un plan estratégico de comunicación que concientice a los integrantes de las barras bravas sobre su accionar en los encuentros deportivos.”

Los instrumentos miden, en efecto, el conocimiento y uso de los mecanismos de acceso a la información con varias preguntas definidas al respecto. El instrumento muestra un dominio específico de contenidos de lo que se mide y son consecuentes con mediciones previas que han surgido de investigaciones precedentes.

En tal sentido, garantizo la validez de dichos instrumentos presentados por el referido investigador. 3 de Marzo del 2020



Lic. Milton González Santos, Mgt.  
DOCENTE INVESTIGADOR

**Director de la Carrera de Comunicación**  
**UNIVERSIDAD PENÍNSULA DE SANTA ELENA UPSE**

## ANEXO A. Guía de grupo focal a hinchas de Emelec

A hinchas de Emelec que pertenecen a la barra Boca del Pozo.

Tema: Prácticas discursivas de las barras bravas, Sur Oscura y Boca del Pozo de los equipos de fútbol, Emelec y Barcelona, de Guayaquil.	
<b>Información sociodemográfica</b> Edad ___; Sexo: M_, F_; Ocupación _____	
<b>Variable Independiente Prácticas Discursivas</b>	
<b>Dimensión 1 Construcciones culturales</b>	
1	¿La barra Boca del Pozo es un grupo representativo de Guayaquil y un referente para los hinchas del resto del país?
2	¿Cuál es el mensaje que Boca del Pozo quiere transmitir a los hinchas de los otros equipos?
<b>Dimensión 2 Imaginarios sociales</b>	
3	Los mensajes y cánticos que usa la Boca del Pozo hace que aumente el número de hinchas
4	¿Cuáles son los medios que utilizan la Boca de Pozo para mantener la comunicación con sus seguidores?
<b>Variable Dependiente Barras Bravas</b>	
<b>Dimensión 3 Comportamiento social</b>	
5	¿Por qué decidiste ser hincha de Emelec e ingresar a la barra Boca del Pozo?
6	¿Qué significa un tatuaje y un trapo para un barrista de la Boca del Pozo?
<b>Dimensión 4 Colectivos de agrupación deportiva</b>	
7	¿Cómo se manifiesta el aporte cultural de la agrupación Boca del Pozo?
8	¿Cuál es el mensaje que quieren transmitir con los cánticos, coros, porras, colores y bailes, antes, durante y después de un encuentro deportivo?
<b>Dimensión 5 Reputación en el medio social</b>	
9	¿Cuál es la estrategia de comunicación que utilizan los integrantes de la Boca del Pozo, en los encuentros deportivos?
10	¿Cree que la barra brava Boca del Pozo es un grupo violento? Si – No, Por qué

*Elaborado por Autor: Walter Gilber Ordoñez Castro*

## ANEXO B. Guía de grupo focal a hinchas del Barcelona

Tema: Prácticas discursivas de las barras bravas, Sur Oscura y Boca del Pozo de los equipos de fútbol, Emelec y Barcelona, de Guayaquil.	
<b>Información sociodemográfica</b> Edad ___; Sexo: M_, F_; Ocupación _____	
<b>Variable Independiente Prácticas Discursivas</b>	
<b>Dimensión 1 Construcciones culturales</b>	
1	¿La brava Sur Oscura de Barcelona es un grupo representativo de Guayaquil y un referente para los hinchas del resto del país?
2	¿Cuál es el mensaje que la Sur Oscura de Barcelona quiere transmitir a los hinchas de los otros equipos?
<b>Dimensión 2 Imaginarios sociales</b>	
3	Los mensajes y canticos que usa la Sur Oscura de Barcelona que aumente el número de hinchas
4	¿Cuáles son los medios que utilizan la Sur Oscura de Barcelona para mantener la comunicación con sus seguidores?
<b>Variable Dependiente Barras Bravas</b>	
<b>Dimensión 3 Comportamiento social</b>	
5	¿Por qué decidiste ser hincha de la Sur Oscura de Barcelona?
6	¿Qué significa un tatuaje y un trapo para un barrista de la Sur Oscura de Barcelona?
<b>Dimensión 4 Colectivos de agrupación deportiva</b>	
7	¿Cómo se manifiestan el aporte cultural de la agrupación Sur Oscura de Barcelona?
8	¿Cuál es el mensaje que quieren transmitir con los canticos, coros, porras, colores y bailes antes, durante y después de un encuentro deportivo?
<b>Dimensión 5 Reputación en el medio social</b>	
9	¿Cuál es la estrategia de comunicación que utilizan los integrantes de la Sur Oscura de Barcelona, en los encuentros deportivos?
10	¿Cree que la barra brava Sur Oscura de Barcelona es un grupo violento? Si – No, Por qué

*Fuente: Hinchas que pertenecen a la barra brava Sur Oscura de Barcelona.*

*Elaborado por Autor: Walter Gilber Ordoñez Castro*

**ANEXO C. Evidencia fotográfica de Focus Group con barristas de la Boca de Pozo**



*Fuente: Hinchas que pertenecen a la barra brava Boca del Pozo de Emelec  
Elaborado por Autor: Walter Gilber Ordoñez Castro*

## ANEXO D. Entrevista a aficionados Profesionales.

---

### Entrevista 1

**Nombres:** Andrés Morán Pérez  
**Profesión:** Ingeniero Comercial  
**Edad:** 28 años  
**Aficionado al:** Barcelona



- 1) **¿Qué propuesta haría para solucionar los problemas de las prácticas discursivas empleadas por las barras bravas en los equipos del fútbol de Barcelona y Emelec?**

Todo empieza desde el hogar, en el momento dice que una educación correcta, existe cultura en la familia, al existir una afición a un equipo de fútbol, esta será como entretenimiento, mas, no como un esquema de enfrentamiento, por lo tanto los problemas de la práctica discursiva se solucionan creando un gremio de aficionados que se preparen para innovar el apoyo a un equipo de fútbol.

- 2) **¿Cómo usted podría aplicar una estrategia que elimine los enfrentamientos de las barras bravas de los dos equipos más importantes del Ecuador?**

Simplemente, sancionando a los aficionados, prohibiéndosele conformar o ser parte de una barra debidamente agremiada y constituida, de esa forma se crea un control entre

---

---

todos los miembros que apoyan a un equipo de fútbol.

## Entrevista 2

**Nombres:** María Camila Prieto  
**Profesión:** Comunicadora social, periodista  
**Edad:** 24 años  
**Aficionado al:** Emelec



**1) ¿Qué propuesta haría para solucionar los problemas de las prácticas discursivas empleadas por las barras bravas en los equipos del fútbol de Barcelona y Emelec?**

Simplemente, se debe de presionar con leyes rígidas el adecuado comportamiento de las barras bravas, es decir, sanciones fuertes en temas de ayuda social y económicas, sólo así se crea cultura de un buen comportamiento.

**2) ¿Cómo usted podría aplicar una estrategia que elimine los enfrentamientos de las barras bravas de los dos equipos más importantes del Ecuador?**

La estrategia es sencilla, es ser más rígidos en las leyes y que exista un mejor control por parte de la Policía Nacional cuando las barras bravas interactúen con una comunicación negativa, siempre habrá responsables y hay que sancionarlos rígidamente.

---

### Entrevista 3

**Nombres:** Alejandro Barrera Méndez  
**Profesión:** Arquitecto  
**Edad:** 29 años  
**Aficionado al:** Barcelona



- 1) ¿Qué propuesta haría para solucionar los problemas de las prácticas discursivas empleadas por las barras bravas en los equipos del fútbol de Barcelona y Emelec?**

Este un tema de comunicación, quienes conforman la dirigencia de los equipos de fútbol, también tienen que permitir el adecuado acceso a la barras, que sean parte de cada equipo, de forma que se establezca un control a todos los afiliados que son hinchas y que apoyan y respaldan en cada partido de fútbol al equipo de su predilección, de esa forma creamos cultura y buenas prácticas discursivas.

- 2) ¿Cómo usted podría aplicar una estrategia que elimine los enfrentamientos de las barras bravas de los dos equipos más importantes del Ecuador?**

Cada enfrentamiento es responsable el equipo, se lo debe sancionar si existen actos de vandalismo o violencia, por lo tanto, el equipo debe estar inmerso en educación y buen

---

---

comportamiento de las barras que lo respalda.

---

*Elaborado por Autor: Walter Gilber Ordoñez Castro*

### **ANEXO E. Análisis del Focus Group: hinchas de Emelec, barra Boca del Pozo.**

<b>Guía de grupo focal</b>	<b>Análisis</b>
¿La barra Boca del Pozo es un grupo representativo de Guayaquil y un referente para los hinchas del resto del país?	Sí. Ellos consideran que son la mejor barra representativa del Ecuador, donde lo que más destacan son sus cánticos.
¿Cuál es el mensaje que la Boca del Pozo quiere transmitir a los hinchas de los otros equipos?	Transmitir la pasión y amor por su club. La dedicación a eso, la demuestran en distintas maneras de expresión.
¿Los mensajes y cánticos que usa Boca del Pozo, hace que aumente el número de hinchas?	Piensan que siempre, pues al dar ánimo a los jugadores, eso también es un motor que mueve al resto de la hinchada que va a ver jugar al equipo.
¿Cuáles son los medios que utiliza la Boca de Pozo para mantener la comunicación con sus seguidores?	Para hacer sentir su presencia se valen de pirotecnia, globos, banderas y sobre todo cánticos. La idea es que los demás se sientan identificados, representados.
¿Por qué decidiste ser hincha de Emelec e ingresar a la barra Boca del Pozo?	La razón recurrente es que desde pequeño, se sintió el amor a Emelec y la pasión que como hincha se vive al ver jugar a su equipo es indescriptible.
¿Qué significa un tatuaje y un trapo para un barrista del Boca del Pozo?	Para ellos es una representación del grupo y del club, sentir la pertenencia. Simbolizan la vida de esta agrupación.
¿Cómo se manifiestas el aporte cultural de la agrupación Boca del Pozo?	Consideran que la manifestación cultural está dada por las acciones que realizan. El uso de instrumentos, dan algarabía, manifiestan unión y libertad, expresan sentimientos y emociones.
¿Cuál es el mensaje que quieren transmitir con los cánticos, coros, porras, colores y bailes, antes, durante y después de un encuentro deportivo?	Recordar que nunca deje de crecer el emelecismo y menos, que apague, razón de existencia de una barra que nunca abandona al equipo.
¿Cuál es la estrategia de comunicación que utilizan los integrantes de Boca del Pozo, en los encuentros deportivos?	Este grupo considera las previas antes del partido y los viajes a los diferentes estadios, como los espacios para promover la unión y la expansión.
¿Cree que la barra brava Boca del Pozo es un grupo violento? Sí – No, ¿Por qué?	No se consideran violentos. Explican que lo visto son hechos aislados de personas determinadas, que igual no han menoscabado la esencia de la barra, alentar y alentar.

---

*Elaborado por Autor: Walter Gilber Ordoñez Castro*

## **ANEXO F. Análisis del Focus Group: hinchas Barcelona, barra Sur Oscura.**

<b>Guía de grupo focal</b>	<b>Análisis</b>
¿La brava Sur Oscura es un grupo representativo de Guayaquil y un referente para los hinchas del resto del país?	Los hinchas respondieron que sí son un grupo representativo de Guayaquil, y que enseñan a las otras barras como alentar. Coinciden, en que las banderas, los instrumentos y las canciones en cada partido, aunque ganen, son la fuerza, sangre y corazón que se trasmite a su equipo.
¿Cuál es el mensaje que la Sur Oscura, quiere transmitir a los hinchas de los otros equipos?	El mensaje que desean transmitir es que no son un grupo vandálico. Dicen cuidar que dentro de sus integrantes no haya malcriados, ni que se generen destrozos en los encuentros, además que son un grupo leal que se manifiestan con música y garra.
¿Los mensajes y canticos que usa la Sur Oscura, hace que aumente el número de hinchas?	Según los barristas, lo que desean fomentar es la pasión por el equipo; pretenden en todo momento alentar con fuerza, y así cautivar a más seguidores, con el fin de seguir al club dentro y fuera del país.
¿Cuáles son los medios que utiliza Sur Oscura para mantener la comunicación con sus seguidores?	Consideran que la música es el medio más afectivo para interactuar entre los hinchas, un ejemplo de ello, es una frase muy coreada entre los barrista “siempre estás ahí en cada latido de mi corazón, eres el más grande, el ídolo del Ecuador”. Otro de los medios que utilizan para comunicarse son la reuniones cada semana en los exteriores del estadio monumental y a través de las redes sociales.
¿Por qué decidiste ser hincha de la Sur Oscura?	Dicen porque Barcelona no es solo una hinchada, sino, una comunidad, como una hermandad, que están en las buenas y en las malas Así como Barcelona está para apoyarlos, los hinchas también son recíprocos con este sentimiento.
¿Qué significa un tatuaje y un trapo para un barrista de la Sur Oscura?	Entienden, que es una forma de expresión que, denota poder, temor, revolución y hasta, muerte por su equipo. La satisfacción es cubrirse toda la piel porque toda es Barcelona.

¿Cómo se manifiesta el aporte cultural de la agrupación Sur Oscura?	Dicen que a través de su identidad, sentimiento y fidelidad extrema. Otra forma de evidencia cultural es su estructura organizacional, que les permite un espacio para tomar conciencia en los jóvenes, acerca de su existencia social y hermandad.
¿Cuál es el mensaje que quieren transmitir con los cánticos, coros, porras, colores y bailes antes, durante y después de un encuentro deportivo?	Explican, que sus cantos, instrumentos, colores y bailes, transmiten la fidelidad e incondicionalidad hacia Barcelona. En los triunfos y en las derrotas.
¿Cuál es la estrategia de comunicación que utilizan los integrantes de la Sur Oscura en los encuentros deportivos?	Manifiestan que es una comunicación efectiva, de hecho toman acciones y planifican entre todos. Es la forma de conseguir los mejores resultados, ya que esta organización pone en práctica las estrategias de cantar, para demostrar que están unidos y comunicados por un mismo ideal y un mismo color.
¿Cree que la barra brava Sur Oscura es un grupo violento? Si – No, Por qué	No se consideran violentos, sino un grupo sano humano, aunque reconocen que hay grupitos infiltrados, pero ellos no son parte de esta agrupación, afirman; además ratifican que no son un grupo atroz. Sin embargo, si luchan por su equipo y en ningún momento pretenden hacer quedar mal a su comunidad que es de 2000 integrantes.

*Elaborado por Autor: Walter Gilber Ordoñez Castro*