



**RECONOCIMIENTO Y VISIBILIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN FRENTE  
RADICAL POPAYÁN (BARRA DEPORTIVO CALI)**

**PRESENTADO POR:**

**FABIÁN ANDRÉS SERNA IMBACHI  
OSCAR GIOVANNY HERMOSA RUIZ**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA**

**FACULTAD DE DERECHO, CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES  
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
POPAYÁN, 2022**





**RECONOCIMIENTO Y VISIBILIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN FRENTE  
RADICAL POPAYÁN (BARRA DEL DEPORTIVO CALI)**

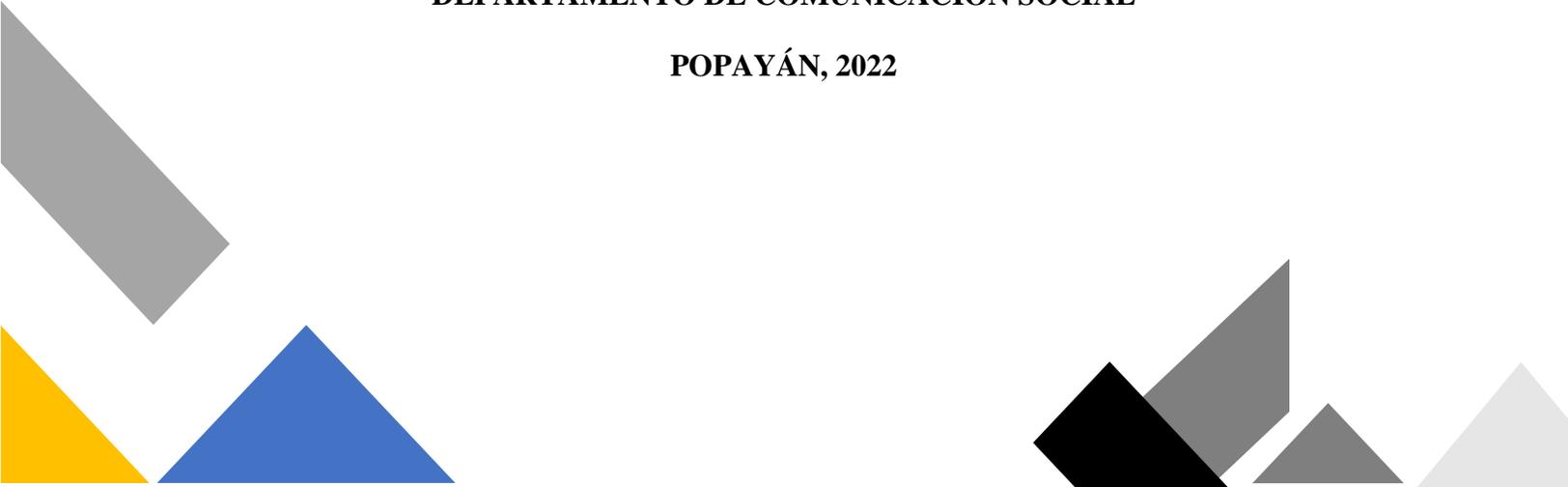
**INVESTIGACIÓN BAJO LA MODALIDAD DE PROYECCIÓN SOCIAL PARA  
OPTAR POR EL TÍTULO DE COMUNICADORES SOCIALES**

**DIRECTOR:**

**ÁLVARO GERARDO FERNÁNDEZ**

**FACULTAD DE DERECHO, CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES  
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**POPAYÁN, 2022**





# AGRADECIMIENTOS

---

Fabián A. Serna I.

Oscar G. Hermosa R.

Investigadores

Álvaro G. Fernández

Director

Popayán - Cauca

En primer lugar, agradecer a Dios, a nuestras familias y conocidos por el apoyo incondicional en todo el proceso académico, así mismo es importante entender que la disciplina y la perseverancia son fundamentales para afrontar los caminos que la vida nos coloca día a día, adicionalmente comprender que la formación como ser humano y como futuros profesionales debe ser transmitida a las generaciones del mañana con una excelente calidad. Se brinda reconocimiento a los docentes del programa de Comunicación Social, los cuales nos guiaron y acompañaron en este proceso académico. Se le hace un honorable agradecimiento al docente Álvaro Gerardo Fernández quien nos orientó y aconsejó en nuestro último paso profesional. Por último y no menos importante, se le brinda gratitud a la barra Frente Radical Popayán por su cooperación en el desarrollo de la investigación.

## Índice General

Introducción .....	6
Capítulo 1 – Marco Contextual.....	8
Capítulo 2 - Propuesta Marco Teórico .....	17
2.1 Barras Bravas .....	17
2.2 Identidad Visual.....	19
2.3 Comunicación Estratégica.....	21
Capítulo 3 - Metodología.....	23
3.1 Acercamiento y Presentación:.....	24
3.2 Análisis Mediático:.....	25
3.3 Encuestas: .....	26
3.4 Entrevistas: .....	27
3.5 Grupos Focales:.....	28
3.6 Grupo de Discusión:.....	29
Capítulo 4 - Hallazgos.....	30
4.1 Análisis Mediático:.....	30
4.2 Entrevistas: .....	36
4.3 Conclusiones Específicas de las Entrevistas:.....	42
4.4 Grupo Focal 1:.....	43
4.5 Encuestas: .....	45
4.6 Conclusiones específicas de las Encuestas: .....	67
4.7 Primera Fase de Resultados, producto comunicativo FRP:.....	67
Capítulo 5 - Descripción Resultado Final .....	69
5.1 Grupo Focal 2:.....	71
5.2 Grupo de Discusión: .....	73
Capítulo 6 - Conclusiones Generales de la Investigación y Trabajo realizado .....	77
6.1 Anexos.....	79
6.2 Bibliografía.....	90

## Índice de gráficos

Gráfico 1. Clasificación de noticias.....	32
Gráfico 2. Ciudad de nacimiento.....	46
Gráfico 3. Identificación género.....	47
Gráfico 4. Descripción nivel educativo.....	49
Gráfico 5. Ocupación Personal.....	49
Gráfico 6. Concepto de Barra Brava.....	51
Gráfico 7. Frecuencia de escucha sobre barras bravas.....	52
Gráfico 8. Medios e información.....	53
Gráfico 9. Medios de comunicación que son fuente de información.....	54
Gráfico 10. Representación de diálogo mediático.....	55
Gráfico 11. Diálogo tema específico (barras bravas).....	56
Gráfico 12. Estigma sobre grupos futboleros.....	57
Gráfico 13. Reconocimiento barras bravas.....	58
Gráfico 14. Conocimiento sobre barras futboleras.....	59
Gráfico 15. Imagen de integrantes barras bravas.....	60
Gráfico 16. Distinción positiva o negativa.....	61
Gráfico 17. Relevancia como actores sociales.....	63
Gráfico 18. Barras como actores sociales.....	64
Gráfico 19. Medios de comunicación más idóneos.....	65
Gráfico 19.1. Temas de conocimiento específico.....	66

## Índice de tablas e imágenes

Tabla 1. Barras bravas según club de fútbol.....	9
Tabla 2. Análisis medios de comunicación.....	30
Imagen 1. Recopilación noticias (se señala lo negativo).....	33
Tabla 3. Análisis negativo del cubrimiento mediático Frente Radical Popayán.....	34
Tabla 4. Análisis neutro del cubrimiento mediático Frente Radical Popayán.....	34
Imagen 2. Recopilación noticias (se señala lo positivo).....	35
Tabla 5. Análisis positivo del cubrimiento mediático Frente Radical Popayán.....	36
Tabla 6. Distribución de la muestra según ciudad de origen.....	46
Tabla 7. Ciudades de respuesta.....	50
Tabla 8. Categorías sobre lo que se escucha de las barras.....	52
Tabla 9. Aspectos positivos que se destacan del FRP.....	62
Tabla 10. Aspectos negativos que se destacan del FRP.....	63
Imagen 3. Ilustración página web.....	71
Imagen 4. Reunión presentación página web.....	72
Imagen 5. Ajustes página.....	76

## Introducción

El presente trabajo de grado da cuenta del reconocimiento y la visibilización de la organización Frente Radical Popayán, barra del Deportivo Cali. El trabajo fue realizado por los estudiantes del programa de Comunicación Social bajo la modalidad de proyección social, el cual tuvo como objetivo principal visibilizar la barra verdiblanca en la capital del Cauca a través del reconocimiento de sus acciones sociales como organización, plasmadas en un producto comunicativo que diera a conocer sus labores en pro del bienestar común de la ciudadanía. Dicho objetivo se planteó teniendo en cuenta que la barra como grupo organizado no contaba con una imagen socialmente acogida por las personas, por el contrario, mediáticamente había sido presentada con un estigma marcado debido a sus repercusiones negativas que alimentaban su mala imagen, por tal motivo esta investigación se basó en nutrir la concepción positiva de la barra Frente Radical Popayán, por medio de un producto que reconoce y visibiliza las acciones, expresiones sociales y culturales que desarrollan constantemente los integrantes del colectivo barrista en la ciudad.

La investigación estuvo marcada por el desarrollo de un proceso participativo con el Frente Radical Popayán, grupo que está conformado aproximadamente por 40 integrantes entre hombres y mujeres de diversas edades y entornos sociales. El colectivo nació el 23 de septiembre del 2008 con la finalidad de seguir, apoyar y alentar al equipo del Deportivo Cali. Cabe resaltar que el Frente Radical Popayán es una de las filiales de la barra central y general denominada Frente Radical Verdiblanco, que reside en la ciudad de Cali. Por tal motivo, el grupo de hinchas de la ciudad de Popayán llevan consigo los ideales del barrismo que fomenta la barra de la capital del Valle del Cauca, entendiendo que esta dinámica “barrista” consiste en reflejar la euforia que genera un equipo de fútbol al ser alentado y representado en diversos entornos y escenarios donde desarrolla diferentes actividades (calles, parques, estadios, entre otros entornos). En concordancia con lo anterior, teniendo en cuenta que Popayán es una ciudad que no cuenta con un equipo de fútbol profesional, se destaca por acoger diferentes hinchadas y legiones de equipos foráneos que generan variadas prácticas de barrismo dentro de la ciudad.



Para perfilar la investigación y enfocar su finalidad (el producto comunicativo), fue necesario indagar diversos conceptos que permitieron comprender las dinámicas sociales de la barra Frente Radical Popayán, su accionar social, ideología y formas de representación en los contextos que frecuentan constantemente dentro y fuera de la capital del Cauca, para ello se recurrió a componentes teóricos como Barras Bravas de Jairo Clavijo, Identidad Visual de Paul Capriotti y Comunicación Estratégica Scheinsohn – Saroka. Los elementos conceptuales nombrados posibilitaron dar respuesta a la pregunta planteada en la investigación: ¿Cómo se puede visibilizar la barra Frente Radical Popayán y sus acciones sociales positivas a través de un producto comunicativo?

Metodológicamente para resolver el problema propuesto, se planteó una serie de encuentros virtuales y presenciales que dieron lugar al desarrollo de la investigación y construcción del resultado definitivo del trabajo de grado por medio de una cocreación con los miembros de la barra y referentes de la misma. El proceso investigativo partió de un análisis mediático para conocer el tratamiento periodístico respecto a la hinchada verdiblanca en Popayán; después se realizó una encuesta de carácter cualitativo y cuantitativo dirigida a la ciudadanía en general con un total de 302 encuestados por medio de un muestro aleatorio simple, con el fin de obtener percepciones sobre el colectivo barrista y a su vez comprender los gustos y tendencias de las personas para informarse acerca del grupo organizado. Posteriormente se efectuaron entrevistas semiestructuradas a referentes (sublíderes por tiempo de permanencia) de la barra con el propósito de obtener una contextualización sobre el barrismo y datos relevantes que permitieron conseguir una información más detallada que fue de provecho para la creación del producto comunicativo. Por último, se llevaron a cabo 2 grupos focales entre integrantes de la barra e investigadores y un grupo de discusión entre docentes del programa de Comunicación Social e investigadores, los cuales tuvieron como objetivo aportar por medio de ideas a la construcción y culminación del producto comunicativo.

Para concluir la investigación y la estrategia comunicativa que visibiliza positivamente al Frente Radical Popayán, se originó una página web que da cuenta de toda la información recogida en el proceso, añadiendo también que es nutrida por otras

elaboraciones anteriormente diseñadas por los investigadores en su formación académica y profesional. La investigación está dividida en 5 capítulos de la siguiente manera: El primer capítulo corresponde al Marco Contextual, el cual contiene una descripción sobre el origen de las barras bravas, grupos de hinchadas en el país e información sobre la barra del Deportivo Cali en Popayán. El segundo capítulo referencia el Marco Teórico y los conceptos que fueron implementados para direccionar, entender y comprender el tema de la investigación. La Metodología es el tercer capítulo del presente trabajo, donde se desglosa el paso a paso de las actividades realizadas para la recolección de información. El cuarto capítulo es el de Hallazgos, apartado en el que se encuentran los resultados de las indagaciones hechas por los investigadores y que dan pie al capítulo denominado Descripción Resultado Final, donde se define el producto comunicativo que da respuesta a la pregunta problema de la investigación. Por último, se encuentra el capítulo 5 de Conclusiones Generales de la Investigación y Trabajo Realizado, en él se destacan aspectos importantes del proceso investigativo, de la creación del producto comunicativo y los aportes al Frente Radical Popayán.

---

## Capítulo 1 – Marco Contextual

En el mundo existen diferentes tipos de organizaciones que son de tipo formal e informal, las cuales se establecen según fines, formalidad y centralización en el quehacer colectivo. En el ámbito organizacional, las llamadas barras bravas son grupos organizados de hinchas apasionados por un sentimiento en común, sentimiento que es generado a través del deporte, concretamente del fútbol. Este tipo de constitución de aficionados se caracteriza generalmente por ser grupos de jóvenes seguidores de clubes, expresar sentimientos mediante cantos, estandartes y demás símbolos que acogen para ser identificados como fanáticos dentro y fuera de los estadios deportivos, pero también son reconocidos principalmente por hacer uso de la violencia física y simbólica con el fin de defender y respaldar los ideales que ellos mismo han establecido por el club futbolero,

siendo esta última caracterización la más importante y razón por la cual son denominados en la sociedad colombiana como barras bravas.

Colombia ha sido y es escenario de diversas barras que se han fundado en el país. Actualmente existen más de 30 barras en el territorio nacional, siendo las más reconocidas, las nombradas a continuación:

Tabla 1. Barras bravas según el club de fútbol

Nombres de las barras	Equipo de fútbol	Escudo del equipo
Frente Radical Popayán	Deportivo Cali	
Los del Sur y Nación Verdolaga	Atlético Nacional	
Blue Rain y Comandos Azules	Millonarios FC	
Barón Rojo Sur	América de Cali	
Holocausto Norte	Once Caldas	
Rexixtenxia Norte	Independiente Medellín	

La Guardia Albirroja Sur	Independiente Santa Fe	
La banda del indio	Deportivo Cúcuta	
Revolución Vinotinto Sur	Atlético Tolima	
La Banda de los Cuervos	Junior de Barranquilla	

Todas las barras nombradas se encuentran organizadas en la ciudad originaria del club futbolero correspondiente, pero también existen subgrupos de las mismas que están ubicados en diferentes territorios del país, los cuales se denominan legiones, que a su vez procuran viajar con el fin de alentar al equipo que fielmente representan.

En este sentido, es pertinente indicar que las barras bravas han tenido fuertes debates entre agentes externos a ellas, no solamente en el ámbito social, sino también en esferas jurídicas en las cuales se ponderan los derechos fundamentales. Se debe tener en cuenta que la Corte Constitucional acoge y reconoce las diversas prácticas de las barras en el área deportiva, a través de lo que por el Congreso de la República de Colombia nombró la *Comisión Nacional para la Seguridad, Comodidad y Convivencia en el Fútbol*, con la **Ley 1270 de 2009**, conocida también como “El estatuto del hincha”, según la cual barristas y delegados de este deporte contribuyen a un trabajo de construcción social para compartir y vivir el fútbol de forma cultural y colectiva. Los artículos (3,7,9,12) de esta ley, tienen en cuenta la participación de los barristas en diferentes campos, ya sea como cooperación o



acompañamiento en entornos deportivos, desarrollo de actividades, promoción de la convivencia y la regulación de derechos humanos inscritos en los artículos 16, 20, 38, 48 y 103 enmarcados en la Constitución de 1991, que hacen referencia al libre desarrollo de la personalidad, expresión, asociación (organización), seguridad social y participación democrática. Sin embargo, es deber de las barras futboleras acatar los numerales 7 y 8 del artículo 140 del *Código Nacional de Policía y Convivencia*, que prohíbe el consumo de bebidas alcohólicas y sustancias psicoactivas en centros deportivos, parques, hospitales y demás escenarios públicos.

Es necesario indicar que la distribución de barras, legiones y espacios territoriales, visibilizan unos procesos de encuentro que para el caso de esta investigación se concentra en la legión Frente Radical Popayán (FRP), hinchada del Deportivo Cali, la cual se suma al colectivo barrista de la capital caucana, espacio donde busca contribuir a la ciudadanía a través de diversas acciones sociales. El FRP pertenece a la barra central Frente Radical Verdiblanco de la ciudad de Cali, hinchada que principalmente tenía como punto de encuentro futbolero el estadio Pascual Guerrero hasta inicios del año 2010, ya que en aquel año se crea el Estadio Monumental de Palmaseca, terreno de juego del club azucarero (Deportivo Cali) que ha sido y será escenario de euforia por parte de la hinchada caleña.

En primera instancia, se originó un grupo de hinchas del Deportivo Cali denominado Páginas en el año 1972 (quienes años después se convierten en una legión del Frente Radical Verdiblanco), el cual ha estado conformado en su mayoría por familias que se caracterizaban por animar al equipo de una forma unida y organizada, característica que aún perdura en la barra central del equipo y las filiales que la conforman, gracias a su incidencia. (Revista oficial Frente Radical, agosto 2020. Pág. 2). El Frente Radical Verdiblanco (también llamados Ultras Verdiblancos), barra popular del Deportivo Cali, nace e inicia su auge el 5 de abril de 1992 en Santiago de Cali, donde aficionados de diferentes partes de la ciudad toman la iniciativa de conformar un grupo estructurado que se caracteriza por alentar, seguir y defender al equipo de sus amores. La conformación de este grupo en sus inicios fue un poco desconocida y descabellada, puesto que no se conocía mucho sobre la cultura del “barrismo”, solamente se acostumbraba a corear y gritar el



nombre del equipo por la euforia y emoción generada durante el juego. Sumado a esto, los Ultras Verdiblanco se caracterizaron por llevar consigo ideologías de los Hooligans o Ultras europeos, grupos que se distinguen por la robustez que presentan en las calles, tribunas y canchas, apoyando a sus equipos y realizando cargas contra sus rivales. Por tal razón, algunos integrantes del Frente Radical adoptaron estos ideales, pero a su vez los combinaron con el Rock y Punk en sus cantos y formas de vestir, dando a conocer esta mezcla por primera vez en el fútbol colombiano en la tribuna oriental del Pascual Guerrero, desplazándose tiempo después a la tribuna popular sur de este mismo estadio, como lo afirma un referente de la barra:

En un comienzo este grupo se ubica en la tribuna oriental debido a que no se establecía un lugar como tal, hasta que se hizo el cambio a popular. Sin importar ello, siempre llevábamos la consigna de alentar al Cali “mezclando” al son del Rock y el Punk la idea de darle más euforia al fútbol. (A. Echeverri. Comunicación personal, 27 octubre de 2020).

El grupo de hinchas Frente Radical Verdiblanco al transcurrir los años empezó a tomar fuerza e incrementar el número de integrantes en sus filas, convirtiéndose en un colectivo amplio y con mucha entrega hacia su equipo de fútbol, puesto que la emoción por este deporte mueve personas de diferentes edades, clases sociales y culturas. En tal sentido, no es raro encontrar jóvenes de 14 años de edad e incluso personas mayores de 55, quienes cumplen diferentes roles en la sociedad y que paralelamente conforman este colectivo con el fin de “el alentar al Deportivo” así como lo dice Óscar Torres, integrante del Frente Radical Verdiblanco:

“Después de que le cojás amor a esto no podés parar, no importa tu clase o edad, aquí venimos alentar al Cali, al Cali yo lo quiero, al Cali lo aliento, por eso hay “chicos” que desde pequeños llevan este sentimiento por dentro”. (O. Torres. Comunicación personal, 18 octubre de 2020)

Es tanta la fuerza que toma la barra que, al transcurrir los años empieza una serie de divisiones a nivel nacional e internacional, conformando grupos externos con una misma



identidad, dando paso así a las denominadas filiales o legiones foráneas del Frente Radical, las cuales cuentan con una misma mentalidad y objetivo “alentar y aguantar siguiendo al Cali”. Las llamadas legiones se caracterizan por representar al equipo en el departamento, municipio, pueblo, vereda o barrio de donde son residentes, con el fin de dejar en alto el nombre del Deportivo Cali. Actualmente Andrés Echeverri, también conocido como “Dos minutos”, afirma que: “El Frente Radical hasta el día de hoy cuenta con algo más de 52 legiones foráneas, desde locales hasta internacionales. Aquí no importa de dónde sos como tal, es bueno representar tu departamento o ciudad, pero aquí todos somos Frente Radical”. (Echeverri, 2020)

Los Ultras Verdiblanco se han caracterizados por aguantar, viajar, alentar y defender a su equipo y los colores que lo distinguen, es por ello que sin importar la distancia, clima o edad, recurren a ser partícipes de los diferentes eventos deportivos donde su club compite. En tal sentido, es por ello que los barristas del Deportivo Cali han visitado diferentes países de América Latina, representando y dejando en alto el nombre del club. Es tal la afición que existe sobre el equipo azucarero que, los integrantes de la barra dejan de lado su familia, amores, amistades, estudio, negocios y trabajos con el fin de disfrutar y ver rodar la pelota durante 90 minutos.

El Frente Radical a pesar de llevar la concepción de barra brava, debido a conflictos violentos con otras barras de diferentes equipos, lleva consigo la idea de ser un actor social positivo para la ciudadanía por medio de lo que han denominado Barrismo Social, que tiene como finalidad desarrollar y ayudar a la sociedad, lo cual se ha venido implementando con los años gracias a la gestión de algunos líderes y la vinculación de la academia como enlace para ayudar a construir sociedad. Es así como en 1999 se apunta al mejoramiento de la calidad de vida de algunos jóvenes por medio de talleres sobre barrismo social, creando de tal forma para el año 2000 el proyecto nombrado Cali de Vida, en el cual se crea un CD de la barra y se amplían gestiones que fomenten la resolución pacífica de conflictos. Este CD narró visualmente el proceso en el cual se vio inmerso el Frente Radical Verdiblanco al buscar contribuir y ayudar en la ciudad como grupo organizado enfocado al barrismo social, dando cuenta de talleres, capacitaciones, orientaciones públicas y sociales,

que tuvieron que desarrollar los integrantes de la barra para fomentar su ideología como herramienta de construcción social y cultural en el deporte.

El grupo organizado incentiva el trabajo con y para la sociedad a través de sus integrantes, su cúpula central y legiones foráneas, reflejando de tal manera su aporte social. Actualmente se destaca el proyecto en curso llamado *Radicales Por La Sonrisa De Un Niño*, el cual se basa en dar diversos tipos de recursos a los niños más necesitados, generalmente se realiza en barrios marginados, hospitales y en algunas ocasiones se desarrolla en ancianatos con personas de la tercera edad, donde el objetivo es producir alegría a los más desamparados del país. Incluso por la trascendencia que los integrantes de le han dado al proyecto, este tipo de acciones sociales se han internacionalizado en cierta medida. (Revista oficial Frente Radical, Agosto 2020. Pág. 10,11).

Muchas legiones han incorporado diversos trabajos sociales dentro de la línea de sus integrantes, reflejando que el barrismo no es vandalismo como muchas personas lo han caracterizado por diversos hechos violentos donde se han visto involucradas las barras. En tal sentido, el Barrismo Social es consecuencia de una visibilización positiva de la barra ante el mundo. Entre aquellas legiones del Deportivo Cali que hacen posible este objetivo, se encuentra el *Frente Radical Legión Popayán (FRP)*, la cual tiene 12 años de existencia tras haber sido fundada el 22 de septiembre del 2008 en la capital del Cauca. Esta se crea a partir de 4 hinchas apasionados por el club, quienes se reunieron y decidieron crear la filial, organizar y ser partícipes de dicho grupo para conformar la legión del Deportivo Cali en la Ciudad Blanca. Desde su creación se empieza a fortalecer la filial cada vez más gracias al incremento del número de sus integrantes, hasta el 2019 contaban con más de 60 miembros activos en esta organización. “La barra está conformada por todo tipo de personas sin importar su clase social, política, económica o cultural; jóvenes y adultos entre 14 y 45 años de edad comparten un mismo sentimiento frente al Deportivo Cali, conformando así una familia” (L. Paz, comunicación personal, 13 de Noviembre de 2020). A pesar de que la sede del club se encuentra a 155 kilómetros de distancia, uno de los referentes del FRP afirmó que:



“Los primeros sitios de reunión del Frente Radical Popayán se establecieron en el antiguo Catay, ubicado al norte de la ciudad de Popayán, donde en un bar del sector nos encontrábamos para observar los partidos del Cali y realizar algunas juntas para tratar temas referentes a viajes o críticas constructivas hacia la institución.” (A. Hoyos, comunicación personal, 6 de octubre de 2019)

El líder de la barra añade que:

“Tuvimos que buscar otro espacio donde hacer reuniones, porque a las personas del sector no les gustaba que la barra se estableciera en ese lugar, ya que se corrían riesgos al observar que otras barras diferentes transitaban el lugar y podrían generarse disgustos”. (Hoyos, 2019).

Por esta razón, el Frente Radical Legión Popayán (FRP) decidió trasladarse a su lugar de reunión actual, el cual está ubicado en el Parque El Recuerdo, sitio que hasta hoy acoge a la hinchada del equipo caleño.

Con el transcurrir del tiempo, en el año 2010, se establece otro punto de encuentro ubicado al norte de la ciudad, en el barrio Bello Horizonte, el cual han denominado “La Mocha”, lugar que también es frecuentado por los aficionados del club verdiblanco para tratar temas del equipo, viajes y barrismo social para contribuir con la ciudadanía.

El Frente Radical Popayán tiene dentro de sus ideales asistir a los encuentros del equipo y representar a la ciudad con el emblema del club en diferentes escenarios deportivos. La barra FRP es una organización informal, pero no por ello exonera una misión y visión que le permita dar cuenta de sus objetivos, estrategias, crecimiento y desarrollo a futuro. En una primera instancia, su misión se basa en alentar, viajar y representar la barra central y el Deportivo Cali dentro y fuera de la ciudad payanesa, con el fin de dejar en alto la insignia del club azucarero. Por otro lado, la visión hace referencia a su crecimiento y construcción ciudadana por medio del barrismo social que ejercen, donde se han enfocado en el desarrollo y beneficio humano.



Según uno de los miembros de la barra, vivir el fútbol desde la barra es sentir diversas emociones, es reflejar la euforia del momento antes de llegar al carnaval del encuentro. La barra vive de forma diferente los partidos, crea estigma por los hechos donde hay repercusiones negativas, pero sabe bien que rompe paradigmas cada que trabaja por el bien común y contribuyendo a la ciudadanía, dando a conocer su otra cara. (F. Sandoval, comunicación telefónica, 12 de Noviembre de 2020)

A lo largo de los 12 años que tiene la barra Frente Radical Popayán, sus miembros se han encargado de llevar a cabo la misión y visión que los caracteriza, ya que con los diferentes viajes que han realizado sus integrantes, han dejado bien posicionado el nombre de la ciudad y del club en diferentes países, como así lo afirma uno de sus integrantes: “Hemos viajado y representado al Cali por todo Sudamérica. El continente nos quedó pequeño y la legión Popayán ha estado en varias canchas, no cabe duda, somos la ciudad representando desde el 2008”. (O. Torres, comunicación personal, 21 de octubre de 2020). En tal sentido, este tipo de acciones son primordiales en la barra, ya que este es un tema importante de discusión dentro de las asambleas o reuniones generales que realizan, las cuales se ejecutan 1 o 2 veces por semana, generalmente los días miércoles y viernes en horas de la noche. Por tal motivo, es frecuente que la hinchada viaje con sus elementos representativos en un bus con 25 a 30 integrantes de la barra, entre 3 y 4 veces al mes, buscando cumplir a cabalidad los objetivos propuestos en los diferentes estadios a los que asisten.

También, el FRP ha tendido compromiso y trabajo social con la ciudad. A pesar de que no es una ideología futbolera como tal, la barra busca generar un legado a nombre de la hinchada que trascienda con el tiempo, dejando en alto y reconociendo la labor social que este colectivo genera. Con tal propósito, procuran solventar y ayudar a romper estigmas que se han creado sobre el barrismo, tratando así que su reflejo ante la ciudadanía sea diferente y progresivamente positivo, ya que actualmente llevan a cabo diversas campañas que apuntan al desarrollo social, entre las cuales se destacan: Campaña *En Busca De Ayudar A Un Amigo*, que consiste en repartir agua de panela con pan y queso a los habitantes de la calle, también *Radicales Por La Sonrisa De Un Niño*, campaña realizada el 24 de diciembre

que tiene como finalidad brindar regalos a niños de escasos recursos. Por otro lado, se encuentra la *Donatón Verdiblanca*, cuyo objetivo es otorgar prendas de vestir a personas de barrios vulnerables y de bajos recursos. De igual forma existe la campaña *Aguapanela Verdiblanca* que, está enfocada en brindar un sándwich con agua de panela a los habitantes de la calle y generar un espacio agradable, entre otras campañas. Con ello se da a entender y se ratifica que el barrismo se hace una proyección social, pero sin olvidar que sus integrantes siguen siendo amantes al deporte más famoso del mundo, el fútbol.

## Capítulo 2 - Propuesta Marco Teórico

Considerando el análisis propuesto acerca de la visibilización de la barra Frente Radical Popayán y sus acciones sociales, se requiere reflexionar acerca de elementos teóricos que orienten el estudio y permitan comprender de manera clara el actuar de este grupo. Principalmente se consideran tres elementos teóricos claves, ***Barras bravas, Identidad visual, y Comunicación estratégica***, los cuales dan origen a términos secundarios como Representación, Imagen, Estigma, Inclusión Social y Organización Social, tenidos en cuenta con el fin de reflejar una visibilización positiva y acertada frente a este grupo, en este caso integrado por individuos unidos por la afición hacia un equipo de fútbol y todas las dinámicas deportivas, comerciales y de encuentro que esto puede implicar. Se exponen a continuación algunos autores y elementos teóricos que aportan a la construcción, desarrollo y entendimiento del tema a trabajar.

### 2.1 Barras Bravas

Las llamadas Barras bravas o grupos de hinchas que siguen y defienden a como dé lugar a un equipo de fútbol, se caracterizan por ser un equipo de individuos que dan y dejan todo por defender, alentar, viajar y acompañar al equipo que apoyan. En este sentido, a los barristas no les importan los gastos, necesidades o problemas que se presenten en cada



travesía que tengan. En Colombia estos grupos han tomado fuerza debido a la alta integración de jóvenes y adultos que aquí se consolidan y las acciones que estos generan según el contexto o escenario donde se encuentren. Clavijo (2004) afirma en su investigación que:

El término barras bravas es la manera como se les conoce en español (hooligans en inglés). El nombre fue puesto a las primeras barras bravas en Argentina y de allí pasó a varios países, entre ellos, Colombia. El nombre barra refiere a que son un grupo y bravas porque las expresiones de violencia física y simbólica han sido su forma característica. También bravas se refiere a la manera intensa y ferviente con que animan al equipo y atacan al contrario en los partidos. (p. 5).

Además, existen elementos en las barras que le dan “vida” a sus grupos, los cuales al mismo tiempo son objeto de disputa e incidentes dentro y fuera del estadio. Los elementos son piezas conocidas en la cultura del barrismo como “trapos” o “estandartes”, aquellos que se emplean con la finalidad de identificar la misma barra y legión de dónde pertenecen los hinchas, ya que llevan consigo el nombre de la filial a la que pertenecen. Al respecto, Clavijo (2004) complementa:

El fenómeno de las barras bravas ha venido creciendo en Colombia, con tres características comunes e importantes: de un lado, son grupos de jóvenes seguidores de equipos locales; de otro, sus formas de expresión son muy similares, cambian los símbolos y las ciudades, pero no las formas de expresarse como barras bravas; y, finalmente la violencia física y simbólica es una de sus maneras privilegiadas de expresión (p. 5).

El FRP como barra brava, es un grupo organizado que es integrado por hinchas, fanáticos o aficionados por el fútbol y un equipo en común, grupo que tiene una visión y misión establecida que busca desarrollar a través de sus dinámicas sociales, objetivos concretos, estructuración, división de roles y demás aspectos que hace concebir a esta barra como una organización. Según Korsbaek (2010, p. 165):



Uno puede pensar la organización social en términos de acción ordenada. Refiere a una actividad social concreta. Esa actividad no es aleatoria, es ordenada, organizada en secuencias interrelacionadas. Un ordenamiento de este tipo no implica patrones simples aleatorios, sino una referencia a fines socialmente definidos. Una sociedad sigue existiendo gracias a tal actividad coordinada y orientada – y sus miembros mantienen sus relaciones mutuas-. Así que podemos describir la organización social como el arreglo funcional de una sociedad. Son los procesos de ordenamiento de acción y de relaciones de referencia a unos fines sociales dados, en términos de ajustes que resultan de la toma de decisiones por los miembros de una sociedad.

## *2.2 Identidad Visual*

Sumado a lo anterior, este grupo organizado se ha encargado de tener una identidad propia frente a sus ideales y formas de actuar, recurriendo a la utilización de elementos que distinguen y representan a sus integrantes, creando así una imagen sobre ellos al portar diferentes elementos y accesorios que los simbolizan; por ejemplo los miembros de las barras utilizan camisas, gorros y diferentes accesorios del club o grupo al que pertenecen, creando su propia identidad, además de ello, utilizan banderas, logos y estandartes que implementan para reconocerse, forjando así una autenticidad. Pero hay que dejar en claro que estos aspectos no definen a cada integrante como persona, sino que hacen referencia al grupo social como tal. Capriotti (2009) lo confirma así:

En el campo de la comunicación esta noción se ha redefinido claramente hacia la idea de Identidad Visual, que es la plasmación (sic) o expresión visual de la identidad o personalidad de una organización, pero que no es la Identidad Corporativa de la misma (así como nuestros zapatos o nuestra ropa son la expresión visual de nuestra identidad o personalidad, pero no son nuestra personalidad). (pág. 19)



En tal sentido, esta identidad a la cual recurren los barristas, genera cierto tipo de estereotipos por parte de la sociedad. Para los integrantes de las barras está claro y son conscientes que lo único que quieren dar a conocer es el clamor y la pasión que desprende el fútbol y el equipo con el que simpatizan. Pero no es así como lo ven las personas externas a estos grupos, según lo que se escucha hablar en las calles y lo que como investigadores se ha observado, ya que muchas de ellas sienten inseguridad al encontrarse o ver sujetos con tales características, por sus formas específicas y particulares de vestir, hablar o expresarse, esto debido al alto nivel de desconfianza que los mismos barristas han generado por las diferentes actuaciones violentas en las que se han visto involucrados, tanto en las calles, canchas o escenarios deportivos a los cuales han asistido, por consiguiente, este tipo de comportamientos provocan una determinada estigmatización, ya que se asocia con el vandalismo. Tal estigma se ve inmerso en parte de la categorización que Goffman (2006) propone:

Se pueden mencionar tres tipos de estigmas, notoriamente diferentes. En primer lugar las abominaciones del cuerpo —las distintas formaciones físicas—. Luego, los defectos de carácter del individuo que se perciben como falta de voluntad, pasiones tiránicas o antinaturales, creencias rígidas y falsas, deshonestidad. Todos ellos se infieren de conocidos informes sobre, por ejemplo, perturbaciones mentales, reclusión, adicciones a las drogas, alcoholismo, homosexualidad, desempleo, intentos de suicidio y conductas políticas extremistas. Por último, existen los estigmas tribales de la raza, la nación y la religión (p. 14)

Es evidente que los medios de comunicación han tomado un papel importante frente a la imagen social que se tiene de los barristas, puesto que la información que suministran en la mayoría de los casos es de carácter negativo, creando así un rechazo o estigmatización hacia estos grupos que se han visto involucrados en acciones moralmente indebidas, como lo reflejan los medios de comunicación cuando se presentan situaciones de desorden público. Esta situación puede empeorar por las dinámicas comunicativas que la organización Frente Radical Popayán dé a conocer a partir de los actos que individual o



colectivamente perjudiquen la imagen interna del grupo, ocasionando un reflejo desfavorable hacia otras personas por medio de una comunicación voz a voz, medios tradicionales y digitales, lo cual establece una mayor envergadura en el alcance de aquello que se comunica. De acuerdo con Capriotti (2009):

Consciente o inconscientemente, voluntaria o involuntariamente, una organización emite en su devenir diario una gran cantidad de información que llega a sus públicos. Para estos, la información sobre una organización está constituida por todos los mensajes efectivamente recibidos por ellos desde la entidad. En muchas ocasiones, los esfuerzos comunicativos de las organizaciones se centran solamente en construir amplias campañas publicitarias, de relaciones públicas, de marketing directo, etc. Sin embargo, casi siempre se olvida que esta actividad comunicativa es sólo una parte de todas las posibilidades de “contacto” de una organización con sus públicos. (p.27).

Por esta razón, cada acción o comportamiento que ejerzan los integrantes de la barra, ya sea desde obras benéficas o actos violentos, denotará determinadas concepciones por parte de agentes externos a la organización. En este sentido, se debe tener una clara conciencia y dominio de aquello que se hace y cómo se hace, pues este proceso puede dar lugar a una buena o mala imagen. “Esta forma de comunicación está constituida por lo que la organización hace o deja de hacer (acción por omisión), o sea, todas las acciones que la organización realiza en su vida diaria. Está vinculada al Saber Hacer”. (Capriotti, 2009, p. 27).

### *2.3 Comunicación Estratégica*

Frente al panorama establecido, es indispensable que el grupo u organización a trabajar (FRP) sea estratégico al momento de comunicar y darse a conocer, ya que a partir de sus acciones dependerá la forma en que sean percibidos por el resto de la sociedad. De igual modo, para alcanzar la visibilización positiva de la barra, se debe hacer uso de los medios de comunicación necesarios y disponibles para divulgar datos e información acerca

de sus acciones, actividades o logística en eventos previamente programados. Lo anterior con el fin de que no sean los públicos externos quienes promulguen aquello que pasa en el interior del grupo de hinchas, pues dejar la comunicación en manos de externos puede llevar a una posición mediática peligrosa, razón por la cual una comunicación estratégica es clave en todo momento, tanto para presentar lo positivo, como para explicar aquellas situaciones que crean confusión, para Scheinsohn y Saroka (2000) citado en (Tur y Monserrat, 2014):

La Comunicación Estratégica es una interactividad, una tarea multidisciplinaria que pretende trabajar con una empresa en una determinada situación y con una proyección específica. Implica un programa de intervención coordinado en cuatro niveles: estratégico, logístico, táctico y técnico. La empresa posee un conjunto de recursos significativos, que en sus públicos causan diversas impresiones, suscitando determinada lectura. Mediante una adecuada intervención sobre el primer término, es posible incidir positivamente en el segundo. (p. 156).

Por ello, para lograr una comunicación acertada, se debe contar con una planificación, ejecución e identificación de aquellas herramientas, procesos y medios que se adecuen eficazmente a las necesidades que requiere la situación de la organización para tomar las decisiones más oportunas. Lo anterior con el fin de que la barra en los medios de comunicación no sea representada a través de actos negativos como riñas, disturbios, confrontaciones, robos, drogadicción, desorden público, entre otros, puesto que de acuerdo con Hall (1997) las representaciones son “parte esencial del proceso mediante el cual se produce el sentido y se intercambia entre los miembros de una cultura. Pero implica el uso del lenguaje, de los signos y las imágenes que están por, o representan cosas” (pág.2)

Para visibilizar el FRP, es importante resaltar las acciones benéficas que realiza, ya que apuntan al barrismo social que vela por el bienestar de la comunidad y de las personas más necesitadas que habitan en la ciudad, a través de campañas y proyectos sin ánimo de lucro que identifican a la barra como actor social. Por medio de esto, el FRP propicia

espacios y entornos donde se ayude a los demás, dejando por visto el alto nivel de inclusión social que se maneja, ya que se genera un proceso de respeto y equidad con quienes son partícipes de estos eventos. Así afirma Araoz (2010):

La inclusión social es el proceso de cambio de las personas, familias, comunidades e incluso regiones, de manera que participen social, económica y políticamente, tanto de forma pasiva (beneficios y oportunidades) como activa (mecanismos y procesos de decisión comunitaria). El concepto de inclusión social forma parte de la tendencia de ampliación progresiva de la ciudadanía, que busca llegar a una participación, de ser posible total. (p. 9)

En concordancia con lo anterior y con los conceptos teóricos propuestos, se consigue perfilar la investigación y por ende el producto comunicativo que da respuesta a la pregunta problema del trabajo de grado, ya que se obtiene una base de ideas que aportan al entendimiento del tema y del cumplimiento del objetivo principal (producto comunicativo) que visibilice la barra Frente Radical Popayán y sus acciones sociales, el cual capte la atención del público y propicie una afinidad a través de la comunicación.

## Capítulo 3 - Metodología

El trabajo con el Frente Radical Popayán se inscribió en la modalidad de proyección social, inscrita en el Programa de Comunicación Social con el acto administrativo 276 de la resolución de septiembre de 2018 establecido por la Universidad del Cauca. Es pertinente indicar que este tipo de modalidad implica que los investigadores sean partícipes y se involucren en las actividades que realiza la barra (FRP) para obtener y conocer información sobre la misma. Así también, el proyecto se ubica en la línea de investigación Comunicación para las Organizaciones, ya que se buscó desde la comunicación realizar un aporte a la organización conforme al objetivo planteado.



La metodología tiene un componente de carácter cualitativo y cuantitativo a través de un enfoque etnográfico de inmersión que implica el desarrollo de entrevistas, el uso de un diario de campo para ordenar notas de observación, aplicación de encuestas, análisis documental sobre información de medios de comunicación, desarrollo de grupos focales y un grupo de discusión. Desde esta perspectiva, el proyecto de trabajo de grado buscó realizar una participación conjunta con los integrantes de la barra por medio de un producto comunicativo donde se visibilizan las actividades, acciones y labores sociales que realiza la barra Frente Radical Popayán en la ciudad.

El análisis del objeto de estudio se desarrolló por medio de una serie de actividades planteadas por los investigadores, las cuales permitieron recolectar información de la barra directa e indirectamente, ya que se obtuvieron diferentes puntos de vista organizativos a nivel interno y externo, percibiendo así un imaginario de la cultura barrista que aporta a la definición del ideario colectivo que se pretendió reflejar y visibilizar con el producto comunicativo final.

### *3.1 Acercamiento y Presentación:*

Con el fin de formalizar y dialogar sobre el proyecto investigativo planteado, los investigadores acordaron y asistieron a reuniones con los integrantes de la barra Frente Radical Popayán.

**Objetivo:** Generar una integración entre investigadores y miembros de la barra FRP, con el propósito de exponer el tema de investigación y dinámicas en conjunto a desarrollar. Se establecieron tres encuentros:

1. La primera reunión tuvo como finalidad la presentación de los investigadores ante los barristas del FRP. También, se observó el comportamiento de los mismos en el parque El Recuerdo.
2. En el segundo encuentro se realizó una identificación y censo sobre los integrantes que componen la barra, sus roles, actitudes, disposición y ocupación de los hinchas.

Igualmente se llevó a cabo el debido reconocimiento de los escenarios que disponen para el desarrollo de sus actividades.

3. Con el fin de saber cómo es vista la barra por personas externas a ella, en la tercera reunión se realizó una indagación sobre la mirada que tienen los transeúntes y habitantes del sector quienes se consideran agentes externos a la barra, donde sus integrantes se reúnen o frecuentan el espacio, para así obtener información sobre la visión que tienen de la barra. Esto a través de una observación y averiguación directa por medio de preguntas.

### *3.2 Análisis Mediático:*

Siguiendo el plan de acción, se recopilaron noticias relacionadas con el Frente Radical Popayán en 24 medios de comunicación digital a nivel local y nacional. La importancia de este análisis se deriva en la recolección de datos cualitativos que contribuyan al entendimiento de la imagen social de la barra.

#### **Objetivo:**

Saber cómo es vista la barra y cómo era el tratamiento periodístico que realizaron los medios de comunicación sobre el tema, identificando así aspectos positivos y negativos a tratar con la hinchada, esto durante los tres primeros meses de investigación, para ello se hizo:

1. El diseño de una ficha de recolección de información mediática (anexo 1 y 1.1).
2. Recolección de información en los 24 medios con un total de 27 notas locales y nacionales sobre la imagen que se refleja de la barra a nivel social y cultural, que comprendió el periodo del 2013 al 2021. Los criterios de este análisis fueron por el tipo de comentario (positivo o negativo), contexto de donde nace la información, fecha de publicación y alcance del medio.

2.1 Se diligenció la ficha de recolección de noticias y sistematización de la información, ordenándola de mayor a menor relevancia según el nivel de

impacto social que hayan causado los acontecimientos reseñados por los medios.

3. Se analizó la página de interacción mediática que emplea la barra (fanpage) para darse a conocer a su público, con lo que se buscó tener en cuenta cuáles son los elementos discursivos, imágenes y videos con los que se dan a conocer y cómo estos impactan en la sociedad a través de sus labores sociales, campañas y embellecimiento de espacios públicos. Lo anterior entre el mes de octubre y noviembre del 2021. (link página: <https://www.facebook.com/legionpopayan08>) (Anexo 2)

### 3.3 Encuestas:

Para el desarrollo de este ejercicio con la barra Frente Radical Popayán, se decidió acudir a este estudio de recolección de información con el objetivo de obtener datos cuantitativos y cualitativos para entender cómo es vista la barra externamente, ya que se realiza al público en general. Para obtener los resultados esperados con las encuestas, se realizó el análisis poblacional de Popayán por medio de los informes del DANE publicados en el 2019, los cuales dan a conocer el número de habitantes de la capital caucana, el cual es de 318.059 habitantes<sup>1</sup>. Posteriormente, se estipula un nivel de confianza del 90% para las encuestas, porcentaje que determina la seguridad de la información que se expresa en las respuestas de las personas, esto con el fin de obtener un margen de error en los resultados de este método de recolección de datos del 5%, que según los análisis de la página SuveryMonkey, debe oscilar entre el 1% y 10%, para ello se encuestaron 300 personas como el tamaño de la muestra. (Anexo 3). Este ejercicio permitió conocer el imaginario que tiene el público sobre las barras de fútbol, teniendo en cuenta que muchas

---

<sup>1</sup> Para la consulta de los datos y el muestreo con base a la proyección a 2019, se encuentra el link de los datos del Dane.  
<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion&ved=2ahUKEwi8mriZuKP3AhVbVTABHUW9AaQQFnoECACQAQ&usg=AOvVaw2-jlligsWz09uUhEKVTZEg>

personas observan y analizan variedad de medios de comunicación y refuerzan o reconstruyen la perspectiva sobre estos grupos.

### **Objetivos:**

1. Conocer qué percepción hay sobre la barra Frente Radical Popayán, la opinión sobre sus actividades e ideologías futboleras.
2. Reconocer los gustos y las tendencias de los espectadores para generar estrategias de visibilización acorde a sus preferencias.

El proceso de encuesta parte de una exploración piloto que implicó validar las preguntas y revisar su redacción. Esta se dividió en tres partes, preguntas de datos demográficos, tema de la encuesta y componente específico (que incluyó identificación, concepto sobre las barras, percepción positiva o negativa sobre el FRP y representaciones) así mismo una categoría para conocer de qué modo los encuestados deseaban informarse sobre la hinchada del Deportivo Cali en Popayán. Para determinar la efectividad de los resultados deseados por parte de los investigadores, se realizó de forma digital a través de un enlace web (link) al igual que su difusión para ser diligenciada. (Link Formulario: <https://docs.google.com/forms/d/19DVvrmyvcxi0iSjo40YsK981HcgqH7JSic4-A4A-ddo/edit>). (Anexo 4 y 4.1)

### *3.4 Entrevistas:*

Se diseñaron y ejecutaron entrevistas mixtas que aportaron datos cualitativos importantes de la barra, ya que las preguntas se adaptaron al contexto en el que se establece el colectivo. Se concretaron citas con los líderes de la barra Frente Radical Popayán, la Policía Nacional y la fuente gubernamental (Alcaldía Municipal de Popayán – Secretaría de Cultura y Deporte) encargada de las hinchadas de fútbol en la ciudad.

### **Objetivo:**

1. Obtener información más profunda y detallada sobre el interés de la investigación.

Las entrevistas se establecieron de manera personal en espacios públicos formalmente consensuados entre investigadores y entrevistados.

1. En las entrevistas con los líderes del Frente Radical Popayán se logró recolectar información precisa y específica, ya que el cuestionario fue flexible y contribuye al entendimiento de las respuestas brindadas, comprendiendo así la imagen actual de la barra y la confrontación de los aspectos negativos que aquejan a la hinchada. Se conocieron diversas versiones que tenían los líderes frente a acontecimientos mediáticos que generan estigmatización.
2. Para la realización de este cuestionario y posterior ejecución del mismo, se solicitó el debido permiso para que se lograra llevar a cabo el trabajo a realizar con la fuente institucional (Policía Nacional) (Anexo 5 y 5.1), donde se buscó indagar la participación de la institución en las actividades de la barra, al apoyo y el respaldo de las mismas. También, se pretendió conocer el procedimiento de la Policía en acontecimientos con repercusiones negativas que incumben al FRP (violencia, robos e inseguridad) para percibir la mirada que este organismo tiene sobre la barra y saber qué soluciones se plantean ante la incertidumbre que aflige a la misma.
3. La entrevista con el delegado de la Secretaría de Cultura y Deporte de la Alcaldía Municipal, se enfocó en el trabajo conjunto que se ejerce entre barras futboleras de la ciudad y la institucionalidad que representa a Popayán, con lo que se pretendió conocer cuál es la mirada que tiene la intuición sobre los barristas, cuál es el aporte social que brindan a los diversos jóvenes que hacen parte de ese tipo de colectivos y qué disposición hay para contrarrestar la estigmatización que se les atribuye.

### *3.5 Grupos Focales:*

Se realizaron dos grupos focales con el fin de obtener información cualitativa en la investigación, lo cual permitió obtener datos, opiniones, experiencias e ideas de forma colectiva entre los miembros de la barra Frente Radical Popayán.

#### **Objetivos:**

1. Conversar con los integrantes del FRP como barristas y partícipes de la evolución de la organización.
2. Definición de las acciones y características a visibilizar de la barra.

2.1 Elección del tipo de producto comunicacional para elaborar posteriormente.

Con el fin de llevar a cabo los objetivos descritos, se decide establecer reuniones en espacios neutros, comunes y empleados por la barra para el desarrollo de sus actividades.

1. Parque El Recuerdo, reunión con los integrantes del FRP para reconocer su cultura barrista.
2. Parque El Recuerdo (en su defecto reunión por meet). Presentación de los tipos de productos comunicativos (Crónica, foto-libro, página web, etc) que se pueden emplear para la visibilización de la barra FRP y definición del mismo.
3. Una vez iniciada la creación del producto comunicativo acordado (página web), se realizó una reunión con la barra para presentar un adelanto de lo que se había avanzado. A partir de ahí se conocieron opiniones que se tuvieron en cuenta para el desarrollo del producto.

### *3.6 Grupo de Discusión:*

Se recurrió a este método investigativo con el fin de obtener opiniones compartidas que, permitieron valorar y evaluar las características del producto comunicativo realizado.

#### **Objetivo:**

1. Retroalimentación del producto comunicativo a presentar y culminar.

Se pretendió con docentes del programa de Comunicación Social enriquecer la construcción del producto comunicativo.

1.1 Reunión con docentes para conocer sus puntos de vista frente a la culminación del producto comunicativo.

## Capítulo 4 - Hallazgos

### 4.1 Análisis Mediático:

La exploración que se realizó de los diferentes medios de comunicación digitales, tanto a nivel local, nacional y en algunos casos internacional, llevó a que esta indagación dejara diferentes puntos de vista, dentro de los cuales se destacan:

1. Se abordaron 27 noticias que obedecieron a la cantidad de publicaciones entre el 2013 y 2021 en medios digitales, elegidas por la relevancia en que los medios le dieron a los acontecimientos en los cuales la barra Frente Radical Popayán se vio implicada, se resaltó incluso que al estar en conjunto con la barra central Frente Radical Verdiblanco, siendo un grupo más amplio de hinchas, ha hecho que su imagen fuera abordada desde diferentes posturas por los diversos medios de comunicación, dentro de las cuales se observan tratamientos, comentarios y posturas de orden positivo, negativo y neutro, determinando que: 16 son negativas, 1 es neutral y 10 son positivas, como se observa en la siguiente gráfica en porcentajes.

Las noticias se clasificaron según su carácter, el medio al que cada una pertenece y el número de hechos reseñados por los medios, de la siguiente manera:

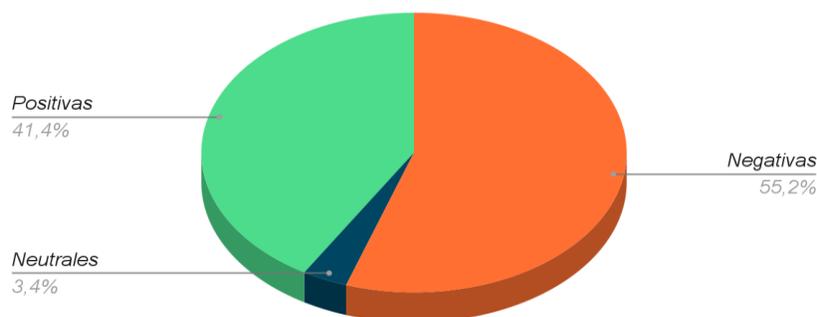
Tabla 2. Análisis medios de comunicación

Nombre del Medio o Canal	Espectadores	Nº de Noticias	Positivas	Neutras	Negativas
El Tiempo	50.1 Millones	1			1
Youtube (1.Obtenido por canal - Legiones del frente radical) (2. Obtenido en canal de Carlos Alberto Ricchetti - Director del Diario El Político de Risaralda)	1. 2.2 Mil 2. 2.3 Mil	2			2

Diario del Cauca	50 Mil	2	1		1
El País	13.3 Millones	2			2
Semana	30.9 Millones	1	1		
Blu Radio	9,4 Millones	1			1
El Periódico Deportivo	50 Mil	1			1
Súper Noticias del Valle	Sin datos	1			1
La Silla Vacía	2.1 Millones	1		1	
CaliEscribe	50 Mil	1	1		
Semilleros	50 Mil	1			1
Pulzo	15.8 Millones	1			1
Facebook (Alcaldía)	103 Mil	1	1		
Colombia Informa	50 Mil	1	1		
90 Minutos	446 Mil	1			1
CNC Cali	Sin datos	1			1
Neal Televisión	Sin datos	1			1
Caracol Tv	23.3 Millones	1			1
Alcaldía de Popayán (Página Web)	Sin datos	1	1		
Planeta Informático	50 Mil	1	1		
Radio Súper Popayán	50 Mil	1	1		
Policía Nacional	4.2 Millones	1	1		
Tiempo Real	50 Mil	1	1		
FútbolRed	8.8 Millones	1			1
<b>Total</b>		<b>27</b>	<b>10</b>	<b>1</b>	<b>16</b>

Gráfico 1. Clasificación de noticias

*Clasificación de Noticias*



Los anteriores medios de comunicación fueron elegidos y analizados a partir de la trascendencia, magnitud y relevancia que tiene la información periodística reseñada y estudiada en este trabajo. Principalmente se destacan porque incumben a la barra FRP y el contexto en que se desarrolla, en segunda instancia, debido a la cercanía de los sucesos a la ciudad en que se desenvuelven estos hechos. En estas noticias se vio implicada la barra y las actuaciones de sus integrantes, corroborando así, que el cubrimiento que hacen estos medios, se ve mayormente dirigido a los actos delictivos y la extensión de estos hechos, a comparación de lo positivo, donde los sucesos no son totalmente cubiertos e indagados.

2. Dentro de las diversas palabras claves con las cuales se refirieron o identificaron a las barras, se tiene en cuenta que se distinguen por ser violentas, agresivas, peligrosas y de crear conflictos, como se registra en la siguiente imagen del cuadro investigativo.

Imagen 1. Recopilación de noticias (se señalan las negativas)

4	Fecha	Título	Palabra clave	contexto donde nace la información	redes sociales	Información es
5	25 DE MAYO DE 2017	Así fueron los disturbios en el clásico América vs. Deportivo Cali	Disturbios	social		De conflicto entre barras
6	14 febrero 2015	Robando trajo a millonarios	Pelear	social	Youtube	Pelea en popayán
7	24 mayo 2016	Barras del Deportivo Cali atacarán a hinchas del Pereira en su viaje a Popayán	Pelear	social	Youtube	Pelea en carretera entre hinchas del Cali y Pereira
8	28 enero 2015	Barras bravas, un creciente problema en Popayán	Problema	social		Barras bravas un problema social
9	28 mayo 2017	Los Delitos que esconden Barras bravas en Cali	Delitos	social		Delitos internos en Barras brvas
10	4 agosto 2020	Las barras del Cali y America se unen para entregar regalos	Union	social		Entrega de mercados por parte de barras
11	25 noviembre 2020	Joven murio tras enfrentamiento a bala entre hinchas del Cali y America	Enfrentamiento	social		Muerte de hincha
12	22 abril 2016	Denuncian acuerdo entre Frente Radical y Nueva Chicago para atacar a Boca	Denuncia	social		Denuncia a barra Colombiana y Argentina
13	14 julio 2015	Sancionada barra Cali por mal comportamiento en ultimo partido	Comportamiento	social		Mal comportamiento barra Cali
14	29 noviembre 2019	El paro unió lo que el fútbol separó: a las barras America y Cali	Unión	Social-Politico		Unión de barras en paro
15	16 noviembre 2013	Barra Cali y America hablan de barrismo social	Barrismo	Social		Barrismo social
16	12 julio 2018	Violencia se sigue viviendo en los estadios ¿ hasta cuándo?	Violencia	Social		Violencia en estadios
17	8 de Febrero 2017	Audios de venganza y hasta secuestro tras robo de trapos de hinchas del Cali en medellin	Violencia	Social		Violencia tras robo de trapos
18	13 Agosto del 2020	Semana de la Juventud 2020. Mi árbol y yo	Deportivo Cali	Social, Ambient	Facebook	Medio ambiente, barra y funcionarios de la alcaldia
19	16 de Junio del 2020	Barra popular del Deportivo Cali impulsan iniciativas sociales en Popayán	Conciencia	Social		Animalista y barrismo social
20	9 Mayo del 2017	Pelea entre barras del Cali y Medellín deja un muerto en Bolivia	Pelear	Social-Internacional		De conflicto, donde se describe la violencia de las barras en otro país.
21	21 Abril del 2016	Barras del Cali agreden a hinchas del Boca en Argentina	Vergonzoso	Social	YouTube	Disturbios protagonizados por hinchas en Argentina
22	25 de Mayo del 2017	Invasión hinchas en calcio vallecaucano	Invasión	Social	Youtube	Invaden la cancha de fútbol barristas de los equipos caleños
23	29 Abril del 2016	El cuerpo de Jonathan Bolaños, de 17 años, fue hallado por las autoridades en aguas del río	Muerte	Social	YouTube	Muere hinchas del Cali tras agresiones de hinchas del America de cali
24		Los barristas dicen: No más violencia, convivencia en paz	No más violencia	Social	Pagina web	Firma de acuerdo de paz entre barristas en la ciudad blanca.
25	8 Junio del 2020	Recogen ayudas para familias vulnerables en Popayán	Ayudas	Social		Frente Radical Popayán colabora en entrega de mercados en la ciudad
26	26 Mayo del 2020	Gran labor social en los parques	Labor Social	Social	Facebook	Hinchas realizan labor social
27	6 mayo 2016	Inician trabajo social en Popayán con barras bravas del Deportivo Cali	Convivencia	Social		Convivencia ciudadana
28	6 julio 2015	Jóvenes que integran las denominadas "barras bravas" se unieron al desarme voluntario	Paz y Tranquilidad	Social		Seguridad en festividades deportivas
29	7 febrero 2020	Fundación en Popayán unió a las barras de 'Millos', América, Cali y Nacional	Estigmatización	Social		Unión de barras.
30	21 marzo 2021	Violencia entre hinchas no se detiene ni con los estadios vacíos	Violencia-pelea	Social		De Violencia e intolerancia
31	25 marzo 2021	¿Quién los para? Antecedentes de hinchas del Cali y sus protestas	Violencia-irresp	Social		De falta de tolerancia con jugadores, directivos y población en general

Es notorio que, dentro de los discursos noticiosos de los medios de comunicación, se juzga y señala a la barra en titulares y contenidos textuales que describen los sucesos reseñados, dentro de los cuales se destacan y repiten con más regularidad palabras tales como: Peleas, enfrentamiento, violencia, intolerancia y riñas. Las repercusiones de estos discursos se ven reflejadas en la estigmatización enmarcada en la barra por parte del público de estos medios, según el proceso de observación de los investigadores que inicia desde el año 2017 hasta la culminación del presente trabajo. (Anexo 10)

3. Detalladamente se estudiaron 5 notas periodísticas donde hubo incidentes que involucraron al Frente Radical Popayán, debido a que estas contaron con mayor repercusión negativa en el quehacer de la barra, como se aprecia en el siguiente cuadro:

Tabla 3. Análisis negativo del cubrimiento mediático del Frente Radical Popayán

Noticia	Fecha	Medio	Autor
Pelea en cuadrangular de fútbol en Popayán	25/01/2015	Cubrimiento de Noticias Caracol	Noticias Caracol, pero la información se tomó de la página Legiones Frente Radical.
Barras bravas, un problema creciente en Popayán	28/01/2015	Diario el Cauca	Andrea Flórez
Barras del Deportivo Cali atacaron a hinchas del Pereira en su viaje a Popayán	24/05/2016	YouTube	Carlos Alberto Ricchetti
Así fueron los disturbios en el clásico América vs. Deportivo Cali	25/05/2017	El Tiempo	Juan Pablo Rueda
Los delitos que se esconden detrás de las 'barras bravas' del América y el Cali	28/05/2017	ElPais.com	Redacción de El País

Noticias con las cuales se ha trabajado en conjunto con la barra para observar la dimensión que tienen estos conflictos e incluso saber qué sucedió en cada uno de ellos.

- Se catalogó una noticia como neutral entre las 27 analizadas, ya que no se inclina a favor o en contra de la barra Frente Radical Popayán, no afecta, ni contribuye a una postura de enfrentamiento entre partes, ya que el cubrimiento no destaca aspectos positivos o negativos sobre el acontecimiento reseñado, sino que le da relevancia al Paro Nacional y no a las barras y su actuar.

Tabla 4. Análisis neutro del cubrimiento mediático del Frente Radical Popayán

Noticia	Fecha	Medio	Autor
El paro unió lo que el fútbol separó: a las barras América y Cali	29 noviembre 2019	La Sillavacia	Kerly Andrea Murillo

- En la indagación también se hallaron variadas posturas positivas que registran las labores sociales que el FRP ha llevado a cabo a lo largo de su presencia en la ciudad de Popayán, las cuales están orientadas por los medio de comunicación a través de Palabras clave como: barrismo social, iniciativas sociales, no más violencia,

acuerdos de paz, comedores para mascotas, siembra de árboles, entre otros, como se aprecia continuación.

Imagen 2. Recopilación de noticias (se señalan las positivas)

	Titular	Fecha	Lead
12	Acuerdo entre barras para atacar a Boca Juniors	22 abril 2016	Denuncian acuerdo entre Frente Radiocal y Nueva Chicago para atacar a Boca
13	Sancionada barra Deportivo Cali por mal comportamiento en estadio	14 julio 2015	Sancionada barra Cali por mal comportamiento en último partido
14	Barras del Cali y América se unen por fines políticos	29 noviembre 2019	El paro unió lo que el fútbol separó: a las barras América y Cali
15	Barra Cali y América hablan de <b>barrismo social</b> en Cali	16 noviembre 2013	Barra Cali y América hablan de barrismo social
16	Violencia en estadios del país (Pereira)	12 julio 2018	Violencia se sigue viendo en los estadios ¿ hasta cuándo?
17	<b>Amenzas y violencia tras robo de trapos en Medellín</b>	8 de Febrero 2017	Audios de venganza y hasta secuestro tras robo de trapos de hinchas del Cali en
18	Barristas junto con funcionarios de la alcaldía <b>siembran árboles</b> en El Re	13 Agosto del 2020	Semana de la Juventud 2020, Mi árbol y yo
19	Integrantes del FRP instalan <b>comedores para mascotas</b> de la calle en	16 de Junio del 2020	Barra popular del Deportivo Cali impulsan <b>iniciativas sociales</b> en Popayán
20	Incidentes entre hinchas de Medellín y Cali, deja un muerto en enfrentam	9 Mayo del 2017	Pelea entre barras del Cali y Medellín deja un muerto en Bolivia
21	Barras bravas del Deportivo Cali se enfrentan con hinchas del Boca Ju	21 Abril del 2016	Barras del Cali agreden a hinchas del Boca en Argentina
22	Invasión a la cancha en clásico caleño	25 de Mayo del 2017	Invasión hinchas en clásico vallecaucano
23	<b>Muere joven hinchcha del Deportivo Cali</b>	29 Abril del 2016	El cuerpo de Jonathan Bolaños, de 17 años, fue hallado por las autoridades en
24	Firma de <b>acuerdos de paz</b> , entre barras en Popayán		Los barristas dicen: <b>No más violencia</b> , convivencia en paz
25	Barra del Deportivo Cali en Popayán <b>contribuye en mercados</b> para fan	8 Junio del 2020	Recogen ayudas para familias vulnerables en Popayán
26	Frente Radical Popayán realizar <b>comederos para animales</b> en la ciuda	26 Mayo del 2020	Gran labor social en los parques
27	La secretaria de deporte y cultura, la policía metropolitana y los hinchas	6 mayo 2016	Inician <b>trabajo social</b> en Popayán con barras bravas del Deportivo Cali
28	La policía promovió la entrega voluntaria de armas de fuego y armas bla	6 julio 2015	Jóvenes que integran las denominadas "barras bravas" se unieron al desarme v
29	Las barras del Cali, América, Millonarios y Nacional crean espacios de i	7 febrero 2020	Fundación en Popayán unió a las barras de 'Millos', América, Cali y Nacional
30	Aunque los estadios de la ciudad de Cali se encuentran vacíos por tema	21 marzo 2021	Violencia entre hinchas no se detiene ni con los estadios vacíos
31	Siempre violentas, amenazantes y sin respetar a jugadores, entrenador	25 marzo 2021	¿Quién los para? Antecedentes de hinchas del Cali y sus protestas
32			
33			

De esta forma se logra evidenciar que no todas las actuaciones de la barra en la sociedad son de carácter negativo, sino que como otros grupos organizados también contribuyen al bienestar y mejoramiento de la capital del Cauca y sus habitantes. Por otro lado, se tiene en cuenta que no todas las actividades que desarrolla la barra son reseñadas por los medios de comunicación, se estima que hace falta un cubrimiento apropiado y continuo de las labores sociales ejercidas por el FRP.

- Así mismo, se destacan 5 de las 10 noticias positivas encontradas en la investigación, determinando y recalando el buen actuar de la barra en el contexto en que la hinchada verdiblanca actúa.

Tabla 5. Análisis positivo del cubrimiento mediático del Frente Radical Popayán

Noticia	Fecha	Medio	Autor
Semana de la juventud 2020. Mi árbol y yo.	13 agosto 2020	Facebook	Alcaldía de Popayán
Gran labor social en los parques	26 mayo 2020	Facebook	Planeta Informativo
Recogen ayudas para familias vulnerables en Popayán	8 junio 2020	Diario el Cauca	
Los barristas dicen: No más violencia, convivencia en paz		Facebook	Alcaldía de Popayán
Fundación en Popayán unió a las barras de 'Millos', América, Cali y Nacional	7 febrero 2020	Tiempo Real	Richard Calpa

Se tuvieron en cuenta cada una de las noticias destacadas por su nivel de importancia e impacto por la magnitud de los acontecimientos, siendo este punto central de discusión con los integrantes de la barra FRP para entender y comprender los sucesos significativos que contribuyen al mejoramiento de su imagen.

8. Se logró apreciar con notoriedad que, por parte de los medios de comunicación, la difusión de la imagen negativa de la barra es mayor a comparación de la positiva, motivando a los investigadores al cumplimiento del objetivo general del proyecto, visibilizar las acciones sociales de la barra como organización.

#### 4.2 Entrevistas:

Se concretaron y llevaron a cabo citas con el líder de la barra y fuentes institucionales para la ejecución de las entrevistas, en ellas se buscó recolectar información cualitativa, ya que estas personas tienen un conocimiento más profundo sobre las acciones y actividades de este grupo organizado. Dieron a conocer su postura e imagen en relación con la barra Frente Radical Popayán. Para el desarrollo de las entrevistas se tuvieron en cuenta los hallazgos obtenidos en el análisis mediático, ya que este arrojó una posición de cómo es visto el barrismo por la sociedad y cuál ha sido el cubrimiento mediático que se ha dado frente a algunos hechos donde la barra se ha visto involucrada. De igual forma, se

buscó conocer y confrontar algunos hechos y versiones por parte de los integrantes de la barra FRP, puesto que parte de la investigación consiste en darle voz a este grupo y no solo tener en cuenta lo que dicen agentes externos a ellos. Las entrevistas fueron mixtas, pues se trató de generar confianza con el entrevistado sin perder la formalidad de esta y pasar a cosas personales. Obteniendo como resultado las siguientes versiones por parte del líder de la barra, Andrés Hoyos. La fuente institucional (Policía), intendente Eduardo Quisoboni, y la fuente gubernamental (Alcaldía) Jhon Alexander Silva:

Andrés Hoyos se ha caracterizado por ser uno de los fundadores y líderes de la barra Frente Radical Popayán, dio a conocer su perspectiva frente a esta organización a lo largo del tiempo (2008 - actualidad) en el que ha estado a cargo de la misma. Indicó que la concepción que tiene la ciudadanía sobre la barra se da a partir de hechos violentos donde los hinchas se han visto involucrados, haciendo que su imagen se fracture y genere representaciones negativas, incluso cuando no participan en estos hechos. También, da a conocer su descontento por la gran estigmatización que hay sobre los integrantes de la barra y el poco conocimiento que tienen las personas sobre el grupo, haciendo que los hinchas sean juzgados y señalados sin conocer totalmente a la barra. Por su parte, el intendente Eduardo Quisoboní, miembro de la Policía Metropolitana de Popayán, insiste en realizar acompañamientos en las actividades que desarrollan y desempeñan grupos sociales en la ciudad, en este caso con las barras de hinchas existentes en la capital del Cauca. Por otro lado, Jhon Alexander Silva coordinador de las dinámicas sociales adscrito a la Alcaldía Municipal de Popayán, quien es el encargado de dinamizar, enlazar y apoyar los procesos logísticos de los encuentros que realizan las barras futboleras de la ciudad, por medio de su proceso institucional crea sentidos de pertenencia, cultura y labor para la comunidad. Él trabaja de la mano con la barra del Frente Radical Popayán, Los del Sur Popayán, Barón Rojo Sur Popayán y Comandos Azules. Los entrevistados expresaron en sus opiniones, experiencias y perspectivas; a continuación se resaltan los aspectos señalados más importantes:

### ***1. Andrés Hoyos:***

### Opiniones

- ❖ Se siente un rechazo social ante la ola de violencia que los medios de comunicación amarillistas, dan a conocer y no las acciones positivas de la barra.
- ❖ En el FRP se hacen actividades sociales, lo que se le ha denominado barrismo social, todo en pro del bienestar común. Se hacen comederos para perros en estado de abandono, actividades para niños en épocas decembrina “Radicales por la sonrisa de un niño” y aguapaneladas para habitantes de calle.
- ❖ Las campañas también se hacen con el objetivo de mejorar la imagen de la barra, que nos vean con otra cara.
- ❖ Llevamos 5 años en contacto con la Alcaldía municipal, pero lastimosamente casi no se tiene en cuenta a la barra, las pocas oportunidades que se ha trabajado en conjunto son por el cumplimiento de su agenda, toman fotos y no más.
- ❖ Nuestra identidad es el sentido de pertenencia que tenemos con la barra, con nuestro contexto y los espacios en donde desarrollamos las actividades. Por otro lado, la imagen es lo que damos a reflejar ante la sociedad.
- ❖ Nos gustaría documentar la acción social de la barra para el mejoramiento de la imagen, que las demás personas se den cuenta y entiendan que los integrantes son seres humanos, que todos tenemos familia, trabajo, una profesión y demás cosas que no reflejan los medios de comunicación.
- ❖ Hace falta apoyo gubernamental, institucional y mediático para ver a las barras desde un punto de vista folclórico, donde se observa la parafernalia, los cantos y lo bonito que se siente a través de un equipo de fútbol.

### Experiencias

- ❖ La estigmatización se da a raíz de la violencia, hay gente que se mete a la barra por moda, problemas en los hogares, de drogadicción, entonces este tipo de personas hacen ver a la barra como delincuentes.

- ❖ Con la Policía Nacional sucede casi lo mismo que con la Alcaldía, a excepción de unos pocos que se interesan por el quehacer de la barra.

### Perspectivas

- ❖ La barra no cuenta con capacitaciones de forma legal, lo que aquí se hace es estudiar la historia del Cali, culturizar a los jóvenes para saber de dónde se viene y qué camino tomar.
- ❖ El apoyo por parte de la ciudadanía es poco, en algunas ocasiones hemos recibido ayuda publicitaria para las campañas por parte de emisoras y medios televisivos a nivel local, otras nos han aportado alimentos y cosas materiales para el desarrollo de las mismas.

### **2. Intendente Eduardo Quisoboni:**

### Opiniones

- ❖ El Frente Radical no causa tanta problemática y conflictos en la ciudad.
- ❖ Es una barra con muchos estudiantes universitarios los cuales ayudan al trabajo, aire y entorno de esta.
- ❖ Para trabajar con las barras se lleva a cabo el SEA (Saludar, Escuchar y Actuar), capacitación que va de la mano de derechos humanos para trabajar con estos grupos.
- ❖ Cuando hay problemas con las barras la policía interviene de la siguiente manera: - Se llega a obtener el control con Esmad, grupos de choque GOES y cuando ha sido necesario con agentes químicos o gases para las riñas.
- ❖ La población de la barra es respetuosa, colaborativa y activa en trabajos sociales.

### Experiencia

- ❖ Las barras son conformadas por muchos estudiantes de universidades con los cuales se busca ayudar y mejorar la imagen de estas, debido a la estigmatización.

- ❖ Algunos integrantes de la barra presentan problemas con el consumo y riñas dentro de estas.
- ❖ La Policía realiza campañas para prevenir consumo de sustancias psicoactivas, campañas sociales, entre otras.
- ❖ El actuar de la barra FRP ha sido bueno ya que con trabajo articulado se han logrado beneficios a la comunidad (comedores para perros y gatos, mejoramiento y restauración de parques y por último labores sociales).

### Perspectivas

- ❖ La Policía identifica a las barras bravas como barras futboleras, con la idea de convertirlas en barras sociales, que ayuden a la sociedad.
- ❖ Trabajan enmarcados en la ley 1270 - Estatutos del hincha.
- ❖ Trabajan articulados con la alcaldía para mejorar entornos y actuar de las barras.
- ❖ Se debe pensar y contar con el apoyo de instituciones académicas para ayudar y mejorar la postura de los integrantes de la barra. Contando con Secretaría del Deporte.
- ❖ Para mejorar la imagen en producto comunicativo se debe pensar en presentar aspectos positivos y acciones sociales de estos.

### **3. Jhon Alexander Silva:**

### Opiniones

- ❖ Las barras llevan algo más de 18 a 20 años existiendo en la ciudad.
- ❖ Se busca a partir de la ley 1270, artículo 10-07, donde se fundamenta el estatuto del hincha, poder pensar en los espacios que genera esta disciplina con el fin que se organicen las barras, por ejemplo: Mesa de diálogo, plan desarrollo municipal donde estén estos presentes.
- ❖ Se deben aprovechar las condiciones académicas que la alcaldía intenta respaldar.
- ❖ Grupo participativo y empático con el trabajo con la alcaldía.

- ❖ Cuando hay dinámicas con otros grupos a veces chocan las opiniones de estos, ya que no se llega a un acuerdo sobre el trabajo con otros grupos o las posturas que estos plantean. También por el hecho del consumo de sustancias psicoactivas que no permiten la concentración de temas a tratar.
- ❖ Para presentar a las barras, mediática y socialmente, la administración piensa en que será una buena implementación hacerlo en periódicos, páginas web o biografías de sus vivencias, que representen en sí a su cultura, dejándolo institucionalizado.

### Experiencias

- ❖ Hay 4 Barras en la ciudad (Cali, Millonarios, América, Nacional)
- ❖ Para mejorar relaciones entre barras, se abren espacios en temas de arte, instrumentos y cultura para las barras, donde se habla del respeto hacia los demás, partiendo de la acción que genera la alcaldía para ello.
- ❖ Programa Secretaría del Deporte – Subprograma Cultura Deportiva Paz y Convivencia, es el espacio y entorno que ha dado la administración municipal para el trabajo con estos grupos.
- ❖ Frente Radical Popayán, “cuenta con 80 a 90 personas en sus mejores momentos”, dirigentes de la barra bregan por ideales sociales.
- ❖ El contexto donde nos encontramos hace que la transformación social sea evidente, ya que no es extraño que al ser un departamento y ciudad donde la creación y consumo de drogas es evidente, se moldea a algunas personas a realizar estas acciones, teniendo en cuenta que el 60% a 70% de la población barrista realiza esta acción.

### Perspectivas

- ❖ Antecedentes negativos, generalmente actos de intolerancia, violencia e irrespeto a la ciudadanía o autoridad en algunas oportunidades.
- ❖ Actuar de las barras calificada en dos formas.

1. Se reconocen las identidades de cada barra (postura, pasión e ideales) lo cual llevan a choques con las demás barras. Además, la disposición de territorios.
  2. Trascendencia y sentido de pertenencia sobre sus grupos y actividades que realizan.
- ❖ Grupos buscan formalidad, ejemplos Bogotá, Cali, Medellín (empresa, instituciones).
  - ❖ La Constitución permite libertad desarrollo de la personalidad por lo cual la administración municipal respeta el consumo y forma física de estas personas, teniendo en cuenta que hasta cierto punto lo respaldan, ya que no quieren inconvenientes sobre ello.
  - ❖ Imagen e identidad: cultura del Frente Radical señala que es europea y brasileña, en expresión de murales, parches y nombre, en Suramérica va enfocada en murga brasileña.
  - ❖ Otros grupos van con ideales y filosofías chilenas y fundamentadas en Argentina por ello se va al actuar de estas en Colombia.

#### *4.3 Conclusiones Específicas de las Entrevistas:*

Tras la recopilación de la información anteriormente descrita por los entrevistados, se realizó un análisis minucioso para destacar los datos más importantes, los cuales se recalcan en los siguientes puntos.

- Al hacer la sistematización de las entrevistas, se evidenció la importancia del reconocimiento de las cuatro barras presentes en la ciudad de Popayán (Cali, Millonarios, América, Nacional), ya que estas cuentan con una organización y trascendencia a raíz del tiempo que llevan en la ciudad.
- Existen grupos emergentes de otros equipos de fútbol los cuales no cuentan con una organización amplia, haciendo que su reconocimiento no sea totalmente notorio, ya que son estacionarias y su aparición depende a las temporadas y fechas de partidos, lo que dificulta que cuente con una estructura acorde a las necesidades de presencia grupal e institucional.

- Dentro de la observación realizada a las anteriores entrevistas, se logró ultimar que la mayoría de integrantes que componen los diversos grupos futboleros de la ciudad, oscilan entre los 17 a 25 años de edad, concluyendo que la mayoría de su población la componen adolescentes y jóvenes.
- Se destacó también que existe una visión de estigmatización hacia los grupos organizados que representan las barras y sus integrantes, esto por el descontento que generan a la población a raíz del poco conocimiento que hay sobre las mismas.
- El Frente Radical Popayán lleva algunos años en contacto con la Alcaldía municipal, en busca de recursos que les permita trabajar en la imagen, reconocimiento, capacitación y campañas que fomenten la inclusión hacia estos, pero lastimosamente casi no se tiene en cuenta a la barra por la poca voluntad que hay por parte de la Alcaldía y sus dirigentes.
- La barra realiza trabajos y campañas sociales con el fin de contribuir a la población, de las cuales se realizan en fechas importantes que requieren de unión social y participación ciudadana para su óptimo desarrollo, preponderando así “Radicales por la sonrisa de un niño” y “aguapaneladas”, demostrando que existe otra cara enfocada en el barrismo social.

#### *4.4 Grupo Focal 1:*

En busca de conocer e identificar qué producto comunicativo podría asociarse a la idea propuesta en el objetivo general, se llevó a cabo la convocatoria a un grupo focal titulado “Hablemos de Barras Futboleras” el cual pretendió reunir a estudiantes, docentes y egresados del programa de Comunicación Social de la Universidad del Cauca, debido a la experiencia en estrategias comunicativas y creación de productos multimedia, esto con el fin de dar conocer un documental realizado en el año 2019 por los mismo investigadores de este trabajo de grado, el cual describe la cotidianidad de la barra, el vivir, sentir y llevar consigo la euforia del fútbol por parte de sus integrantes, reflejando la trascendencia de este grupo con el paso de los años, su organización, dinamismo y la comunicación interna de los hinchas. La idea orientadora de este encuentro se basó en reunir opiniones y perspectivas sobre el documental nombrado “De las Calles a las Tribunas” con el propósito de tener

diversas concepciones para construir un nuevo producto que permita visibilizar aún más la barra Frente Radical Popayán.

Los pasos para concretar la reunión del grupo focal a través de la plataforma Meet, fueron los siguientes:

1. Diseño y creación de la invitación a los convocados a participar del encuentro. (Anexo 6)
2. Creación de cuestionario para que los asistentes diligenciarán su correo electrónico, con la finalidad de compartir el documental por aquel medio. (Anexo 7)
3. Publicación de la invitación y link de cuestionario en la página de Facebook del programa de Comunicación Social. (Anexo 8)
4. Desarrollo del grupo focal con los participantes del mismo. (Anexo 9)

El encuentro se realizó el día 16 de septiembre del 2021 con una totalidad de 10 participantes, donde se recolectaron perspectivas sobre barrismo social y cultural según el análisis y debate del público sobre el documental De las Calles a las Tribunas, a pesar de que la convocatoria se realizó de forma uniforme, tanto para hombres y mujeres, solamente asistieron personas de género masculino, teniendo en cuenta que se inscribieron dos de género femenino. En el encuentro se concluyeron aspectos importantes que se destacan a continuación:

- Actualmente algunas personas suelen tener un estigma previo al hablar sobre barras bravas.
- El documental es un claro ejemplo de un producto enriquecedor de conocimiento y visibilización sobre el actuar de la barra FRP, puesto que da a conocer parte de sus actividades y cultura.
- No todas las personas saben o conocen sobre las campañas del FRP.
- Es importante tener en cuenta que algunas acciones individuales humanas, pueden repercutir en la visión que se tiene sobre las barras en la ciudad. Este aspecto es fundamental revisarlo porque existe una preconfiguración de que quién hace parte de una barra obedece a ciertos estigmas, ya sea por estratos

socioeconómico, el proceso cultural, el proceso demográfico y en sentido estricto en la visión general del concepto de barra. Tal es el caso de una imagen que aparece en el documental De las Calles a las Tribunas, en el cual se observa una persona en su individualidad, dicha imagen repercutió negativamente por ser registrado fumando.

- Se analizó que para 7 de 10 asistentes en la reunión, las barras bravas componen un grupo negativo que causa temor e inseguridad en algunos sectores de la ciudad.
- Según los asistentes, elaborar un producto que refleje la otra cara del barrismo, ayuda a romper con los paradigmas que hay sobre estos grupos al mostrar las labores sociales que llevan a cabo.
- Crear un producto comunicativo digital o físico que refleje esta cultura, debe ser conciso e impactante, ya que, al ser un tema poco tratado, las personas acogen la primera perspectiva que se les ofrece de la barra.

#### *4.5 Encuestas:*

Con el fin de obtener datos cualitativos y cuantitativos, se realizó un sondeo de muestra poblacional encuestada con un total de 302 respuestas al cuestionario elaborado por los investigadores, las cuales permitieron entender y comprender cómo son vistas las barras externamente, en especial la del Frente Radical Popayán respecto a sus actividades e ideología. Añadido a ello, permitió saber cuál es el imaginario que tiene la sociedad sobre estos grupos de aficionados, teniendo en cuenta que muchas personas observan y analizan diversos medios de comunicación que refuerzan o reconstruyen perspectivas sobre estos colectivos. Principalmente la encuesta se aplicó a residentes en la ciudad de Popayán, sin embargo al ser un cuestionario virtual, se obtuvieron respuestas de otros municipios del país a raíz de su difusión.

Cabe resaltar que varias de las preguntas al no ser obligatorias, presentaron variedad en el número de respuestas como los muestran en ocasiones los gráficos. Se hallaron diferentes resultados divididos en las siguientes categorías:

### Datos demográficos:

El lugar de nacimiento de donde pertenecen las personas encuestadas, se segmenta en diversos departamentos, municipios, ciudades y pueblos del país, que se distribuyó así:

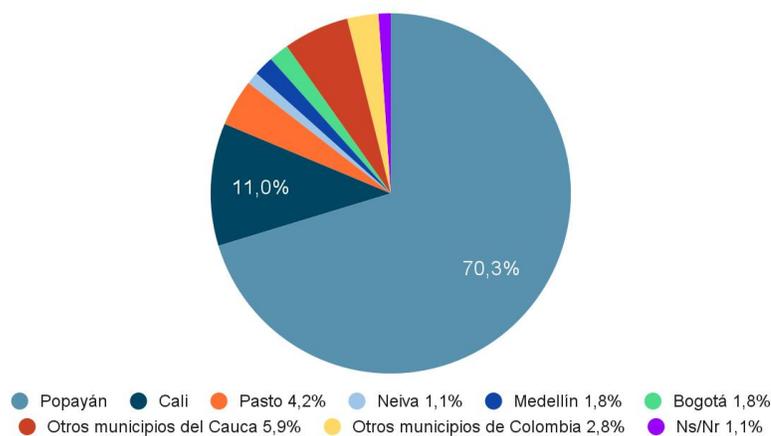
Tabla 6. Distribución de la muestra según ciudad de origen

Ciudad	Nº de respuestas	Nº de porcentaje (%)
Popayán	199	70.3 %
Cali	31	11 %
Pasto	12	4.2 %
Bogotá	5	1.8 %
Medellín	5	1.8 %
Neiva	3	1.1 %
Otros	22	8.7 %
Ns/Nr	3	1,1%

### Datos para el análisis

Gráfico 2. Ciudad de nacimiento

Lugar de nacimiento



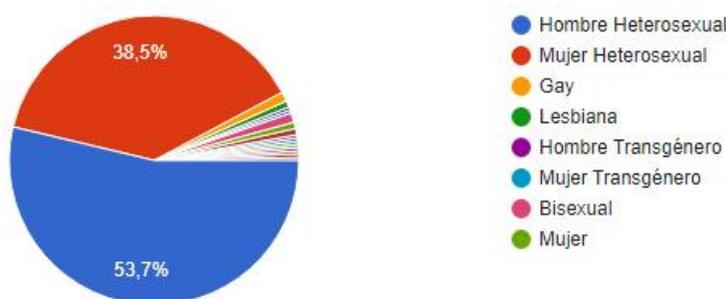
Se halló que las personas encuestadas pertenecen a diversos departamentos y ciudades del país, dentro de las cuales se encontró que el 70.3% son de Popayán, el 11% de Cali, el 4.2% de pasto, el 1.8% de Bogotá, el 1.4% de Medellín, el 1.1% de Neiva, y el 8,7% restante se divide en otros municipios del Cauca (Inzá, Timbio, Cajibío, El Tambo, Balboa, El Bordo, Rosas, Bolívar y Sotará), otros municipios de Colombia (La Plata, Garzón, Los Andes, Restrepo, Palmira, Puerto Berrio, Cundinamarca y Mocoa) y el 1,1% respondió Ns/Nr. Se concluye que el 81% de las personas participantes en la encuesta, es decir la mayoría, pertenecen a Popayán y Cali, la ciudad local donde se realizó la investigación y una ciudad aledaña que, disponen de una variedad de información y caracterización del tema con el que se trabajó, ya que en la capital del Cauca se encuentra una de las filiales de los hinchas del Deportivo Cali, mientras que en la capital del Valle del Cauca está ubicada la barra central, por ende proporcionan información detallada y eficaz sobre el barrismo en general y en particular del FRP.

### *Cómo se sienten identificados los encuestados*

Gráfico 3. Identificación género

¿Usted se considera?

283 respuestas



La muestra poblacional que participó de esta encuesta, se identificó como: El 52.7% como hombre heterosexual, el 38.5% como mujer heterosexual, el 1.1% como gay, el 0.7% como lesbianas, el 1.1% como bisexual, y el 8% restante habla de una identificación



diversa que involucra hombres y mujeres cisgénero con indicaciones directas a su orientación (mujer, normal femenino, hombre, femenina, macho y no binario).

### ***Rangos de edad***

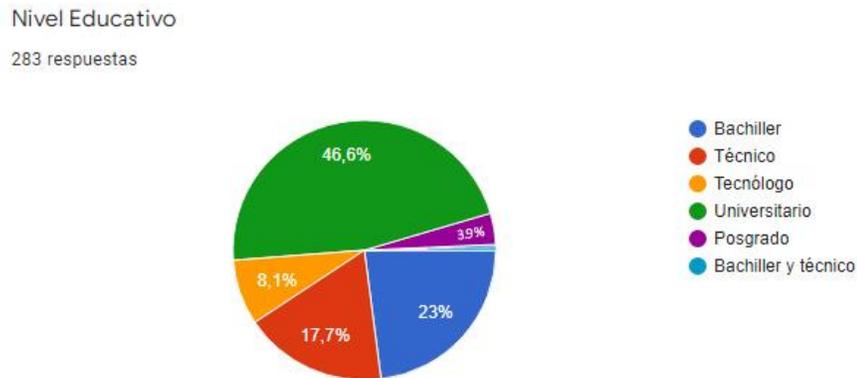
Para esta categoría se definió que el grupo poblacional a encuestar estuviera entre personas de 15 años el adelante. En la siguiente gráfica se puede apreciar la forma de distribución de los encuestados según rangos de edad.

El 61.5% correspondió a personas de 15 a 25 años, este grupo poblacional es importante porque es el target o público específico que mayor relación puede tener con el FRP, ya que en la observación de los investigadores, los barristas están entre este rango de edad. Si bien es cierto que los demás rangos poblacionales son importantes, se considera que los nombrados participan más en espacios y encuentros deportivos que los demás. Se obtuvo también que, el 23.3% de los encuestados se encuentran entre los 26 y 36 años, el rango de edad de 37 a 47 se registra con el 9.2%, el 4.2% está conformado por personas que tienen entre 48 y 58 años, y para finalizar el rango de edad de 59 años en adelante compete el 1.8% de los encuestados.

### ***Nivel educativo***

Dentro de las preguntas demográficas, fue adecuado saber el nivel educativo de los encuestados para catalogar posteriormente sus respuestas.

Gráfico 4. Descripción nivel educativo

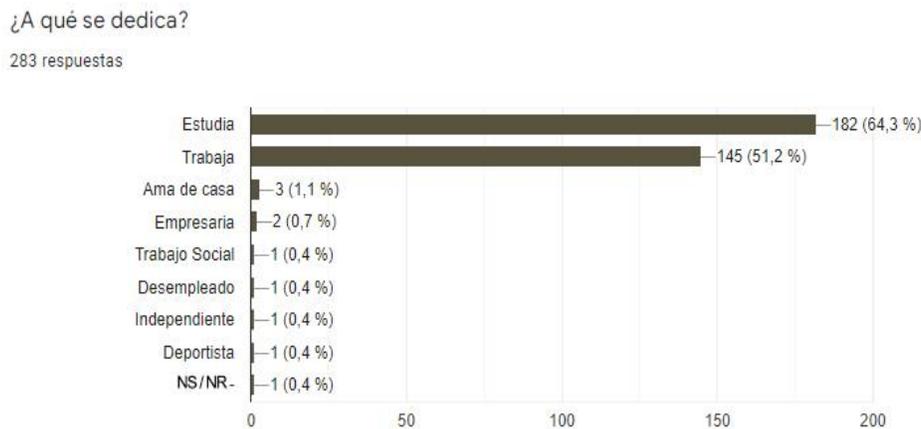


El nivel educativo de las personas se contó con diversos indicadores estipulados en los siguientes resultados: El 46.6% son universitarios, el 23% bachiller, el 17.7% técnicos, el 8.1% tecnólogos, y el 3.9% restante cuentan con un posgrado.

### Ocupación

Teniendo en cuenta que esta pregunta no era de respuesta única, sino de opción múltiple, la variabilidad de porcentajes es notoria, porque varias personas desempeñan diferentes actividades en un mismo lapso, obteniendo un resultado de 283 respuestas, al no ser una pregunta obligatoria para responder.

Gráfico 5. Ocupación personal



Dentro del quehacer u oficio de los encuestados, se halló que el 64.4% son estudiantes de algunas de las categorías reseñadas en el punto anterior, el 51.2% están vinculados laboralmente, el 1.1% son amas de casa, el 0.7% son personas empresarias y el 2.0% restante se dividió en ocupaciones como: Trabajador social (profesión), desempleado, independiente y deportista, solo una persona respondió Ns/Nr.

### ***Ciudades de respuestas***

Con la misma importancia en que se preguntó el origen de los encuestados, se consideró pertinente conocer la residencia actual de los encuestados para determinar su cercanía con la ciudad a la que pertenece la barra FRP.

Tabla 7. Ciudades de respuesta

Ciudad	Nº de respuestas	Nº de porcentaje (%)
Popayán	236	83,4 %
Cali	16	5,7%
Pasto	8	2,8 %
Medellín	7	2.5 %
Otros	16	5,6%

### **Tema esencial:**

A partir de este punto empiezan las preguntas enfocadas en el tema principal (barras bravas) de la encuesta, determinadas por la importancia de los resultados que se evidenciaron en la sistematización de los datos recolectados y el orden del cuestionario.

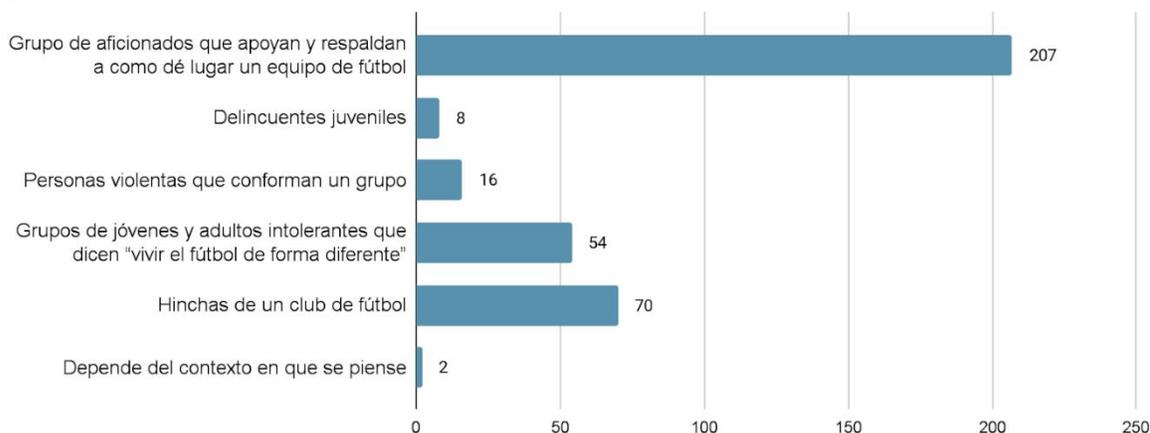
### ***Concepto barra brava***

Comprender cómo perciben las personas a las barras fue fundamental para la investigación, la percepción que tiene la gente no es igual en todos los aspectos, por tal

razón se estipuló una pregunta que planteó diversos conceptos desde lo que se caracteriza a estos colectivos barristas.

Gráfico 6. Concepto de Barra Brava

¿Qué entiende por el concepto barra brava?

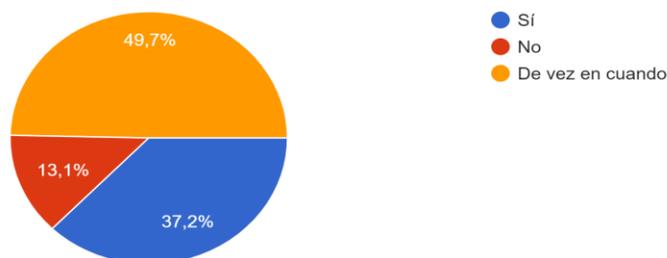


Al igual que en otros casos de preguntas, en esta los encuestados tuvieron la oportunidad de marcar varias respuestas. En la gráfica se logró evidenciar que la mayoría (el 71,4%) entienden el concepto de barra brava como “un grupo de aficionados que apoyan y respaldan a como dé lugar un equipo de fútbol”, seguido por “hinchas de un club de fútbol” con el 24,1 %, en tercera posición por “grupo de jóvenes y adultos intolerantes que dicen vivir el fútbol de forma diferente” y en las dos últimas categorías menos votadas, se encuentra “personas violentas que conforman un grupo” y “delincuentes juveniles”. Al final de la gráfica se observa una condición adicional por parte de dos encuestados, donde hace referencia que el concepto de barra brava depende del contexto en que se piense, ya que no todos actúan de la misma manera y dimensionan la realidad que los aqueja.

## Frecuencia sobre barras

Gráfico 7. Frecuencia de escucha sobre las barras bravas

¿Es frecuente escuchar sobre barras bravas en Popayán?  
290 respuestas



A la pregunta “¿Es frecuente escuchar sobre barras bravas en Popayán?”, el 49.7% de los encuestados opinaron que de vez en cuando, mientras el 37,2 % afirmaron que es recurrente y el 13.1% aseguró que no lo es. Para conocer las razones de las respuestas de la presente pregunta, se solicitó que justificaran sus opiniones, lo que dio como resultado una serie de contestaciones encasilladas en los siguientes ítems.

Tabla 8. Categorías sobre lo que se escucha de las barras

Categorías	
<i>Se ven barras como la del América, Cali y Nacional</i>	<i>Son notorias en eventos deportivos y fechas de partidos en la liga de fútbol colombiana</i>
<i>Por los conflictos que generan</i>	<i>Por conocidos que hacen parte o saben de barras</i>

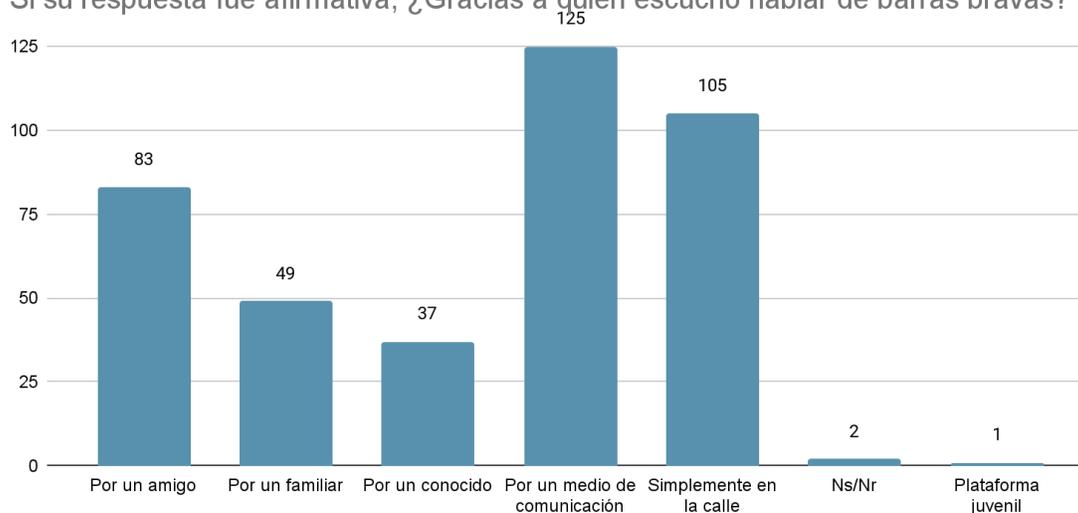
En este punto se reclasificaron las respuestas más destacadas según la repetición de las mismas, las cuales abarcan 290 respuestas obtenidas en la pregunta y gráfico anterior, ya que se encuentran en el mismo contexto y referencian a otras que entran o están contenidas en una de las cuatro variables.

### **Medio por el cuál saben o conocen de barras**

Para la investigación fue importante determinar por medio de qué o de quién se escucha hablar de barras bravas en la ciudad, por eso se les preguntó en el cuestionario los ejes de respuesta más frecuentes, dándoles la oportunidad a los encuestados de escoger una o varias opciones que dieran solución a la pregunta.

Gráfico 8. Medios e información

Si su respuesta fue afirmativa, ¿Gracias a quién escuchó hablar de barras bravas?



El efecto analizado en los resultados de las 263 respuestas en este caso, arroja que los medios de comunicación son claramente el canal que más influye en las personas al escuchar hablar sobre barras con el 47.5%, después, en segundo lugar, en las calles por voz a voz con 39.9%, seguido por amigos (24%), por familiares (18.6%), por conocidos o allegados (14.1%) y en último lugar a través de una plataforma juvenil. Esto quiere decir que los medios de comunicación son el principal canal de información por el cual las personas saben o conocen un discurso sobre las barras bravas.

### *Las barras en los medios de comunicación*

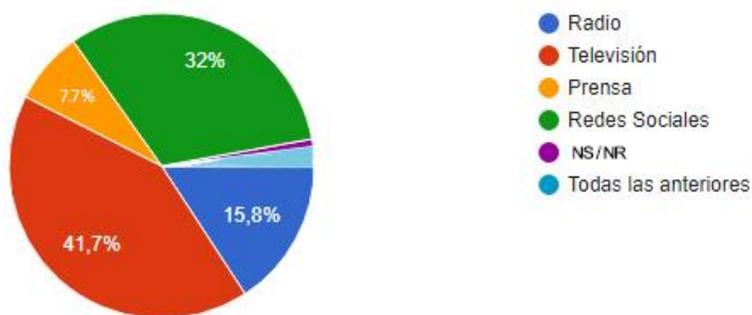
Al suponer los resultados anteriores, se preceptuó en el diseño de las preguntas para el cuestionario de la encuesta, plantear una pregunta específica para percibir qué tanto se escucha hablar sobre barras bravas en los medios de comunicación locales de Popayán.

El porcentaje de personas que han escuchado hablar a los medios de comunicación a nivel local sobre barras bravas, es bastante relevante y considerable, puesto que el 82.1% de los encuestados afirma que sí, mientras que el 17.9% asegura que no han oído hablar del tema en medios locales. Por tal razón, la siguiente pregunta se formuló previendo los resultados otorgados y se decidió preguntar por cuál medio escucharon hablar de barras, obteniendo así la siguiente gráfica de acuerdo a las respuestas brindadas.

Gráfico 9. Medios de comunicación que son fuente de información

Si su respuesta fue Sí, ¿ Por cuál medio fue?

247 respuestas



Dentro de los medios de comunicación mencionados se resalta que el 41.7% de los encuestados ha escuchado hablar de las barras por televisión, el 32% por redes sociales, el 15.8% por radio, el 7.7% por prensa y el 3% restante se dividió en categorías diversas, que resaltan en el gráfico respuestas como: “todas las anteriores” y “no sabe o no responde”.

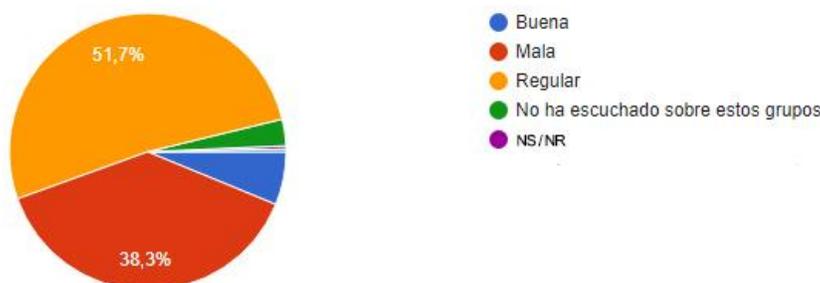
### ***Imagen creada sobre barras bravas:***

Para entender qué imagen tienen las personas al hablar de barras bravas, se estableció una pregunta específica para que los resultados sistematizados dieran cuenta de ello, por tal razón tuvieron los encuestados opciones únicas y sencillas (buena, mala y regular).

Gráfico 10. Representación de diálogo mediático

Al escuchar hablar sobre las barras bravas ¿Cómo ha sido la imagen que presentan en el diálogo los medios de comunicación?

290 respuestas



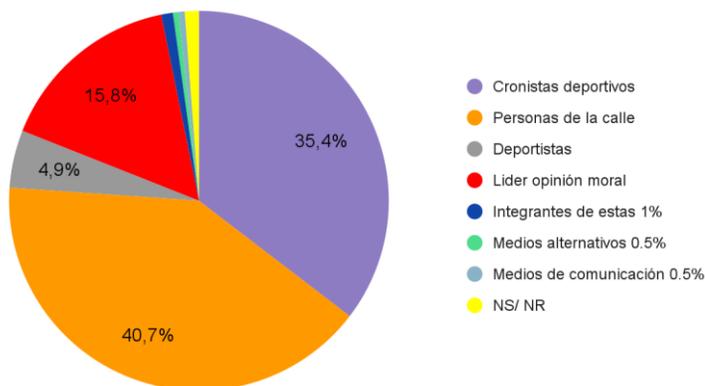
En consecuencia de las 290 respuestas en esta pregunta, se descubrió la forma en que se reflejan externamente las barras, observando que el 51.7% de los encuestados creen que su imagen es regular, 38.3% mala, 6.2% buena, el 3.1% no han escuchado hablar sobre estos grupos y el 2% restantes desconocen del tema y el actuar de estos colectivos. Al deducir que en mayor medida la imagen de las barras es regular, es decir que se encuentra en un punto medio, se puede potenciar reflejando actividades, obras y campañas positivas que mejoren la percepción de las personas respecto a estos grupos, su ideología y cultura.

### ***Diálogo sobre barras bravas:***

La pertinencia de notar quiénes hablan más frecuentemente de barras bravas, radica básicamente en contextualizar sus concepciones con espacios en los que se nombran a estos grupos organizados.

Gráfico 11. Diálogo tema específico (barras bravas)

¿Generalmente a quiénes se les escucha hablar de barras bravas?



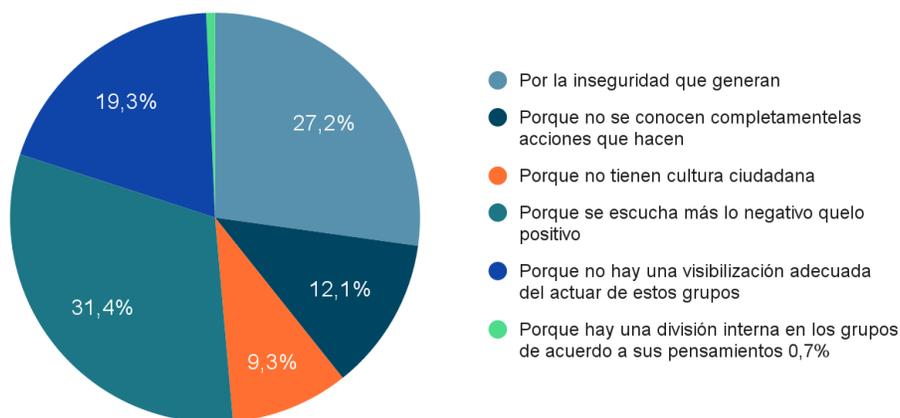
Se observó que el 40.7% de los encuestados aseveran que las conversaciones en la calle son dónde más se percibe escuchar o hablar de barras, el 35.4% a cronistas deportivos, el 15.8% a líderes de opinión moral, el 4.9% a deportistas, el 2.0% se dividen en respuestas adicionales de los encuestados tales como en personas que integran las barras, medios de comunicación y medios alternativos, el último 1.2% corresponde a Ns/Nr. Estos resultados dejan por sentado que las dos categorías más votadas (personas en la calle y los discursos que implementan los cronistas deportivos), son quienes más influyen y repercuten en la construcción de la imagen de las barras con tan solo una brecha del 5,3%.

### ***Estigma sobre barras bravas***

Es evidente que las barras futboleras no son bien vistas en la sociedad, de acuerdo a eso se trató de categorizar opiniones recurrentes que se escuchan nombrar en la calle al hablar del tema, esto con el objetivo de conocer el porqué de la imagen negativa que genera estigma en los colectivos barristas.

Gráfico 12. Estigma sobre grupos futboleros

¿Por qué cree que se genera un estigma sobre estos grupos?



El 31,4% de las personas creen que el estigma de los barristas obedece a que se escucha hablar más lo negativo que lo positivo, es decir que se evidencian con mayor frecuencia los incidentes de estos colectivos que las acciones sociales realizadas en dirección al bienestar común. En la segunda categoría con un porcentaje importante por interpretar, está el 27,2% que corresponde a la inseguridad que las barras generan, con el 19,3% se percibió que se debe a la falta de una visibilización adecuada del buen actuar de estos grupos, el 12,1% hace referencia a que no se conocen completamente las acciones que desarrollan, finalmente para el 9,3% es porque los barristas no cuentan con una cultura ciudadana. En tal sentido, por lo mencionado anteriormente, se asume que por aquellas razones radica la estigmatización hacia los barristas. También se destaca que la concepción de las barras no ha estado en una buena posición que permita o genere expectativas y perspectivas positivas que aporten al mejoramiento de su imagen externamente, a consecuencia del desconocimiento de sus campañas y obras sociales, por otro lado, también por los incidentes en los que han sido partícipes y la desconfianza que ello proporciona, dejando por sentado el estigma que les aqueja.

### **Identificación barras bravas:**

En el país existen diferentes colectivos barristas que pertenecen a diferentes equipos de fútbol, por tal razón se les preguntó a los encuestados cuáles barras conocen o saben que residen en la ciudad de Popayán.

Gráfico 13. Reconocimiento barras bravas

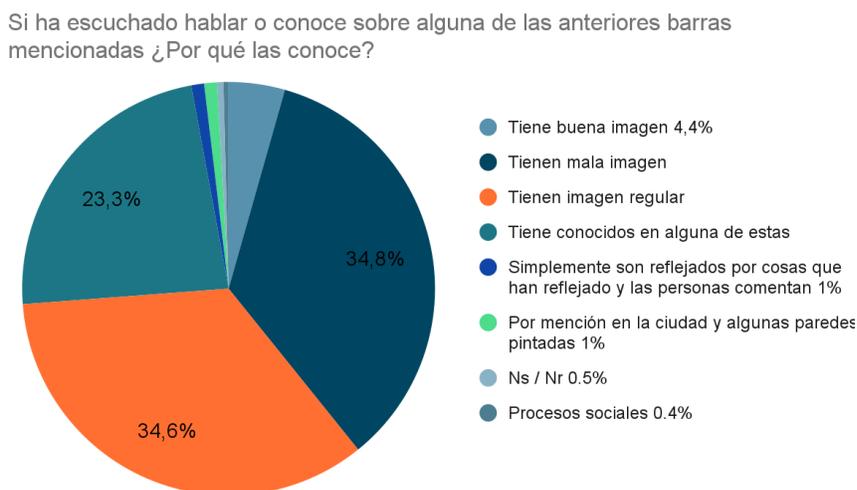


Los resultados del enunciado arrojaron que los encuestados saben que existen 6 barras en la ciudad de Popayán, 4 de ellas con mayor percepción. Las personas distinguen esencialmente con 79% de votación a la barra Barón Rojo Sur Popayán perteneciente al club América de Cali, en segundo lugar se encontró con el 58.3% al Frente Radical Popayán, barra que alienta al Deportivo Cali dentro y fuera de los estadios, con el 50% se halló a Los Del Sur Popayán, colectivo que representa al Atlético Nacional y con el 31% de la votación y en cuarto lugar se ubicó la barra Comandos Azules que atañe al equipo Millonarios FC. Paralelamente, algunos de los encuestados con el 10% afirmaron no tener conocimiento de estos grupos en la ciudad, sin embargo, se registraron dos respuestas adicionales que manifestaron saber acerca de la barra del Club Deportes Tolima denominada Revolución Vinotinto Sur, pero también uno de los encuestados afirmó saber sobre hinchas del Santa Fe en la capital del Cauca. En el análisis se destacan las barras más reconocidas de la ciudad, Los del Sur Popayán y Frente Radical Popayán, esto debido a su

intervención social que contribuye o afecta según sus acciones en los contextos en que se desenvuelven.

En concordancia con la anterior pregunta del cuestionario, se pensó pertinente conocer el motivo por el cual las personas conocen las barras previamente nombradas, del mismo modo el presente interrogante y el diseño de las posibles respuestas permiten percibir la imagen que se tiene sobre estos colectivos a nivel general, dado que por sus acciones se crean concepciones e ideas diferentes de percepción.

Gráfico 14. Conocimiento sobre barras futboleras



La pregunta al ser condicionada con respuestas fijas, permitió obtener una serie de porcentajes que dan cuenta de las perspectivas sobre las barras, un 34.8% de los encuestados afirman que conocen a los colectivos barristas porque tienen una imagen negativa, por otro lado, un 32.6% considera que tienen una imagen regular y es el motivo por el cual saben de ellas, y otro 23.3% afirma tener conocidos que integran estos grupos. Tan solo el 4.4% de las personas estiman que tienen buena imagen, mientras que el 5% restante se divide en diversas opiniones que relacionan el conocimiento de las hinchadas porque han sido vistas en prácticas sociales, escenarios comunes o porque son integrantes de alguna de las barras. En este sentido, se deduce que la brecha entre la buena y mala imagen de estos grupos organizados es del 28,5%, por tal razón se busca contribuir a una

visibilización adecuada del actuar barrista por medio de su intervención social al servicio del bienestar común.

### ***Integrantes barras bravas:***

Si bien ya se comprendió la perspectiva general de las barras, es pertinente conocer cómo son vistos externamente los integrantes de estas, con tal objetivo se planteó preguntar específicamente por los hinchas.

Gráfico 15. Imagen de integrantes barras bravas



En esta pregunta con oportunidad de opción múltiple, se halló que el 53,8% de los encuestados deducen inicialmente que los integrantes que componen este tipo de organizaciones tienen ciertas características en sus formas de expresarse (jergas, saludos, etc.), de la misma manera con el 50,7% las personas encasillan a los barristas geográficamente como residentes de estratos socioeconómicos bajos, en tercera posición con el índice de respuestas de 33,4% referencia a los hinchas como personas que pueden tener vínculos con sectores socioculturales violentos. Entre las categorías menos votadas se encontró con un 32% a que suelen vestirse de una forma peculiar, el 26,2% de las respuestas están orientadas a que las barras son compuestas en su mayoría por hombres,

mientras que el 3,8% consolida que los hinchas pertenecen a estratos socioeconómicos altos, y el 1,8 final se divide en que son fanáticos o aficionados con algo en común.

### ***Componente específico Frente Radical Popayán***

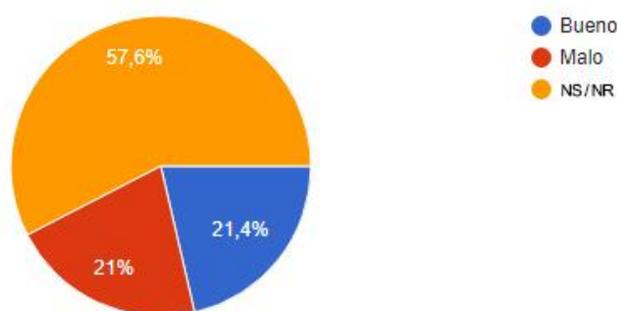
Con el fin de entender, comprender y conocer si las personas en la ciudad han escuchado hablar de la organización que es objeto de estudio en esta investigación, es decir, El Frente Radical Popayán, se hizo una pregunta sencilla que posteriormente justifica el hallazgo obtenido por medio de otras.

El 58% de las respuestas, en este caso 288, afirman conocer al Frente Radical Popayán que representa en la ciudad al club futbolero Deportivo Cali, mientras que el 42% restante asegura que no han escuchado hablar sobre el grupo organizado. Teniendo en cuenta la actual pregunta, se acordó categorizar lo que especula sobre el FRP con el objetivo de percibir las nociones que se tienen sobre el grupo.

Gráfico 16. Distinción positiva o negativa

Si su respuesta fue Sí, ¿Lo que ha escuchado ha sido..?

290 respuestas



En este interrogante se halló que el 57,6 % de los encuestados no saben o no responden, mientras que el 21,4% considera que han sido cosas buenas, pero el 21% restante cataloga lo que han escuchado como aspectos malos. Puede decirse que, los aspectos positivos y negativos que se hablan y escuchan de la barra, se encuentran casi al

mismo nivel, en razón de que la diferencia de estas dos categorías se registra en un 0,4% según la sistematización de las respuestas brindadas por los encuestados, es decir que la brecha es considerablemente pequeña y puede trabajarse fuertemente en el crecimiento y mejoramiento de ese porcentaje diferencial.

Se les solicitó a los encuestados que justificaran su anterior respuesta, esto con el fin de obtener información de carácter cualitativo que permitiera tener una mayor claridad de las perspectivas externas que referencian al Frente Radical Popayán. Se analizaron todas las opiniones y posteriormente se realizó la categorización de las mismas por medio de criterios jerárquicos, es decir según la importancia e impacto de las respuestas. En este sentido, se encontraron cuatro variables de frecuencia como son:

Tabla 9. Aspectos positivos que se destacan del FRP

<b>Observaciones Positivas</b>
Labores Sociales
Restablecimiento de parques o sectores públicos
Unión y apoyo en el paro nacional 2021
Demuestran euforia y adrenalina al seguir a su equipo de fútbol

Teniendo en cuenta que las justificaciones positivas estaban encaminadas al 21,4% de los encuestados que afirmaron escuchar aspectos positivos de la barra, se destacaron actividades como se observa en la tabla previa. Estas variantes fueron importantes para la investigación, pues a partir de las observaciones positivas se empezó a estructurar la visibilización oportuna del Frente Radical Popayán.

Paralelamente se tuvieron en cuenta las figuras negativas que aquejan a la barra, donde los encuestados justifican las falencias que en cierta medida contribuyen a la estigmatización que se enmarca en el grupo organizado. En los aspectos negativos, se encontraron también cuatro categorías de frecuencia como se evidencia en el siguiente cuadro.

Tabla 10. Aspectos negativos que se destacan del FRP

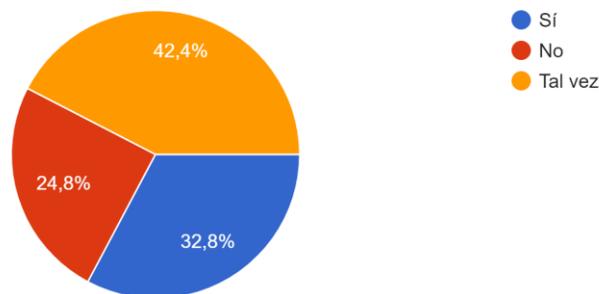
Observaciones Negativas
Tienen enfrentamientos con otros grupos o barras de diversos equipos
Son intolerantes
Causan daños e inseguridad
Son violentos e irrespetuosos

Se hizo la debida categorización de las respuestas y se encasillaron en los ítems analizados en la tabla de observaciones negativas, donde se obtuvieron las respuestas del 21% de los encuestados, quienes aseguraron escuchar figuras perjudiciales para la imagen de la barra. Estos aspectos reseñados son aquellos que el FRP debe mejorar para disminuir la brecha de la mala concepción y así aumentar el reflejo positivo del barrismo.

Gráfico 17. Relevancia como actores sociales

¿Cree usted que la conformación de las barras bravas como actores sociales tienen relevancia o contribuyen a la ciudad?

290 respuestas



En este punto de la encuesta se decidió preguntar sobre la relevancia o pertinencia de este tipo de colectivos en la ciudad, en especial claramente del FRP, donde el 42,4% de las respuestas señalan a una categoría que se denominó como neutra y que en la encuesta se

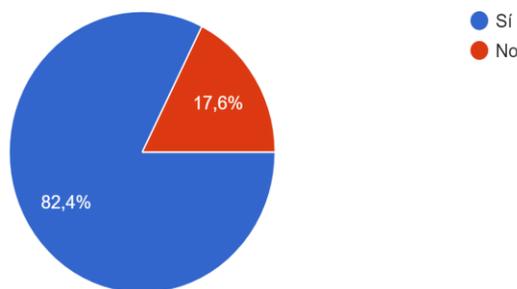
evidenció como tal vez. El 32% asegura que sí aportan aspectos rescatables a la ciudadanía, mientras que el 24,8% cree que no contribuyen a la sociedad. Para conocer el porqué de las opiniones, se solicitó a los encuestados que justificaran sus respuestas por medio de una pregunta abierta que permitiera argumentar el parecer de cada uno. En concordancia con lo anterior, se categorizaron las observaciones halladas en los resultados desempeñados que obedecieron a las variables más mencionadas, que sin duda permitieron concretar los aspectos positivos y negativos al momento de pensar la conformación de las barras bravas. Como se ha mencionado anteriormente, se clasificaron cuatro categorías de la siguiente manera:

Aspectos positivos: Aportan con labores sociales y generan ejemplo de integración común e incentivan al deporte.

Aspectos negativos: Generan violencia entre barras y crean ambiente de enemistad por pensar diferente a los demás.

Gráfico 18. Barras como actores sociales

¿Cree usted que el apoyo por parte de entidades públicas (alcaldía, policía, academia, etc.) hacia las barras, ayudaría a un cambio sobre las acciones que generan estos grupos en la sociedad?  
290 respuestas



También fue importante conocer las perspectivas de los encuestados acerca del apoyo institucional con el que las barras deberían trabajar de la mano para llevar a cabo satisfactoriamente las actividades y labores sociales que desarrollan constantemente. A la

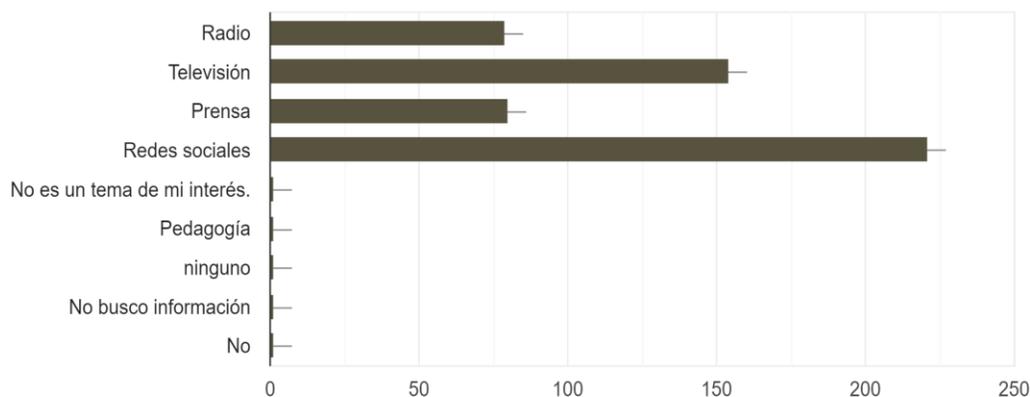
pregunta descrita en la gráfica de 302 encuestados, el 82,4% de las 290 respuestas destaca que la ayuda y respaldo institucional puede generar un cambio positivo en el accionar de las barras futboleras con la promoción de sus campañas en la ciudad, mientras que el 17,6% piensa que no influiría en absolutamente nada.

Para conocer y tener idea a través de qué medio difundir el producto comunicativo que respecta a este trabajo de grado, se consultó inicialmente qué les gustaría saber sobre las barras bravas, y posteriormente la preferencia de los canales por los cuales los encuestados desean informarse sobre el tema de barras en Popayán, a lo que la mayoría antepuso las redes sociales como medio principal, en segunda instancia la televisión, después la prensa y finalmente radio. La preferencia de los medios responde a la facilidad de acceso, entendimiento de la información que se le brinda a los espectadores y las capacidades para manejarlos, por consiguiente, se trató de conocer qué tipo de contenido desearían encontrar en los diferentes canales comunicativos nombrados a continuación.

Gráfico 19. Medios de comunicación más idóneos

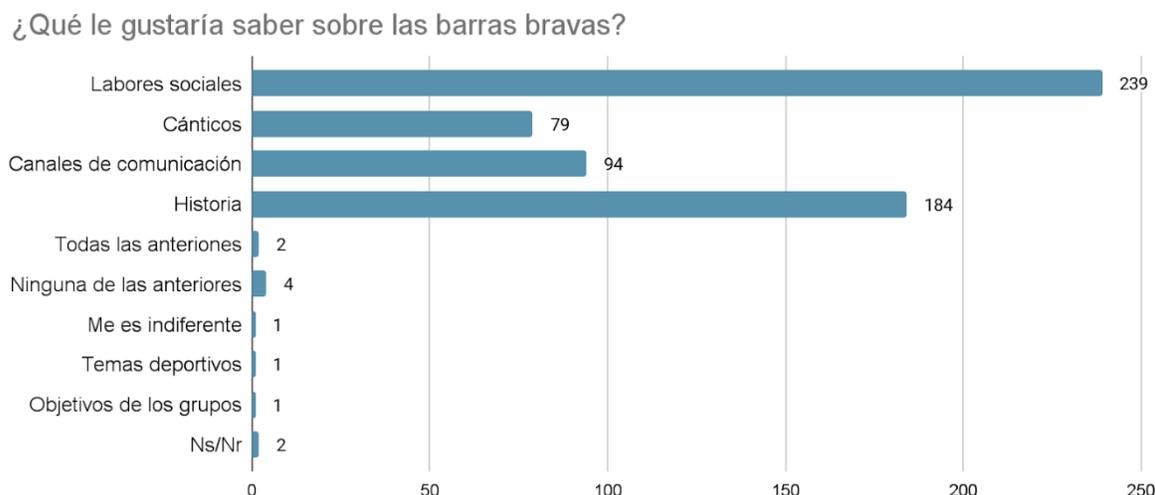
¿A través de qué medio le gustaría informarse sobre las barras barras?

290 respuestas



Una vez se identificó tanto el interés de la información como del medio, se logró destacar específicamente qué les gustaría saber sobre las barras bravas.

Gráfico 19.1. Temas de conocimiento específico



La última pregunta estuvo orientada a las temáticas que resultan al hablar de las barras. Se les preguntó a los encuestados qué tipo de información les gustaría conocer sobre estos colectivos. La mayoría de las personas prefieren obtener información sobre las labores sociales que las hinchadas futboleras realizan en la ciudad a lo largo de cada año, la segunda opción más votada radica en la historia de las barras, después los canales de comunicación a los que recurren los miembros de estos grupos para poner al público al tanto de sus actividades, y por último los encuestados desean ahondar en los cánticos eufóricos que alientan al club futbolero al que pertenecen. También se hallaron otro tipo de intereses tales como el objetivo de las barras, el cual está enfocado en la visión y misión del grupo organizado, así mismo se genera una respuesta adicional que marca todas las opciones como aspectos de atracción, pero por otro lado algunas personas no desean ningún tipo de información que respecte a las barras.

#### *4.6 Conclusiones específicas de las Encuestas:*

Por último, se tuvieron en cuenta resultados relevantes que aportaron significativamente al diseño estratégico del producto comunicativo en relación al objetivo general de este trabajo de grado.

- Hay que tener en cuenta que no todas las personas saben o conocen de barras futboleras, principalmente en Popayán (13,1%), es decir que no tiene una imagen preestablecida de estos grupos y por lo tanto es de provecho para la investigación, ya que se pretende visibilizar el actuar social de la barra FRP con el fin otorgar a la organización una concepción positiva del colectivo barrista.
- Quienes sí identifican a las barras en la ciudad, es gracias primordialmente a los medios de comunicación y terceras influencias (familiares, amigos, conocidos), por tanto, la información se ve influenciada y seccionada por quienes hablan del tema.
- La temática de las barras presenta un conocimiento reducido por parte de la ciudadanía, ya que existe poco tratamiento temático y visual que aporte al descubrimiento de la misión y visión de estos grupos.
- La mala imagen de la barra se debe a las situaciones negativas en las que ha sido partícipe, tales como enfrentamiento con otras hinchadas, por sus actos violentos e irrespetuosos que, según los encuestados generan daños e inseguridad en la ciudad.
- La perspectiva positiva de la barra se enmarca en su buen actuar por medio de labores sociales, restablecimiento de espacios públicos, unión y apoyo a objetivos por el bienestar común y general del país (apoyo Paro Nacional).
- Las personas expresaron querer tener información sobre la barra a través de medios comunicativos como redes sociales, televisión, radio y prensa, con temáticas que giren en torno a las labores sociales, historia, canales de comunicación y cánticos de las barras, especialmente del FRP.

#### *4.7 Primera Fase de Resultados, producto comunicativo FRP:*

El proceso investigativo realizado con el Frente Radical Popayán y los resultados obtenidos dentro de la misma, tuvieron como finalidad recolectar la información necesaria



para definir las características y criterios comunicativos del producto a elaborar, el cual permitiera visibilizar, reconocer y caracterizar a la barra como un grupo organizado en la ciudad de Popayán.

La realización de este producto partió de las necesidades y requerimientos específicos por parte de los barristas y las opiniones recogidas en las encuestas, con la finalidad de verse reflejados en un espacio web que diera cuenta de sus objetivos como organización. En un inicio se pensó en la creación de un foto libro que ilustrara la caracterización del Frente Radical Popayán como un grupo socialmente organizado en la ciudad, que a su vez diera a conocer sus labores sociales enfocadas al bienestar común, colectivo y cultural desempeñadas en la capital del Cauca. Se buscó aprovechar las posibilidades que este soporte brindaba para visibilizar diversos acontecimientos en capacidad de proyección al público, sin embargo, este no pudo llevarse a cabo debido a la trascendencia y enfoque que se decidió darle al trabajo, ya que se pensó en una especie de producto transmedia que perdurará con el paso del tiempo, el cual fuera susceptible a modificaciones, actualizaciones de información y modernización de contenidos. Por tal razón, se optó conjuntamente con los miembros de la hinchada del Deportivo Cali en Popayán, crear una **página web** que cumpliera con los objetivos propuestos por la investigación y nutrida por otros productos comunicativos carácter académico y profesional, elaborados por los mismos investigadores semestres atrás para diferentes áreas del programa de Comunicación Social de la Universidad del Cauca, (Anexo 10).

Se indagó en diversas plataformas digitales que permitieran generar el producto comunicativo deseado, por tal motivo se prefirió trabajar y diseñar una página web en Wix, plataforma que permite crear sitios virtuales para computadores y celulares móviles. Una vez iniciada la creación de la página web, se incorporó gran parte del contenido que estuviese al alcance de los espectadores (anexo 11) para posteriormente realizar grupos focales que aportarán ideas complementarias que permitieran un mejoramiento del producto.



## Capítulo 5 - Descripción Resultado Final

El desarrollo y culminación del producto comunicativo mencionado, fue un proceso de investigación y cooperación entre los integrantes del Frente Radical Popayán y los investigadores, donde se buscó por medio de la creación del producto elaborado, resaltar y visibilizar la importancia y trayectoria del grupo organizado que fue objeto de estudio, generando así la creación de una página web como la herramienta propicia para cumplir con la finalidad y objetivo del Trabajo de Grado. El contenido de la página web fue obtenido a través de diálogos con los integrantes del FRP y seleccionado durante los encuentros en los cuales los integrantes compartieron sus conocimientos respecto a la barra, lo cual permitió reconocer aspectos concretos en torno al barrismo social y la cultura que desarrollan.

Otros aspectos que se tuvieron en cuenta para la creación del producto comunicativo, hace referencia a la estética y diseño gráfico de la página, ya que los colores y tipografías deben ir acorde a los logos y emblemas del FRP para generar una contextualización de la hinchada del equipo verdiblanco. El sitio web da cuenta de la cotidianidad del colectivo barrista en la ciudad de Popayán, esto por medio de las acciones sociales que desarrollan constantemente, que a su vez han sido reseñadas para ser plasmadas y puestas a disposición del público de forma audiovisual.

Las diferentes secciones que dentro de la página web se encuentran, son el trabajo y fruto de la investigación planteada, pues en ellas se da cuenta de la información, imágenes y videos donde se caracteriza y visibiliza al Frente Radical Popayán, pues se cumple con los objetivos propuestos donde se busca reconocer y reflejar las acciones positivas que realiza la barra, junto con la identidad del grupo. En el menú principal se pueden encontrar secciones que hacen referencia a los datos organizativos del FRP (Sobre la Barra, Historia, Labores Sociales, Coros y Equipo). Navegando en la página se encuentran otros apartados (Interactivos, Documental, Vodcast y Noticias) que se caracterizan por tener contenido



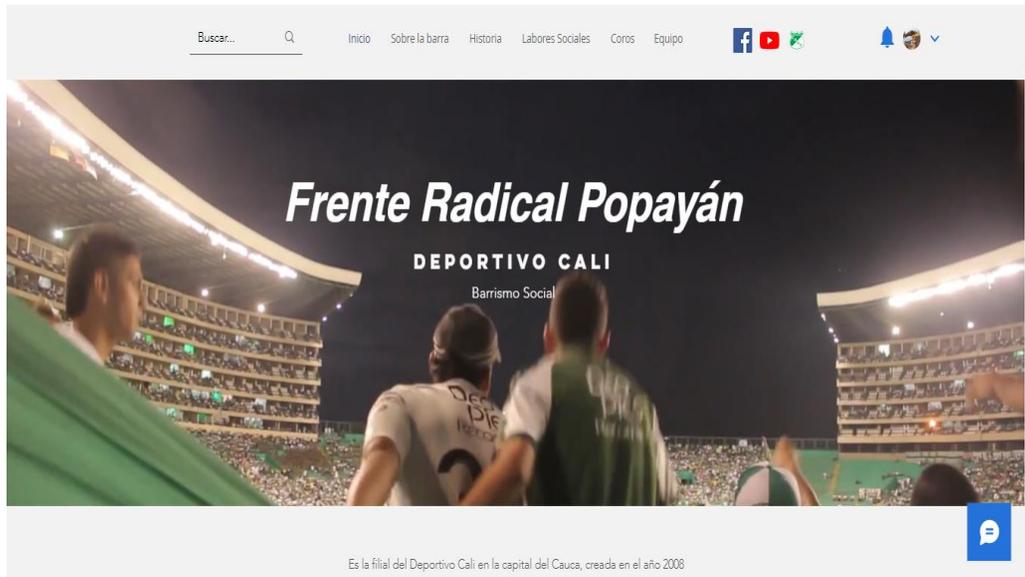
dinámico, informativo e interactivo para los usuarios, donde se integraron y adjuntaron productos previamente realizados.

En la sección denominada Sobre la Barra se encuentra la visión y misión que caracteriza al Frente Radical Popayán, pues estas mismas fueron escritas, reforzadas en su construcción y proyectadas a partir del conocimiento previo que dieron a conocer los líderes y referentes del FRP. Por otro lado se ubica el apartado de Historia que da a conocer información de la trayectoria, reconocimiento, distinción, fundación y conformación y Frente Radical Popayán a lo largo de sus 13 años. Así mismo, en Labores Sociales se reflejan las actividades y campañas que se encarga de realizar el FRP en los diversos espacios y contextos en que desarrolla sus actividades, pues las mismas son un claro ejemplo de la proyección social y la ayuda que brinda este grupo en la ciudad. En el espacio de Coros se encuentran ritmos, mezclas, música y melodías implementadas por la hinchada del Deportivo Cali para generar euforia y aliento en las tribunas de los estadios en apoyo a su club. Respecto a la sección de Equipo, se caracteriza por dar a conocer a los investigadores, creadores y diseñadores de la página web, pues se conocen sus perfiles y el proceso tras la elaboración de este portal web.

En los espacios secundarios, como lo es Interactivos, se pueden apreciar dos productos de carácter transmedia diseñados en Geneally que reseñan actividades del FRP y los espacios dinámicos en que las desarrollan. También está a disposición el documental creado en el año 2020 llamado De la Calle a la Tribuna en su propia sección. Por otro lado se encuentra el apartado de Vodcast, donde se trata el tema de géneros musicales en relación con los coros de aliento por parte de la hinchada verdiblanca. Por último, en la página principal se dispone al público información sobre las labores sociales más importantes en las que se ha desempeñado y ofrece el Frente Radical Popayán con el fin de enfatizar en su apoyo a la ciudadanía. Cabe destacar que gran parte de la información y la creación del producto comunicativo estuvo direccionado por las recomendaciones y hallazgos obtenidos en las encuestas.



Imagen 3. Ilustración página web



### 5.1 Grupo Focal 2:

Si bien el grupo focal 1 se realizó en la etapa de Hallazgos en el Capítulo 4, el grupo focal 2 se hizo con el objetivo de conocer ideas sobre el producto comunicativo (página web, denominada Barra Deportivo Cali Popayán) que se creó para visibilizar el FRP, se realizaron dos grupos focales con miembros de la barra y docentes del programa de Comunicación Social, donde se buscó reunir opiniones y perspectivas sobre la página interactiva que contiene información acerca del grupo organizado y su trascendencia en la ciudad, esto a partir de las labores sociales y actuaciones positivas de sus integrantes en Popayán. Con el propósito de generar un enfoque adecuado del contenido plasmado en la página web, se conocieron diversas concepciones constructivas y miradas que aportaron al mejoramiento del producto comunicativo creado por los investigadores, originando una visión más profunda y completa sobre la barra del Deportivo Cali en la capital del Cauca.

Imagen 4. Reunión presentación página web



*Reunión grupo focal 2 / 19-01-22/ Parque El Recuerdo*

Para la realización de este grupo focal, se llevó a cabo una serie de pasos para concretar dicha reunión, de la siguiente manera:

1. Invitación a los convocados (líderes y referentes) a participar del espacio de reunión que realiza la barra los días miércoles en horas de la noche (7:00 pm).
2. Exhibición del producto comunicativo a líderes y referentes de la barra, realizando una breve explicación de su contenido y libertad de navegar en la página web.
3. Registro de información, opiniones, perspectivas y críticas constructivas para tener en cuenta en la culminación del producto comunicativo.

El encuentro se realizó el día 19 de enero del 2022 con una totalidad de 5 participantes, se recolectaron ideas y puntos de vista sobre la página web y su contenido

según los criterios individuales de los asistentes a la reunión. En el encuentro se concluyeron aspectos importantes que sirvieron para el mejoramiento del producto, reseñados a continuación:

- Para los integrantes de la barra FRP, el contenido de la página web es adecuada y oportuna según el objetivo principal del proyecto, ya que se visualiza apropiadamente el actuar del grupo organizado.
- Los colores, imágenes, ilustraciones y videos son imprescindibles para reflejar y caracterizar a la barra dentro de la ciudad, puesto que el Frente Radical requiere consolidarse y hacerse reconocer como la primera barra organizada en Popayán.
- Los integrantes sugieren y recomiendan adjuntar fotografías de murales y emblemas que han dejado huella en la ciudad tras su elaboración, esto debido a que ilustran el arte y sentido de pertenencia sobre sus espacios dinámicos.
- En cuestión de contenido, los líderes y referentes indican que es oportuno abrir un espacio en la página web, dedicado exclusivamente a aquellos integrantes de la barra que han fallecido, esto como homenaje por el esfuerzo y sacrificio otorgado. Se pretende resaltar la unión del grupo organizado y el legado de quienes ya no están.
- En la parte estética de la página se sugirió una visualización más amplia y continua del escudo del club Deportivo Cali, debido que es el principal emblema que debe resaltarse a primera vista.

## **5.2 Grupo de Discusión:**

Con la finalidad de enriquecer los aspectos técnicos del producto comunicativo, los investigadores realizaron una serie de encuentros con docentes del programa de Comunicación Social de la Universidad del Cauca, quienes tienen un amplio conocimiento sobre temas multimedia e interactividad con espectadores digitales en lo que respecta a páginas web. En esta actividad surgieron ideas complementarias para perfilar aún más el

producto comunicativo desarrollado para la visibilización de la hinchada verdiblanca del Deportivo Cali en la ciudad de Popayán.

Así se concretaron los espacios de encuentro y actividades entre docentes e investigadores del presente trabajo:

1. Correspondiente solicitud de asesoría a los profesores de Fotografía, Narrativas Multimedia y Fundamentos de Publicidad, todos vía WhatsApp.
2. Designación de fecha y hora según la disponibilidad de cada profesional en el tema.
3. Recolección de información pertinente para la mejora del producto comunicativo.

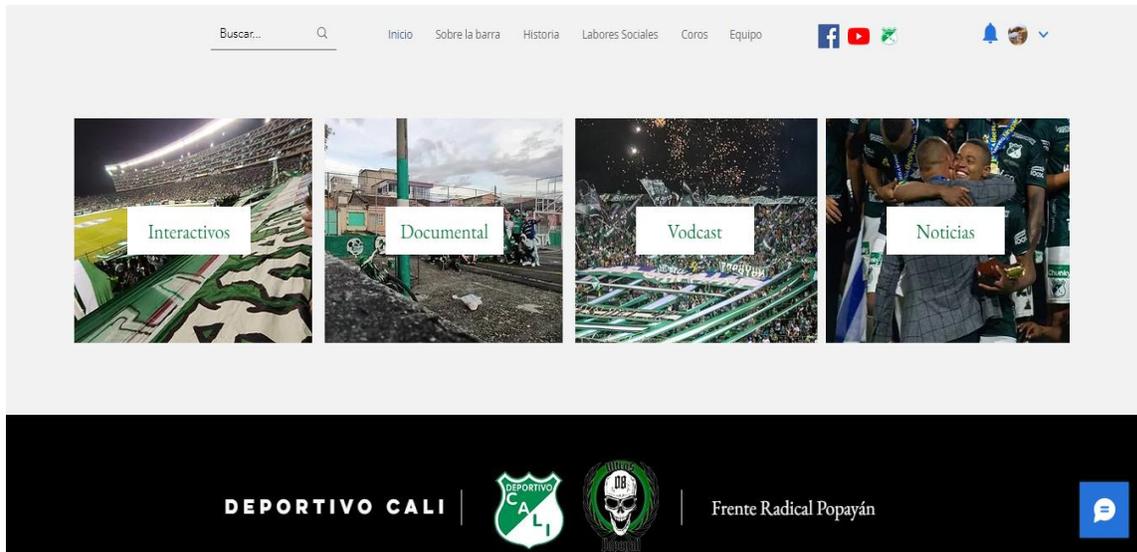
Se realizaron encuentros de forma individual, es decir uno con cada docente, de los cuales surgieron ideas constructivas que aportan al mejoramiento de la página web destinada al FRP. Las reuniones se realizaron el día lunes 24 de enero de 2022 con el profesor Nelson Osorio y Alfredo Valderrutem en horarios distintos, el martes 25 de enero del 2022 con el docente Oscar Potes, destacando las siguientes apreciaciones:

- La información plasmada en la página web es acertada y adecuada para el cumplimiento del objetivo general del trabajo de grado, sin embargo, es necesario perfilar la misión y la visión de la barra FRP según la finalidad del colectivo, que es el barrismo social.
- Es importante generar espacios de expresión para los usuarios que visitarán la página, de esta forma se ocasiona una mayor interactividad y apreciación de opiniones sobre la información que ahí se encuentra.
- La creación de un manual de estilo que dé cuenta de la página web y su manejo, es necesario para mantener un carácter de diseño determinado, debido que son los integrantes de la barra quienes tendrán la administración de la página web.
- Es de vital importancia enseñarle a quién quede a cargo de la página el uso de las herramientas y las opciones de edición (parámetros básicos) de la plataforma.

- Hay que tener en cuenta la unidad de estilo de los textos y las tipografías que se utilizan para títulos, subtítulos, encabezados, textos, etc, ya que la página debe tener una armonía en cuanto a la estética de la página.
- Vincular la página creada con otro tipo de páginas (Facebook, YouTube, Página oficial del Deportivo Cali) para generar tráfico de espectadores entre plataformas.
- Optimizar la URL de la página con el fin de tener un resultado ameno en caso de búsqueda en Google.
- Perfeccionar el enfoque de las fotografías (edición) que relatan acontecimientos de la barra, puesto que las imágenes también ofrecen cierto tipo de información importante.
- Crear una sección orientada a noticias sobre el club, la cual genere un ambiente informativo respecto a la evolución del equipo, ya que es imprescindible tratar temas de esta índole en una página que se relaciona con el deporte.

Teniendo en cuenta los anteriores grupos focales, se implementaron cambios en la página web según las diferentes recomendaciones analizadas previamente, mejorando el estilo y generando una navegación adecuada de la información. Del mismo modo se actualizó el link de acceso al portal del Frente Radical Popayán (<https://barradepcalipopayan.wixsite.com/barrafrp>) con la finalidad de tener un acceso oportuno al sitio web.

Imagen 5. Ajustes de página



Cabe resaltar que los componentes teóricos implementados para guiar la investigación, fueron base fundamental en la culminación de la página web, puesto que en ella se evidencia una estrategia comunicativa que identifica y visibiliza al FRP a través de su identidad visual (estética del producto, colores, imágenes, logos, etc). Por otro lado, se logra apreciar el alto nivel de inclusión social que maneja la barra a partir de sus campañas y actividades en pro del bienestar común, rompiendo o fragmentando el estigma que los aqueja como colectivo barrista.

Se destaca que la información recolectada en el presente trabajo, fue apoyo conceptual (material investigativo) para la creación de la fundación Un Abrazo de Gol, la cual tiene como objetivo dar a conocer a las barras del Deportivo Cali, América de Cali y Atlético Nacional en la ciudad del Popayán, esto por medio de las actividades, labores sociales y actos culturales que desarrollan para generar inclusión social en la ciudadanía.

## Capítulo 6 - Conclusiones Generales de la Investigación y Trabajo realizado

El trabajo de investigación que se llevó a cabo, buscó cumplir con los objetivos propuestos, enfocados principalmente en visibilizar y reflejar la otra cara (positiva) del barrismo a nivel social y cultural por parte de la barra Frente Radical Popayán. Así mismo, se responde a la pregunta problema planteada en el proyecto de grado, la cual estuvo orientada en saber a través de qué medio, plataforma, recurso físico o mediático fue pertinente implementar para generar una visibilización adecuada del actuar social del FRP, concluyendo la siguiente información:

- Se tuvo en cuenta que el barrismo a nivel social y cultural está tergiversado a partir de las diferentes concepciones, es su mayoría negativas, que se tiene sobre estos tipos de colectivos (según los resultados de la encuesta), ya que mediáticamente no se ha profundizado en reflejar dinámicas positivas que realizan los integrantes de las barras. Por tal razón, el estigma sobre las barras futboleras crece con mayor frecuencia al mostrarse una sola cara de la moneda (actos negativos en los que estas se han visto involucradas).
- Los componentes teóricos que guiaron la investigación, fueron esenciales para comprender las dinámicas y la ideología que promueve el FRP, así mismo como la creación de una estrategia comunicativa que aportó a contrarrestar el estigma que repercute en la barra.
- Las herramientas de recolección de información y su oportuna sistematización, permitieron obtener datos cualitativos y cuantitativos que posibilitaron comprender diferentes perspectivas internas y externas sobre el barrismo.
- La presente investigación sirvió como material y base de información, puesto que se tuvo en cuenta en la creación de la fundación Un Abrazo de Gol, para ello se necesitó saber cuál era la mirada que se tenía sobre las barras e hinchadas en Popayán por parte de los ciudadanos. Esta investigación junto con los informes que aquí se encuentran fueron de gran ayuda y conocimiento para los encargados de la

fundación que está compuesta por las 3 grandes barra de la ciudad (Frente Radical Popayán - Deportivo Cali, Barón Rojo - América de Cali y Los Del Sur - Atlético Nacional).

- El plan de acción que se llevó a cabo para esta investigación, es un proceso que se da a partir de la ejecución de estudios, análisis y trabajos académicos por parte de los investigadores, ya que se trabajó el tema de barrismo y su relación con la sociedad desde años en diversas áreas del conocimiento del programa de Comunicación Social de la Universidad del Cauca (formación académica y profesional).
- El producto comunicativo que se elabora con la finalidad de visibilizar el FRP, es una contribución positiva para mejoramiento de la imagen del colectivo barrista, ya que al estar en una plataforma digital, facilita el acceso de la información al público en general.
- La página web que es el producto y resultado de esta investigación, cuenta con un manual de estilo pensado para el manejo, lineamientos, producción y ejecución de la misma, con el fin de proveer una guía a los administradores que queden a cargo del sitio web.
- La promoción y proyección del producto comunicativo se da a partir de la publicación en redes sociales y plataformas digitales la barra.
- Se recomienda a los integrantes del Frente Radical Popayán tener en cuenta el causa-efecto de las acciones en las que se vean involucrados, pues en la investigación fue evidente notar que en cada acto (negativo) donde se vieron inmersos algunos de sus integrantes, la repercusión a estos no crea una buena imagen sobre los mismos, por el contrario, contribuye como resultado a la mala imagen de la barra en general.
- Fue evidente notar que el trabajo realizado con los integrantes del Frente Radical Popayán, dio como resultado la formalización del grupo como organización, pues ellos mismos distinguieron algunas de sus fortalezas y debilidades como colectivo, por lo cual el proceso investigativo que se llevó a cabo sirvió para precisar la

caracterización y consolidación del grupo como una barra organizada dentro de la ciudad blanca.

- Se fomentó el reconocimiento del Frente Radical Popayán como organización, ya que el proceso investigativo permitió distinguir los ideales del grupo y reforzar aquellas falencias que estancaban el reflejo de los mismos de forma interna y externa.
- Se recomienda a las personas que administran las páginas, portales y redes sociales del Frente Radical Popayán, tener actividad y constancia en el fortalecimiento de ellas, puesto que es una de las alternativas para relejar sus acciones y lograr ser más reconocidos por parte de la ciudadanía. Lo anterior respecto a que los medios de comunicación no tienen en cuenta las labores sociales, campañas y actividades que desarrolla el FRP.

## 6.1 Anexos

### Anexo 1: Recolección de noticias.

	B	C	D	E	F	G
4	Nombre del medio	Tipo	Horario en el que se consultó/emitió	sección	página	Fuente
5	El Tiempo	Digital	7:32 Pm		ElTiempo.c	1. <a href="https://www.eltiempo.com/colombia/cali/disturbios-en-partido-entre-el-deportivo-cali-y-america-92198">https://www.eltiempo.com/colombia/cali/disturbios-en-partido-entre-el-deportivo-cali-y-america-92198</a>
6	Youtube	Digital	8:15 Pm			<a href="https://www.youtube.com/watch?v=2NeQ8rCtH0Y">https://www.youtube.com/watch?v=2NeQ8rCtH0Y</a>
7	Youtube	Digital	3:06 Pm			<a href="https://www.youtube.com/watch?v=a6QZ7wJkQc">https://www.youtube.com/watch?v=a6QZ7wJkQc</a>
8	Diario del Cauca	Digital	5:20 Pm		Diario del	<a href="https://diariodelcauca.com.co/noticias/nacional/barras-bravas-un-problema-creciente-en-popay%C3%A1n-122909">https://diariodelcauca.com.co/noticias/nacional/barras-bravas-un-problema-creciente-en-popay%C3%A1n-122909</a>
9	El País	Digital	6:10 Pm		El País	1. <a href="https://www.elpais.com.co/judicial/los-delitos-que-se-esconden-detras-de-las-barras-bravas-del-america-y-el-cali.html">https://www.elpais.com.co/judicial/los-delitos-que-se-esconden-detras-de-las-barras-bravas-del-america-y-el-cali.html</a>
10	Semana	Digital	10:20 Am		Revista Se	<a href="https://www.semana.com/nacion/articulo/coronavirus-hinchas-de-america-y-cali-reparten-mercados/662612">https://www.semana.com/nacion/articulo/coronavirus-hinchas-de-america-y-cali-reparten-mercados/662612</a>
11	Blu Radio	Digital	11:43 Am			<a href="https://www.bluradio.com/blu360/pacifico/oven-murio-tras-enfrentamiento-a-bala-entre-hinchas-del-cali-y-el-america">https://www.bluradio.com/blu360/pacifico/oven-murio-tras-enfrentamiento-a-bala-entre-hinchas-del-cali-y-el-america</a>
12	El periódico Deportivo	Digital	9:13 Am		El Periodic	<a href="https://elperiodicodeportivo.com.co/noticias/deportes/F%C3%BAtbol/denuncian-acuerdo-del-frente-radical-con-la-barra-nueva-chic">https://elperiodicodeportivo.com.co/noticias/deportes/F%C3%BAtbol/denuncian-acuerdo-del-frente-radical-con-la-barra-nueva-chic</a>
13	Super	Digital	10:15 Am			<a href="https://supernoticiasdelvalle.com/sancionada-la-barra-frente-radical-por-mal-comportamiento-en-el-ultimo-partido-del-cali/">https://supernoticiasdelvalle.com/sancionada-la-barra-frente-radical-por-mal-comportamiento-en-el-ultimo-partido-del-cali/</a>
14	La sillavacia	Digital	4:40 Pm			<a href="https://lasillavacia.com/silla-pacifico/paro-unio-lo-futbol-separo-las-barras-america-y-cali-74746">https://lasillavacia.com/silla-pacifico/paro-unio-lo-futbol-separo-las-barras-america-y-cali-74746</a>
15	Caliescribe	Digital	7:12 Pm			<a href="https://caliescribe.com/es/america-deportivo-cali/2013/11/16/5316-barron-rojo-y-frente-radical-verdiblanco-hablan-del-barismo-s">https://caliescribe.com/es/america-deportivo-cali/2013/11/16/5316-barron-rojo-y-frente-radical-verdiblanco-hablan-del-barismo-s</a>
16	Semilleros	Digital	8:38 Pm			<a href="https://semillerosdeportivos.com/la-violencia-se-sigue-viviendo-en-los-estadios-hasta-cuando/">https://semillerosdeportivos.com/la-violencia-se-sigue-viviendo-en-los-estadios-hasta-cuando/</a>
17	Pulzo	Digital	7:45 Am			<a href="https://www.pulzo.com/deportes/robo-trapos-hinchas-cali-dim-PP207311">https://www.pulzo.com/deportes/robo-trapos-hinchas-cali-dim-PP207311</a>
18	Redes sociales (Fao)	Digital	8:50 Am		Alcaldia Pa	<a href="http://facebook.com/alcaldiapopayan/posts/2695043450354497">http://facebook.com/alcaldiapopayan/posts/2695043450354497</a>
19	Colombia Informa	Digital	9:22 a. m.		Colombia	1. <a href="http://www.colombiainforma.info/barra-popay%C3%A1n-98-deportivo-cali-impulsa-iniciativas-sociales-en-popayan/">http://www.colombiainforma.info/barra-popay%C3%A1n-98-deportivo-cali-impulsa-iniciativas-sociales-en-popayan/</a>
20	90 Minutos Noticias	Digital				<a href="https://90minutos.co/pelea-barras-cali-medellan-diga-un-muerto-terminal-bolivia-09-05-2017/">https://90minutos.co/pelea-barras-cali-medellan-diga-un-muerto-terminal-bolivia-09-05-2017/</a>
21	Cnc Cali	Digital				<a href="https://www.youtube.com/watch?v=agBm5N8Vg">https://www.youtube.com/watch?v=agBm5N8Vg</a>
22	Neal Televisión	Digital				<a href="https://www.youtube.com/watch?v=02ahm52Tczc">https://www.youtube.com/watch?v=02ahm52Tczc</a>
23	Noticias Caracol	Digital	1:02pm			<a href="https://www.youtube.com/watch?v=sPT_i2V7bzU">https://www.youtube.com/watch?v=sPT_i2V7bzU</a>
24	Alcaldía de Popayán	Digital			Local	<a href="http://www.popayan.gov.co/ciudadanos/sala-de-prensa/noticias/Los-baristas-dicen-no-m%C3%A1s-violencia-con-vivencia-en-pa">http://www.popayan.gov.co/ciudadanos/sala-de-prensa/noticias/Los-baristas-dicen-no-m%C3%A1s-violencia-con-vivencia-en-pa</a>
25	Diario el Cauca	Digital	9:03 am		Local	<a href="https://diariodelcauca.com.co/noticias/local/recogen-ayudas-para-familias-vulnerables-en-popayan-608565">https://diariodelcauca.com.co/noticias/local/recogen-ayudas-para-familias-vulnerables-en-popayan-608565</a>
26	Planeta Informativo	Digital				<a href="https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=884216730737842&amp;id=178634252829430">https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=884216730737842&amp;id=178634252829430</a>
27	Radio Súper Popayán	Digital	10:50 am		Radio Súp	<a href="http://www.radiosuperpopayan.com/2016/05/06/inician-trabajo-social-popayan-barras-bravas-del-deportivo-cali/">http://www.radiosuperpopayan.com/2016/05/06/inician-trabajo-social-popayan-barras-bravas-del-deportivo-cali/</a>
28	Policia Nacional	Digital	11:30 am			<a href="https://www.policia.gov.co/noticia/F%C3%B3venes-que-integran-las-denominadas-%E2%80%99Charras-bravas%E2%80%9D-se-u">https://www.policia.gov.co/noticia/F%C3%B3venes-que-integran-las-denominadas-%E2%80%99Charras-bravas%E2%80%9D-se-u</a>
29	Tiempo Real	Digital	9:40 am		Tiempo Re	<a href="https://tiemporeal.com.co/fundacion-en-popayan-unio-a-las-barras-de-milios-america-cali-y-nacional/">https://tiemporeal.com.co/fundacion-en-popayan-unio-a-las-barras-de-milios-america-cali-y-nacional/</a>

## Anexo 1.1

Copia de Cuadro para FRP

Fecha	Título	Palabra clave	contexto donde nace la información	redes sociales	Información
30 de mayo de 2017	Así fueron los disturbios en el clásico América vs. Deportivo Cali	Disturbios	social		De conflicto entre barr
14 febrero 2015	Robando trapo a millonarios	Peleas	social	Youtube	Pelea en popayán
24 mayo 2016	Barras del Deportivo Cali atacaron a hinchas del Pereira en su viaje a Popayán	Peleas	social	Youtube	Pelea en carretera ent
28 enero 2015	Barras bravas, un creciente problema en Popayán	Problema	social		Barras bravas un prob
28 mayo 2017	Los Delitos que esconden Barras bravas en Cali	Delitos	social		Delitos internos en Ba
4 agosto 2020	Las barras del Cali y América se unen para entregar regalos	Unión	social		Entrega de mercados
25 noviembre 2020	Joven murió tras enfrentamientos a balta entre hinchas del Cali y América	Enfrentamiento	social		Muerte de hincha
22 abril 2016	Denuncian acuerdo entre Frente Radical y Nueva Chicago para atacar a Boca	Denuncia	social		Denuncia a barra Colc
14 julio 2015	Sancionada barra Cali por mal comportamiento en último partido	Comportamiento	social		Mal comportamiento b
29 noviembre 2019	El paro unió lo que el fútbol separó a las barras América y Cali	Unión	Social-Político		Unión de barras en pa
16 noviembre 2013	Barra Cali y América hablan de barrismo social	Barrismo	Social		Barrismo social
12 julio 2018	Violencia se sigue viendo en los estadios ¿ hasta cuándo?	Violencia	Social		Violencia en estadios
8 de febrero 2017	Audios de venganza y hasta secuestro tras robo de trapos de hinchas del Cali en medellin	Violencia	Social		Violencia tras robo de
13 agosto del 2020	Semana de la Juventud 2020. Mi arbol y yo	Deportivo Cali	Social	Am Facebook	Medio ambiente, barra
16 de junio del 2020	Barra popular del Deportivo Cali impulsan iniciativas sociales en Popayán	Conciencia	Social		Animalista y barrismo
9 mayo del 2017	Pelea entre barras del Cali y Medellín deja un muerto en Bolivia	Peleas	Social-Internacional		De conflicto, donde s
21 abril del 2016	Barras del Cali agreden a hinchas del Boca en Argentina	Vergonzoso	Social	YouTube	Disturbios protagoniza
25 de mayo del 2017	Invasión hinchas en calisico vallecaucano	Invasión	Social	YouTube	Invaden la cancha de
29 abril del 2016	El cuerpo de Jonathan Bolaños, de 17 años, fue hallado por las autoridades en aguas del río	Muerte	Social	YouTube	Muere hinchas del Cal
	Los barristas dicen: No más violencia, convivencia en paz	No más violenc	Social	Página web	Firma de acuerdo de p
8 junio del 2020	Recogen ayudas para familias vulnerables en Popayán	Ayudas	Social		Frente Radical Popayá
26 mayo del 2020	Gran labor social en los parques	Labor Social	Social	Facebook	Hinchas realizan labor
6 mayo 2016	Inician trabajo social en Popayán con barras bravas del Deportivo Cali	Convivencia	Social		Convivencia ciudadana
6 julio 2015	Jóvenes que integran las denominadas "barras bravas" se unieron al desarme voluntario	Paz y Tranquili	Social		Seguridad en festividad
7 febrero 2020	Fundación en Popayán unió a las barras de 'Milos', América, Cali y Nacional	Estigmatizació	Social		Unión de barras.

## Anexo 2: Página de Facebook del FRP.

Frente Radical - Legión Popayán 2008  
@legionpopayan08

Inicio

Publicaciones

Videos

Fotos

Información

Comunidad

Me gusta Compartir Sugerir cambios

Enviar mensaje

Publicaciones

Frente Radical - Legión Popayán 2008  
5 de agosto a las 21:09

Comunidad

Ver todo

A 2942 personas les gusta esto

3179 personas siguen esto

Información

Ver todo

Equipo deportivo

Transparencia de la página

Ver más

Facebook te muestra información para que comprendas mejor el propósito de las páginas. Consulta qué acciones han realizado las personas que administran y publican contenido.

Creación de la página: 14 de febrero de 2017

Personas

2942 Me gusta

Páginas relacionadas

### Anexo 3: Margen de error – página SurveyMonkey.

SurveyMonkey

Productos Soluciones Recursos Planes y precios Inicia sesión Suscríbete

una calculadora del margen de error. En otras palabras, esta útil herramienta te indicará si la cantidad de personas que quieres encuestar es suficiente como para tener confianza en la exactitud de los datos que recopilas.

## Calcula tu margen de error

Tamaño de la población 318000 Nivel de confianza (%) 90 Tamaño de la muestra 300

Margen de error **5%**

Envía en solo unos minutos una encuesta de 10 preguntas gratis y ve las primeras 40 respuestas.

### Anexo 4: Borrador encuesta.

Microsoft Word - Cuestionario preguntas - Word (Error de activación de productos)

ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO DISEÑO DE PÁGINA REFERENCIAS CORRESPONDENCIA REVISAR VISTA MARIANA OLAVE HERMOSA

Portapapeles Fuente Párrafo Estilos Edición

Programa de Comunicación Social  
Facultad de Derecho Ciencias Políticas y Sociales  
Universidad del Cauca

Con el propósito de entender cómo son vistos los grupos de aficionados de un equipo de fútbol denominados "barras bravas" en Popayán, por parte de las personas externas a ellas, se realiza la siguiente encuesta con el fin de conocer cuál es la perspectiva o ideas que tienen sobre estos grupos:

Genero: \_\_\_\_\_  
Edad: \_\_\_\_\_

**1. ¿Qué entiende usted por el concepto barra brava?**

- Grupo de aficionados que conforman un equipo de futbol
- Personas de carácter bárbaro que conforman colectivos.
- Grupos de jóvenes y adultos intolerantes que dicen "vivir el futbol de forma diferente".

**2. ¿Es frecuente escuchar de barras bravas en Popayán?**

- Si
- No
- De vez en cuando

**3. ¿Ha escuchado hablar sobre barras bravas por parte de los medios de comunicación locales?**

- Si
- No
- En prensa
- Radio
- Televisión
- Redes sociales
- Otros

Activar Windows  
Ir a Configuración de PC para activar Windows.

## Anexo 4.1:

Questionario preguntas - Word (Error de activación de productos)

MARIANA OLAVE HERMOSA

ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO DISEÑO DE PÁGINA REFERENCIAS CORRESPONDENCIA REVISAR VISTA

Calibri (Cuerpo) 12 A A Aa

Normal Sin espa... Título 1 Título 2 Puesto Subtítulo Énfasis sutil Énfasis

Portapapeles Fuente Párrafo Estilos Edición

**4. Si ha escuchado hablar sobre las barras en los medios de comunicación locales, ¿Cuál ha sido la imagen que estos nos presentan?**

- Buena
- Mala
- No ha escuchado hablar sobre estos grupos

**5. ¿Por qué cree usted que se crea una mala imagen sobre estos grupos?**

- Por la inseguridad que causan
- Por no se reconoce del todo los accionares de estos
- Porque no tienen cultura
- Porque los medios solo enseñan lo negativo y no dan a conocer lo demás

**6. Señale cuál de las siguientes barras ha visto o conoce en la ciudad.**

- Frente Radical Popayán (Deportivo Cali)
- Barón Rojo Popayán (América)
- Los del Sur (Atl. Nacional)
- Comandos Azules (Millonarios)
- Otra ¿Cuál? \_\_\_\_\_
- No conoce ninguna

**7. Si ha escuchado hablar o conoce sobre alguna de las anteriores barras mencionadas ¿Por qué las conoce?**

- Tienen mala imagen
- Tienen buena imagen
- Por familiares
- Tengo conocidos en alguna de estas
- No los conoce

**8. ¿Qué clase de personas cree usted que componen estos colectivos? \_\_\_\_\_**

Activar Windows  
Ir a Configuración de PC para activar Windows.

Anexo 5: Carta Policía Metropolitana.



FACULTAD DE DERECHO, CIENCIAS POLÍTICAS Y  
SOCIALES  
COMUNICACIÓN SOCIAL



8.1.12.92.8/031

Popayán, marzo 15 de 2021

Coronel  
**Boris Alberto Albor González**  
Comandante Policía Metropolitana  
Popayán



Asunto: solicitud de apoyo académico

Atento saludo.

El programa de Comunicación Social de la Universidad del Cauca, tiene dentro de su pensum académico una asignatura denominada Trabajo de grado, esta asignatura implica que los estudiantes inscriban su modalidad y tema de investigación, en este sentido, a la coordinación llegó el oficio de dos de nuestros estudiantes, quienes están desarrollando una investigación denominada: "Reconocimiento y visibilización de la organización Frente Radical Popayán (Barra del Deportivo Cali)", los estudiantes han expresado a la coordinación, la importancia de aplicar algunos instrumentos de validación informativa, dado que el tema es de interés social y cultural.

Es importante mencionar que el trabajo en mención, trata de observar la barra Legión Popayán, desde los elementos sociales, culturales, tanto cualitativa como cuantitativamente, así se podrán conocer de cerca las dinámicas propias de la barra, su relación con la ciudadanía, el trato de los medios de comunicación y sus acciones de apoyo social.

Por lo anterior, se solicita su autorización para facilitar información, entrevistas y observación de algunas actividades, con el fin de contribuir a la visibilización de la barra y sus integrantes, ya que, se quiere analizar cada una de las voces que están alrededor de este ejercicio investigativo. En este caso, me dirijo a ustedes con el fin



*Hacia una Universidad comprometida con la paz territorial*

Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Sociales.  
Calle 5 No. 4-70 Segundo Piso. Santo Domingo Popayán - Cauca - Colombia  
Teléfono: 8209900 Exts. 2453 - 2482 Comutador 8209900  
comsocial@unicauca.edu.co www.unicauca.edu.co

Anexo 5.1:

  
Universidad  
del Cauca

FACULTAD DE DERECHO, CIENCIAS POLÍTICAS Y  
SOCIALES  
COMUNICACIÓN SOCIAL

  
Comunicación  
Social

de permitir el acceso a personal que está asociado a la presencia o cubrimiento de escenarios deportivos, principalmente fútbol, o que tenga amplio conocimiento sobre los escenarios en los cuales se hayan visto relacionados con el tema investigativo de las barras bravas.

Los nombres de los estudiantes que están desarrollando la investigación son:

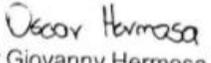
- Fabián Andrés Serna 104817011736
- Oscar Giovanni Hermosa 104817011498

Los estudiantes también firman este oficio, porque, además de representarlos como coordinador académico, lo represento como director del trabajo de grado. Para ampliar cualquier información se pueden comunicar al correo institucional [coordinacioncs@unicauca.edu.co](mailto:coordinacioncs@unicauca.edu.co)

Atentamente,

  
Álvaro Gerardo Fernández  
Doctorante en Ciencias Humanas  
Magister en Estudios Interdisciplinarios del Desarrollo  
Esp. Derecho Administrativo – Esp. Derecho Constitucional.

Estudiantes:

  
Oscar Giovanni Hermosa Ruiz

  
Fabián Andrés Serna Imbachi

  
ISO 9001



*Hacia una Universidad comprometida con la paz territorial*

Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Sociales  
Calle 5 No. 4-70 Segundo Piso. Santo Domingo. Popayán - Cauca - Colombia  
Teléfono: 8209900 Ext. 2453 - 2482 Correo: 8209900  
comsocial@unicauca.edu.co www.unicauca.edu.co

## Anexo 6: Invitación Hablemos de Barras Futboleras.

HABLEMOS DE BARRAS FUTBOLERAS

INCLUSIÓN SOCIAL  
ÚNETE A TRAVÉS DE MEET

SEPTIEMBRE  
16  
2021

5:00PM | JUEVES  
¡NOS VEMOS ALLÁ!

Logos: Barras Futboleras, Universidad del Cauca, Compañías Social

The poster features a photograph of a group of people at a football match, many holding green and white umbrellas. The text is in white and green on a dark background.

## Anexo 7: Encuesta.

Preguntas Respuestas **12** Configuración Puntos totales: 0

Información personal

Se realiza con el fin de compartir a los interesados el documental llamado 'De las calles a la tribuna'

Nombre:

Texto de respuesta corta

Correo electrónico: \*

Texto de respuesta corta

Usted es: \*

Estudiante

Docente

Administrativo

Otro:

The form is titled 'Información personal' and includes fields for name, email, and a radio button selection for 'Usted es:'. It also features a header with navigation options and a total score of 0.

Preguntas Respuestas **12** Configuración Puntos totales: 0

12 respuestas

Andrés Camilo Pabón

Juan José Burbano Ocaña

Jhefferson Hernández

Carlos Julián Ayala

Christian Cuellar

Olga Lucía Volverés Ocampo

Leidy Cruz

Ginna Alejandra Ramos

Pablo Paz

Correo electrónico:

12 respuestas

andrescpabon@unicauca.edu.co

juanjobo19@unicauca.edu.co

Jheffersonhernan@unicauca.edu.co

cjayala@unicauca.edu.co

ccuellar@unicauca.edu.co

olgavolveres@unicauca.edu.co

leidycruz360@gmail.com

Ginna.ramos@gmail.com

The response list shows 12 names and their corresponding email addresses. The email addresses are listed in a separate section below the names.

## Anexo 8: Publicación del post “Hablemos de Barras Futboleras”.

← Publicaciones 🔍

**Comunicación Social - Unicauca** ...  
 Fabian Serna · 13 sept. · 📷

Con el objetivo de visibilizar un grupo de barras futboleras de Popayán, estudiantes de octavo semestre de Comunicación Social, realizan la invitación de observar, reflexionar y caracterizar un producto comunicativo sobre los hinchas (documental), el cual se compartirá a los estudiantes, egresados, profesores y demás personas interesadas en visualizarlo. Una vez observado el producto, nos encontraremos el día jueves 16 de septiembre, donde socializaremos los puntos de vista frente al mismo.

📄 Diligencien sus correos en el siguiente formulario para compartir el producto multimedia:  
<https://forms.gle/LyHn5GWjzuouQHqv6>

¡Nos vemos allá! 📷



HABLEMOS DE BARRAS FUTBOLERAS

INCLUSIÓN SOCIAL  
 ÚNETE A TRAVÉS DE MEET

SEPTIEMBRE 16 2021 5:00PM | JUEVES  
 ¡NOS VEMOS ALLÁ!

👍 Me gusta    💬 Comentar    📧 Enviar

👤 Carlos Julián Ayala y 22 personas más

👍👤 Carlos Julián Ayala y 22 personas más

Todos los comentarios ▾

**Lina María Benavides Flor**  
 Genial ✅💚 nos vemos ahí 🙏🙏  
 4 sem Me encanta Responder 1 📷

**Fabian Serna** Lina María Benavides Flo...

**Christian Cuéllar**  
 Muy interesante, apuntado  
 4 sem Me importa Responder 1 📷

**Alexander Díaz**  
 Acá un buen precedente.  
<https://youtu.be/fVLLgqXYGq0>

YOUTUBE.COM  
 Documentales: La Ciudad de Los Fanáticos - Trau...  
 4 sem Me gusta Responder 3 👍

**Alexander Díaz**  
 Otro. <https://youtu.be/420HcQlh9uY>

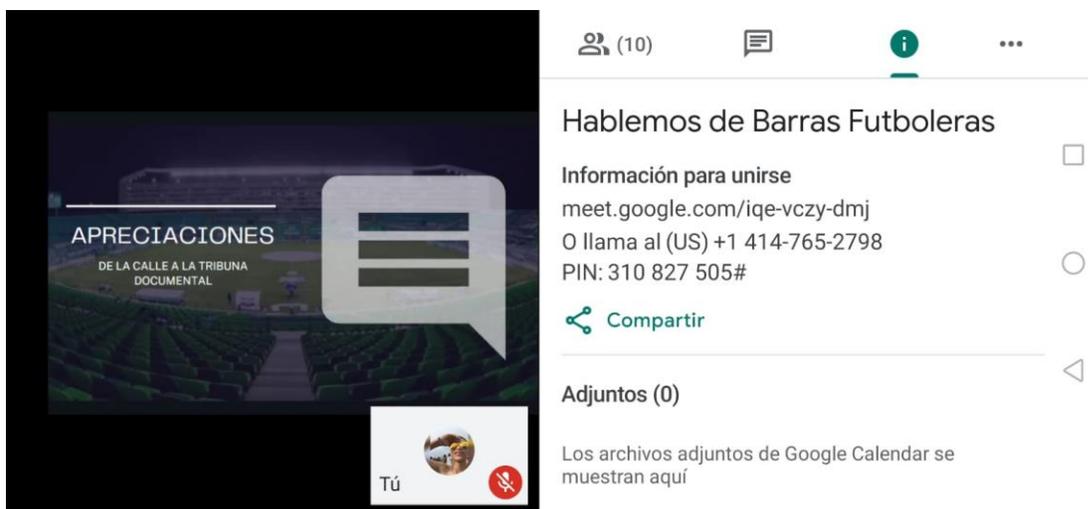
YOUTUBE.COM  
 LA FORTALEZA | Tráiler oficial | DOCUMENTAL s...  
 4 sem Me gusta Responder

**Leidy Cruz**  
 Por favor habilita los permisos para ver el formulario, a personas ajenas a la U 🙏  
 4 sem Me gusta Responder

**Fabian Serna** Leidy Cruz listo, hecho el...

📷 Escribe un comentario...    📄 GIF    🗨️    😊

## Anexo 9: Reunión Hablemos de Barras Futboleras.



(10)

Hablemos de Barras Futboleras

Información para unirse

meet.google.com/iqe-vczy-dmj

O llama al (US) +1 414-765-2798

PIN: 310 827 505#

Compartir

Adjuntos (0)

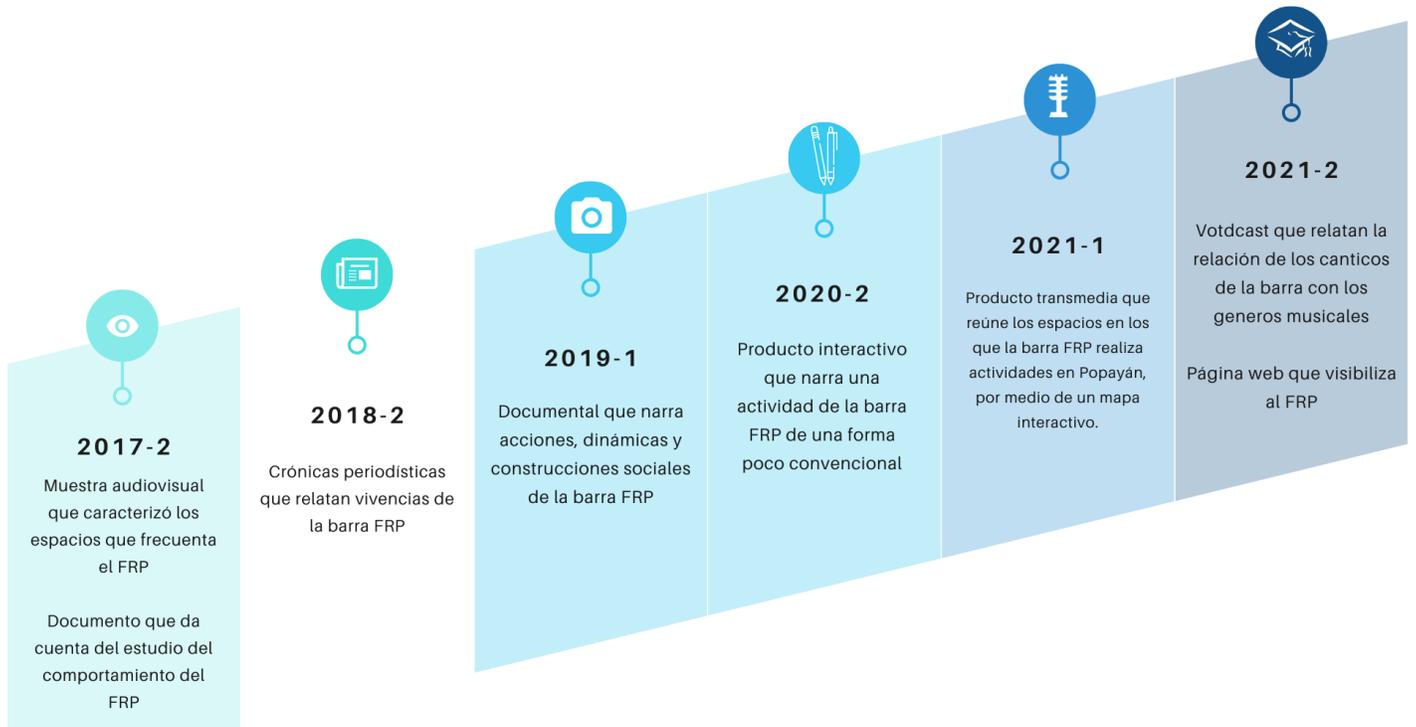
Los archivos adjuntos de Google Calendar se muestran aquí

APRECIACIONES

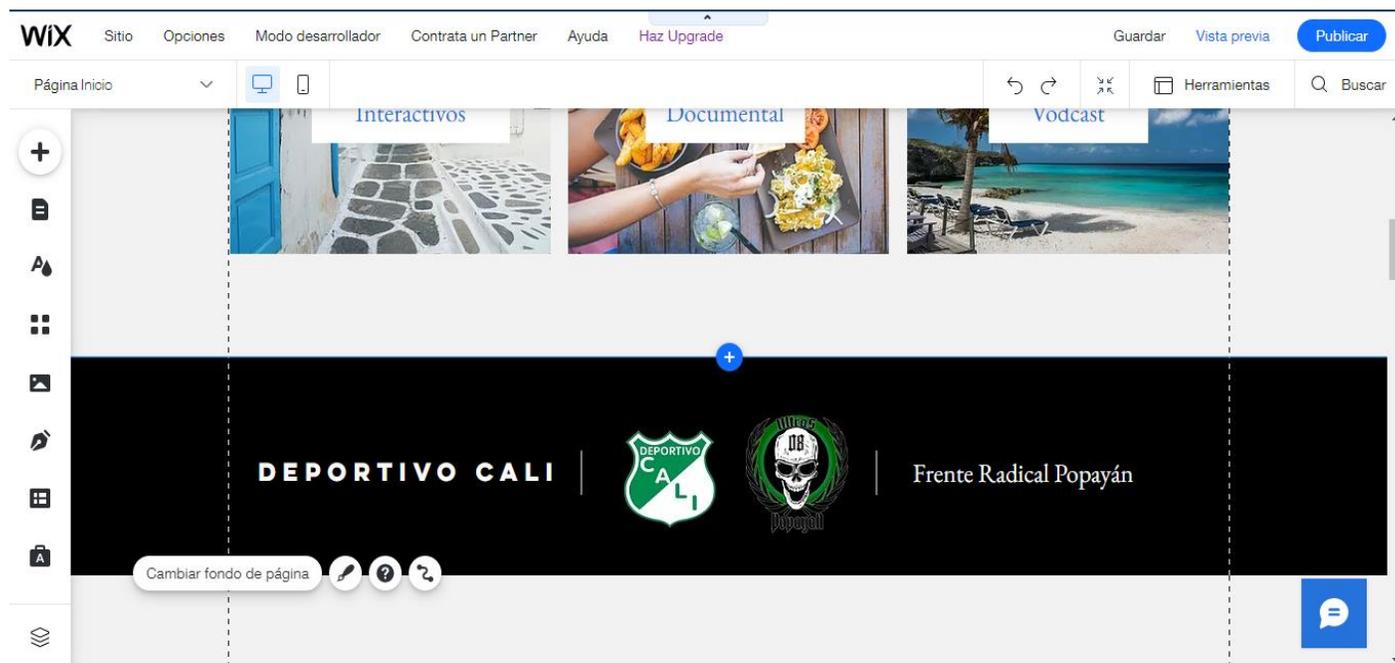
DE LA CALLE A LA TRIBUNA DOCUMENTAL

Tú

Anexo 10: Infografía sobre la observación y trabajo continuo con el FRP.



## Anexo 11: Inicio de la creación de la página web.



## 6.2 Bibliografía

Araoz, S. (2010). Inclusión social: Un propósito nacional para Colombia. Bogotá, D.C, Colombia. Recuperado de: <https://www.ucentral.edu.co/sites/default/files/inline-files/2010-12-documentos-investigacion-economia-007.pdf>

Calonge, S. (2006). La representación mediática: teoría y método. Recuperado de: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/psie/n23/v23a05.pdf>

Capriotti, P. (2009). Branding Corporativo Fundamentos para la Gestión. Recuperado de: <http://www.analisisdemedios.com/branding/BrandingCorporativo.pdf>

Clavijo, J. (2004). Estudio de barras de fútbol de Bogotá: Los Comandos Azules. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/791/79105804.pdf>

Constitución 1992:

[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion\\_politica\\_1991\\_pr001.html#48](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991_pr001.html#48)

DANE 2018: <https://www.dane.gov.co/files/censo2018/informacion-tecnica/presentaciones-territorio/190814-CNPV-presentacion-Resultados-generales-Cauca.pdf>

Decreto 1844 de 2018: [https://funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma\\_pdf.php?i=88843](https://funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=88843)

Goffman. (2006). Obras de Erving Goffman en esta biblioteca. Recuperado de: <https://sociologiaycultura.files.wordpress.com/2014/02/goffman-estigma.pdf>

Hall, S. (1997). El trabajo de la representación. London. Recuperado de: [http://metamentaldoc.com/14\\_El\\_trabajo\\_de\\_la\\_representacion\\_Stuart\\_Hall.pdf](http://metamentaldoc.com/14_El_trabajo_de_la_representacion_Stuart_Hall.pdf)

Korsbaek, L. (2010). Raymond Firth: “La organización Social y el Cambio Social”. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/2110/211014857008.pdf>

Ley 1270 de 2009: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=34491>

Rojas, R. (Ed.). (2020). Ultra Verdiblanco. Cali, Colombia.

Scheinsohn y Saroka. (2000). El plan estratégico de comunicación. Estructura y funciones. Recuperado de: [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N88/Varia/46\\_VinesGauchi\\_V88.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N88/Varia/46_VinesGauchi_V88.pdf)

SuveryMonkey: <https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size/>