



**LOS LIBERTADORES**  
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA

**Feminismo y barras futboleras: Una mirada social al fenómeno naciente**

Sergio Nicolás Pedraza Bayona

Trabajo aplicado como opción de grado para optar al título profesional de:

Comunicador Social - Periodista

Director: Luis Francisco Buitrago Castillo

Docente de tiempo completo - Investigador

Fundación Universitaria Los Libertadores

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Programa de Comunicación Social – Periodismo

2021

## TABLA DE CONTENIDO

<b>1. AGRADECIMIENTOS.</b> .....	<b>4</b>
<b>2. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>5</b>
2.1 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	5
2.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
<b>3. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.</b> .....	<b>17</b>
<b>4. ESTADO DEL ARTE.</b> .....	<b>18</b>
<b>5. OBJETIVOS</b> .....	<b>25</b>
5.1 OBJETIVO GENERAL.....	25
5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	25
<b>6. MARCO TEÓRICO.</b> .....	<b>26</b>
6.1 MARCO CONCEPTUAL.....	34
<b>7. METODOLOGÍA.</b> .....	<b>40</b>
7.1 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS. ....	40
7.2 POBLACIÓN Y MUESTRA. ....	41
<b>8. RESULTADOS</b> .....	<b>42</b>
8.1 ENTREVISTA MYRIAM ORDOÑEZ – FÚTBOLA.....	43
8.2 ENTREVISTA “CAMILA” – FÚTBOLA.....	46
8.3 ENTREVISTA COLECTIVO LA POPULAR FEMINISTA CISF .....	50
8.4 APLICACIÓN DE ENCUESTA REALIZADA A FÚTBOLA Y A LA POPULAR FEMINISTA CISF .....	55
8.5 CONCLUSIÓN DE RESULTADOS.....	67
<b>9. DISCUSIÓN.</b> .....	<b>71</b>
<b>10. CONCLUSIONES.</b> .....	<b>74</b>
<b>11. REFERENCIAS.</b> .....	<b>78</b>
<b>12. ANEXOS.</b> .....	<b>84</b>

## TABLA DE GRÁFICAS

<b>Gráfica 1.</b> <i>Distribución por rangos de edades de las mujeres participantes.</i> .....	56
<b>Gráfica 2.</b> <i>Mujeres que asisten a los estadios dos o más veces al mes.</i> .....	57
<b>Gráfica 3.</b> <i>Distribución geográfica de las mujeres asistentes a los estadios.</i> .....	58
<b>Gráfica 4.</b> <i>Participación de las entrevistadas en organizaciones futboleras.</i> .....	58
<b>Gráfica 5.</b> <i>Periodo de permanencia o activismo en las barras futboleras.</i> .....	59
<b>Gráfica 6.</b> <i>Percepción de igualdad de género en los estadios de fútbol.</i> .....	60
<b>Gráfica 7.</b> <i>Percepción de vulnerabilidad de las participantes, con respecto a su asistencia en los eventos deportivos.</i> .....	61
<b>Gráfica 8.</b> <i>Identificación de los espacios en los cuales se perciben vulneables.</i> .....	62
<b>Gráfica 9.</b> <i>Percepción de representaciones machistas en las organizaciones futboleras populares (barras)</i> .....	63
<b>Gráfica 10.</b> <i>Percepción del rol de la mujeres dentro de las organizaciones futboleras populares (barras)</i> .....	64
<b>Gráfica 11.</b> <i>Percepción de avances, basados en enfoque de género, en los estadios.</i> .....	64
<b>Gráfica 12.</b> <i>Participación o activismo de las mujeres en las organizaciones feministas y futboleras</i> .....	65
<b>Gráfica 13.</b> <i>Percepción de incidencia de las organizaciones feministas y futboleras en las realidades deportivas.</i> .....	66

## **1. Agradecimientos.**

Este trabajo lo dedico principalmente a mi familia y a Dios, por confiar en mí, darme alientos cuando más lo necesité, motivarme cada día a ser mejor y permitirme cumplir mis sueños, a costa de muchos sacrificios.

A los diferentes docentes, amigos y conocidos que ayudaron y contribuyeron en el proceso de investigación, realizando aportes académicos, opiniones, críticas y correcciones cuando fueron necesarias.

A mi director de tesis, que estuvo colaborándome en la construcción de este proyecto investigativo, asesorándome en la realización, investigación y construcción del mismo, siempre con profesionalismo y una mirada crítica y en busca de la calidad.

Igualmente agradezco la participación de ambos colectivos, que desde el comienzo de esta investigación decidieron hacer parte del proyecto, reconociendo en la academia y la comunicación, la importancia de la construcción de realidades. A Myriam, “Camila”, “Paola”, “María” y a todas las mujeres que desde las gradas, las calles, las canchas, las cabinas periodísticas o desde cualquier rincón circundante al deporte, luchan por una sociedad digna, equitativa y justa, muchas gracias. Este proyecto es por y para ustedes.

Finalmente, quiero agradecer, como en su momento lo hizo el escritor Eduardo Galeano, a mi compañero fiel, que tantas noches me acompañó en este proceso, que siempre estuvo a mi lado, que siempre me brinda amor y cariño, a mi compañero fiel de cuatro patas, muchas gracias.

## 2. Introducción

### 2.1 Justificación de la investigación.

El conjunto de las dinámicas de apropiación de género llevadas a cabo por las mujeres, dentro de las organizaciones sociales, conocidas como las barras bravas de Bogotá, es importante ser investigado con el objetivo de cambiar el estereotipo de la mujer barrista, que se lleva estructurando en las realidades futboleras de América Latina, a través de la historia contemporánea. Lo anterior, puesto que si hoy en día se le pregunta a cualquier persona sobre su perspectiva acerca de estos grupos de fanáticos del deporte, probablemente contestará con aspectos negativos, basados en las experiencias traídas a Colombia desde el fútbol argentino, hace más de 40 años.

En Bogotá, actualmente hay seis barras bravas reconocidas: Las de Millonarios, con las barras ‘Comandos azules’ y ‘Blue rain’; las de Santa Fe, con ‘La Guardia Albiroja sur’; las de Atlético Nacional, con ‘Los del sur’ y ‘Nación verdolaga’; y las de América, con la barra ‘Disturbio rojo Bogotá’. Cada una de ellas tiene entre 50 y 70 subgrupos, sin contar a *las barras tradicionales* (entendiendo *barra tradicional* como el colectivo de hinchas que no pertenecen a la organización popular. Sin embargo, asisten organizadamente a los encuentros deportivos, afiliados a factores menos radicales de la fanaticada y viviendo el espectáculo deportivo desde las tribunas Oriental, Occidental y Familiar. Tal es el caso de La Barra 25, La Barra del Búfalo, entre otras), y también la participación de los equipos capitalinos con menor trayectoria, como Equidad Seguros y Fortaleza F.C. Cabe destacar que no son solo hombres quienes participan de estos grupos y que actualmente, está ocurriendo un fenómeno poco analizado en Colombia y en Latinoamérica: Las mujeres, se están haciendo visibles en estos espacios reconocidos tradicionalmente como machistas y violentos, llegando incluso a conformar “parches”, a ser

lideresas de actividades sociales o influyentes en las decisiones que se toman dentro de la organización. Es desde esta perspectiva, que se considera necesario investigar este fenómeno, buscando visibilizar las diferentes dinámicas de resistencia y lucha en contra de la violencia, tanto estructural como simbólica, que se viene ejerciendo sobre el género femenino, desde realidades sociales tan cercanas como el espectáculo del fútbol.

Sin embargo, para comprender socialmente el fenómeno moderno que representa el deporte del fútbol, resulta pertinente observar sus antecedentes y analizar cómo ha venido evolucionando desde un deporte popular, agresivo, lúdico y arraigado al folclor cultural de la región inglesa, hasta llegar a ser el deporte más popular, a escala global. Tal como lo expone Vinnai (2003): “Inglaterra, la patria del capitalismo industrial, es también la patria del deporte en masa”.

De esta manera, teóricos como Albano Abreu (2012) afirman:

La historia del fútbol en Inglaterra, tal como ocurre con los juegos olímpicos de la Grecia antigua, no ofrece la certeza de una fecha o de un acontecimiento trascendente que marque nítidamente el comienzo de su existencia. La primera documentación n que menciona dicha práctica data de la Edad Media cuando este juego era regido por la costumbre, se practicaba de muy diferentes maneras y su característica distinta, sin duda alguna, consista en patear una pelota (p.1).

En un recorrido general a través de la historia de este deporte, se pueden enmarcar como etapas fundamentales la reglamentación de este, inicialmente, a través de la oficialización de la práctica en algunas *public school* de Cambridge, Inglaterra. El siguiente gran salto que da este deporte, pasa por la creación de federaciones que organizan los torneos de manera oficial, regidas bajo un mismo reglamento. Así se le va abriendo el camino a la profesionalización del

deporte, que muta de una práctica popular a un deporte reglamentado, cercano a las clases altas de la sociedad inglesa. A través de la expansión de las industrias británicas, como los ferrocarriles y demás, el fútbol se expande a otras partes del mundo, sin que ese fuera realmente su objetivo, pues los ingleses que llegaban a trabajar a un territorio, llevaban sus costumbres y con ellas el fútbol, para no sentirse lejos de casa; de esta manera, se empezaron a crear clubes exclusivos de ingleses, en países como Argentina en el caso de Latinoamérica.

Es a partir de esta nueva re-significación del deporte, a través de la construcción de una nueva identidad forjada por los diferentes contextos históricos y culturales, que se analiza el fútbol en el presente documento. Sin embargo, como plantea Antezana (2003):

¿Cómo vivimos en el fútbol? Obviamente, no todos lo vivimos jugándolo, en el sentido común –lúdico– del término. Tampoco lo vivimos, aunque es un nudo de nuestra articulación con él, observándolo directamente. Mi sospecha es que, fundamentalmente, lo vivimos verbalizándolo. Dicho de otra manera: vivimos hablando –sea como sea– de él y de sus avatares (p.86).

Así, se empiezan a generar nuevas identidades en torno a este, dado que el fútbol “que en sus comienzos aún toleraba factores lúdicos, los ha ido eliminando progresivamente” (Vinnai, 2003, pp. 24-25).

De esta manera, la forma de vivir este espectáculo futbolístico ya no solo depende de la perspectiva lúdica del deporte, sino de los múltiples enfoques que permiten crear la idea del *fútbol espectáculo*. Así, “el fútbol espectáculo sucede dentro y fuera de la cancha. Mediando la verbalización performativa, ese espectáculo es prácticamente ininterrumpido, y, sin duda, multifacético” (Antezana, 2003, p.88.).

En este entendido de nuevas identidades del deporte, analizado como fútbol espectáculo, se hace evidente la importancia que tienen las mujeres dentro del fenómeno. Según la FIFA (s.f)

“El fútbol es el deporte internacional de las mujeres y las niñas y está presente en todos los grupos sociales sin hacer distinciones de raza, religión, etnia o estatus socioeconómico (...) Al más alto nivel, la Copa Mundial Femenina de la FIFA™ constituye el pináculo del fútbol femenino. La edición de 2015 celebrada en Canadá atrajo un interés sin precedentes, con 750 millones de telespectadores en todo el mundo y 1.35 millones de entradas vendidas para presenciar partidos en los estadios. (p.2)

Igualmente, la organización resalta:

Basta con mirar el gran éxito de la Copa Mundial Femenina de la FIFA Canadá 2015™ para constatar lo popular y atrayente que es esta disciplina en el mundo entero: el torneo generó un flujo de casi 500 millones de USD en el país anfitrión. La final entre EE. UU. y Japón fue el partido de fútbol más visto de la historia de la nación de las barras y estrellas. Durante el torneo, siete partidos contaron con más de 50 000 espectadores en el estadio y se registraron un total de 9000 millones de impresiones en Twitter (p.4).

Sin embargo, la participación de las mujeres en el deporte no es aún equitativa, respecto a la de los hombres. Esta es una problemática de la cual, no solo las organizaciones y los estados son responsables; sino también los medios de comunicación, como creadores y lentes a través de los cuales se captan las diferentes realidades, dado que tienen esa responsabilidad en el descuido, olvido y violencia simbólica que se ejerce sobre las deportistas, periodistas y demás mujeres que, a través del fútbol, desarrollan sus labores profesionales (árbitras, directoras técnicas, etc.)



Este es un fenómeno que encuentra su representación en la cultura colombiana, pues según Martínez, Goellner y Orozco (2019):

Por ese motivo, cuando se habla del fútbol como un deporte considerado masculino, en la sociedad colombiana, nos estamos refiriendo a las representaciones de género y las relaciones de poder que se construyen con relación a este. Cuando se piensa en esta práctica cultural, se instituyen relaciones de poder entre hombres y mujeres (asimetrías, desigualdades), se establecen diferencias, se crean discursos biologicistas sobre los cuerpos, se excluyen y se crean diferenciaciones respecto a los géneros, se producen significados, se legitiman comportamientos y se justifican discriminaciones.

Tal cómo lo reconoce la FIFA (s.f): “Los años de olvido institucional y la falta de inversión impidieron que niñas y mujeres practicasen el fútbol y desempeñasen funciones técnicas, administrativas y de gobernanza.” (p.4)

Esta inequidad no es propia de la edad moderna, tal como lo afirma Hijos (2020):

Así, se promovieron disposiciones que prohibieron la práctica del fútbol femenino en países como Inglaterra (1921-1971), Brasil (1941-1979) y Alemania (1955-1970) porque se consideraba un deporte demasiado “macho” y peligroso para el sexo “más débil”, que ponía en riesgo el sistema reproductivo femenino. (p.244)

Estos supuestos argumentos, basados en el carácter biológico y la caracterización del biotipo que debe tener el deporte, son tan solo algunos de los obstáculos que se le ha puesto en el camino al fútbol profesional femenino. Si bien el primer partido oficial se disputó el 23 de marzo de 1895, es tan solo hasta el año de 1991 que la FIFA crea una competencia internacional en la que las mujeres pueden participar, de manera profesional, en representación de sus países. Es así

como se evidencia una violencia estructural y simbólica, en torno a la participación, interacción y ejecución de las mujeres, en el fútbol y en los fenómenos que se generan a partir de él.

Según Hijos (2020), “Los medios masivos de comunicación son en gran parte responsables por el lugar de privilegio otorgado al fútbol masculino, con coberturas sexistas que hasta la actualidad han ignorado casi por completo el juego de mujeres” (p.243). Sin embargo, en este punto es clave recalcar la extrema polaridad de los medios en cuestión del fútbol femenino: por un lado, está el abandono y la baja cobertura de los medios de comunicación en los encuentros deportivos; y por el otro lado, se ubica la reestructuración de la deportista, bajo los estereotipos de mujer *bella y femenina*, destacando a las mujeres como *sex symbols* del fútbol y no por sus capacidades deportivas.

Así mismo, en palabras de Martínez, Goellner y Orozco (2019):

A pesar de que en Colombia el fútbol sí hace parte de la cultura, este es difícil de imponerse cuando de mujeres se trata, pues a pesar de los cambios a nivel social y del aumento en el apoyo hacia las mujeres futbolistas, todavía se considera como un espacio de, y para los hombres. Aquí el cambio cultural se torna en un factor relevante, que puede ir de la mano con el desarrollo de la liga, pensando en que esta actúa como un artefacto cultural que produce nuevas representaciones de género con relación a la práctica del fútbol

De esta manera, el objetivo que tienen las mujeres, y con ellas la lucha feminista, con respecto al fútbol es:

El deporte –como escenario de expresión, descubrimiento y empoderamiento– se incorpora a los reclamos de los colectivos que enfrentan la mirada androcéntrica y

patriarcal, y disputan equidad de género e igualdad de oportunidades. ¿Cuál es el objetivo? Que el fútbol ya no sea un privilegio de varones, estructurado por la lógica del aguante, promotor de la masculinidad hegemónica y reproductor de violencias, xenofobias y machismos (Hijos, 2020, p.242).

En este entendido, cabe resaltar la responsabilidad que tienen tanto los medios masivos de comunicación, como los procesos de comunicación independientes, cotidianos y personales, en la construcción de un nuevo discurso, orientado en el enfoque de género y entendiendo las responsabilidades del uso adecuado del lenguaje. Esta temática es abordada en el conversatorio: *El Tiempo en Vivo: Feminismos y medios de comunicación* (2021) organizado por el medio de comunicación colombiano El Tiempo, a través de sus redes sociales.

En este conversatorio, moderado por Jineth Bedoya, subdirectora de El Tiempo, se plantean las responsabilidades y retos que tienen los medios de comunicación con respecto a la cobertura de las noticias desde un enfoque de género responsable y en la cobertura de noticias y eventos feministas. Este evento contó con la participación de Mariana Botero, representante de la Fundación Femicidios Colombia; Ita María, en representación del colectivo feminista *Las Viejas Verdes*; y Nathalia Guerrero, periodista del medio independiente y feminista *Manifiesta*.

Este espacio se basó en la experiencia sobre la marcha convocada por sectores feministas, donde se informó explícitamente a los medios, la solicitud de no enviar equipo de prensa ni periodistas hombres, dado que la marcha estaba planeada como un espacio no mixto. Sin embargo, el medio de comunicación Noticias Uno decidió enviar un camarógrafo hombre al evento y esto, obviamente, generó choques entre las manifestantes y el medio de comunicación.

A partir de este suceso, El Tiempo abrió el espacio para debatir acerca de las posturas, responsabilidades y enfoques que deben tener los medios de comunicación en este tipo de noticias, eventos, etc.

Dentro de los argumentos planteados y acuerdos logrados a partir del diálogo, se puede resaltar la necesidad de la construcción de un nuevo relato, que no re-victimice a la mujer. Así como la responsabilidad que conlleva la libertad de expresión, la necesidad de una pedagogía hacia los medios de comunicación que, “ayude a combatir la misoginia que se encuentra en estos espacios” (Guerrero, 2021). Pues como lo menciona Ita (2021): “Hay que entender las necesidades de los distintos feminismos”.

De este modo, en el conversatorio se reconoce a los *mass media* como creadores de realidades, por eso, sus enfoques y lenguajes deben ser tratados con responsabilidad. Tal como lo expone Bedoya (2021): “Hace falta más recepción, por parte de los medios, a abrir las puertas a estos espacios (feministas) (...) Parte de la transformación es entendernos, escucharnos y respetarnos en esas diferencias”.

De esta manera, y reconociendo que los medios masivos de comunicación son herramientas de creación (y por qué no, de destrucción) de hitos, paradigmas, realidades y culturas, es importante comprender e interiorizar la importancia que tiene estudiar las representaciones sociales colectivas, y en este caso en específico, la identidad de género, desde el campo comunicacional, pues tal y cómo lo menciona el artículo investigativo de Gil, Castro y Posada *Investigar la identidad de género: representaciones colectivas, comunicación y lenguaje* (2020) :

Los estudios culturales abordan el concepto de hegemonía, el cual conduce al análisis de las interacciones, las relaciones de poder y de dominación, así como de la influencia que

tienen los medios de comunicación en la sociedad y el surgimiento de diversas expresiones que reinterpretan y recrean los mensajes comunicativos que impactan directamente las manifestaciones de identidad de género (2020, p.94).

Este artículo nos muestra la relación que existe entre los procesos de comunicación y el lenguaje, en la construcción de una realidad basada en el enfoque de género. El artículo identifica mutaciones de los conceptos, los paradigmas y los flujos de comunicación que se configuran desde la contemporaneidad, enfocando la necesidad de superar la dualidad sobre el concepto de género, para poder entenderlo a cabalidad. Es por eso que: "...También hay que tener en cuenta la dimensión comunicativa que implica el género, no como categoría de clasificación de lo humano, sino como proceso sociocultural determinado por las representaciones propias de cada época y por sus elementos comunicativos inherentes" (2020, p.87). Así mismo, reconocen tres variables, como condicionales de la noción de género: las representaciones colectivas territoriales, la moda y la identidad.

Esto, haciendo referencia a los procesos comunicativos, plantea la necesidad de que:

Cualquier investigación que busque indagar en las representaciones colectivas del sujeto en relación con su contexto, debe dialogar con los actores sociales y con la cultura (...). Es fundamental entender las interpretaciones, modificaciones y la re-contextualización que experimenta la relación entre los discursos y los sujetos para dimensionar los alcances, impactos y derivaciones en los estudios sobre identidad de género en el marco de la comunicación, el lenguaje y las representaciones colectivas" (Gil Alzate, A., Castro Torres, F. A., & Posada Álvarez, V. 2020, p.93 -94).

Finalmente, el artículo expone la construcción de la identidad de género cómo un proceso histórico y cultural, que surgen a través de la creación de sentidos, desde el concepto de comunicación y mediación, planteado por Jesús Martín Barbero.

## **2.2 Planteamiento del problema.**

“¿En qué se parece el fútbol a Dios? En la devoción que le tienen muchos creyentes y en la desconfianza que le tienen muchos intelectuales.” (Galeano, 2014, p.7). Es con esta cita que empezará explicándose el fenómeno del fútbol; un fenómeno que inicia en Inglaterra y del cual se tienen registros desde el año 1314, donde el rey Eduardo II, les prohíbe a través de un comunicado a todos sus súbditos la práctica de este deporte violento, rudo y sin sentido antes de asistir a la guerra (Albano Abreu, 2012).

Sin embargo, históricamente este deporte se encontró con muchas trabas para su práctica entre los años de 1314 y 1615, impuestas por las esferas públicas y generadoras de opinión: el rey, la iglesia y la municipalidad. Cabe resaltar que si bien, el fútbol, en sus inicios era un deporte popular, el clérigo y las clases sociales altas empezaron a organizarlo y a practicarlo. Es así como durante los siglos XVII y XVIII, debido a la revolución industrial, la población rural se traslada al entorno urbano y desde ese entorno social, en donde se hace mucho más notable las desigualdades e inequidades entre las clases sociales, empiezan a surgir los equipos de trabajadores y de las clases altas.

En este entendido, los trabajadores aprovechaban los “martes de carnaval”, fecha anterior al miércoles de ceniza, inicio de la cuaresma, para practicar el deporte y organizar competencias en

el entorno urbano, de manera más estructurada, debido que ya en tres zonas grandes de Inglaterra se practicaba el deporte: de East Anglia hasta Lincolnshire, en Lincolnshire y en Londres <sup>1</sup>.

Así se puede identificar la evolución del deporte, de lo popular y practicado en las zonas rurales, a un deporte practicado por todas las clases sociales y en entornos más pequeños como las ciudades se desarrolla en la formación de 93 equipos entre los años 1830 y 1860, repartidos en 5 categorías: *local, schools, clubs, military and occupation*<sup>2</sup>. Así como el desarrollo, fundamentalmente, en la estructura del deporte: la real delimitación de los jugadores que lo practicaban, se disminuye el cese de las prohibiciones, hay mayor frecuencia de encuentros deportivos, se crea afinidad territorial y pertenencia a los equipos, y se da la obligación a jugar en espacios más reducidos. Sin embargo cabe aclarar que las reglas del deporte no eran unificadas ni registradas. Todo lo contrario, por ser un deporte popular y cultural, las reglas dependían de la tradición oral, el sitio y la cultura de la sociedad donde se practicaba. Es solo hasta el año de 1845 que en la ciudad de Rugby se crea el primer reglamento para la práctica del fútbol en las *public schools*. (Albano Abreu, 2012).

Dentro de todo este contexto histórico sería erróneo suponer que el rol del hincha y el fanático no se había desarrollado aún. Cómo lo expone Galeano (2014):

Rara vez el hincha dice: “hoy juega mi club”. Más bien dice: “Hoy jugamos nosotros”. Bien sabe este jugador número doce que es él quien sopla los vientos de fervor que empujan la pelota cuando ella se duerme, como bien saben los otros once jugadores que jugar sin hinchada es como bailar sin música. (p. 13)

---

<sup>1</sup> Datos tomados del material de estudio y clases virtuales brindadas por la plataforma Coursera, en el curso *Historia de las reglas del fútbol en Inglaterra y Argentina*. Dictado por el docente Albano Abreu.

<sup>2</sup> Datos tomados del material de estudio y clases virtuales brindadas por la plataforma Coursera, en el curso *Historia de las reglas del fútbol en Inglaterra y Argentina*. Dictado por el docente Albano Abreu.

Es de esta manera es válido suponer que el rol del hincha ya se encontraba presente en la cultura del deporte. Sin embargo, se puede suponer, a través del proceso deductivo, debido a que no existen registros que corroboren esta tesis, los hinchas que acudían a los encuentros en los clubs o *public schools* no eran los mismos que acudían a los encuentros en los baldíos o calles de Londres. Variaban en clase social, comportamiento, lenguaje e incluso género.

Es así, que las dinámicas sociales contemporáneas han venido cambiando a lo largo del siglo XX y XXI. Entre ellas, el rol que las mujeres han venido ejerciendo en las sociedades, en la política, en la economía y las demás esferas públicas y privadas de las cuales hacen parte. El deporte ha sido uno de estos escenarios que ha sido susceptible a este cambio, sin embargo, tanto la participación como la influencia de las mujeres aún se encuentra muy lejos de un trato equitativo comparado con el de los hombres. Como un claro ejemplo se puede evidenciar que hasta el año de 1928, en los juegos olímpicos de Ámsterdam, un aproximado de 300 deportistas tuvieron la oportunidad de participar en el deporte rey del atletismo, siendo los juegos olímpicos modernos creados desde el año de 1896.

Trente y dos (32) años tuvieron que pasar para que la mujer tuviera una participación real en los eventos deportivos mundiales e incluso locales. En este sentido, el espectáculo de fútbol tampoco es la excepción. Si bien ahora existen ligas, federaciones, competencias continentales e incluso internacionales, donde las mujeres son las encargadas de demostrar su talento deportivo, la diferencia en patrocinio, salario, remuneración, propaganda e inversión estatal, con respecto al fútbol masculino, es inequitativo.

De esta manera, la forma de percibir el espectáculo del fútbol también ha venido cambiando, pues desde la instauración del fútbol profesional en Colombia, la mujer tenía poco acceso a



participar de estos eventos, el cual se limitaba únicamente a ser acompañante de su cónyuge o pareja sentimental, quien tomaba la decisión por ellas de asistir o no. Sin embargo estas dinámicas han venido cambiando debido a la lucha de igualdad y equidad ejercida por el género femenino, de tal forma que hoy en día es muy común encontrar, como espectadores, en encuentros deportivos con mujeres; incluso, como periodistas, narradoras, comentaristas o barristas. Es desde este punto que esta investigación busca aportar al campo de las ciencias de la comunicación, las nuevas dinámicas y realidades que como mujeres se afrontan dentro de los grupos sociales denominados barras bravas en la sociedad capitalina, pues no existen muchos registros que destaquen más allá del rol que ellas ejercen en dichas organizaciones. Así como la construcción del fenómeno barrista y feminista visto desde la *otredad*, planteada como uno de los procesos más relevantes en los procesos comunicativos.

Por consiguiente, la investigación busca develar qué hacen las mujeres de manera interna para generar nuevas dinámicas y cómo es la *lucha* interna que se lleva en estas organizaciones para generar la apropiación y equidad de género en estos espacios.

### **3. Pregunta de investigación.**

¿Cómo se están llevando a cabo los procesos de apropiación, por parte del género femenino, a través de las barras de clubes de fútbol de la ciudad de Bogotá?

#### 4. Estado del Arte.

Desde el campo científico es posible analizar que el fenómeno social del *barrismo* en Colombia y América Latina ha sido estudiado y analizado en varias ocasiones y con distintas perspectivas como lo es la ofrecida por Germán Eliécer Gómez Eslava (2012) en su artículo *Las barras bravas. Un acercamiento sociológico a un fenómeno urbano*. En este artículo, el autor hace un reconocimiento desde la perspectiva sociológica del barrismo, los factores que lo componen y la manera en que este fenómeno urbano se comporta y es transversal en la sociedad bogotana, todo esto comprendido desde los comportamientos tanto de los espectadores, como de los barristas, los diferentes roles que se asumen y las diferentes dinámicas que se llevan a cabo dentro de estas organizaciones, facilitando la comprensión de este tipo de fenómenos.

Algunos artículos investigativos enfatizan el rol de la mujer en el deporte, como es el caso del trabajo realizado por Eliana Ramírez y Jaime Restrepo, estudiantes de la Universidad Autónoma de Manizales, Colombia, “*El rol de la mujer: una perspectiva sociocultural en el fenómeno del fútbol*”. En este trabajo, realizado entre los años de 2016 y 2017, se enfocan en la categoría de género, sus capacidades físicas, roles dentro de estos grupos, identidades e historias de la barra brava “Holocausto Norte” del Once Caldas de Manizales, través de un análisis cualitativo usando entrevistas, observación de trabajo de campo y da como resultado, que la mujer es incluida en este entorno social, tiene participación. Sin embargo su papel sigue siendo relegado a un segundo plano, donde se tiene voz pero no peso en las decisiones grupales.

También, documentos trabajados como proyectos de grado que se enfocan en la relación entre las mujeres y el fútbol, principalmente enfocados en el fenómeno capitalino, cómo lo es el trabajo de Francy Martínez y Laura Nonsoque (2014) “*Mujeres, fútbol y sentidos: construcción*

*de sentidos en mujeres al pertenecer a las barras futboleras de Bogotá*” se enfoca en la investigación de la identidad de las mujeres pertenecientes a estas agrupaciones, su trayectoria y tratar de comprender las prácticas que desarrollan las mujeres al interior de estas, todo esto orientado bajo el enfoque psicológico de sus investigadoras.

Adicional a estos estudios e investigaciones, también es importante recalcar el realizado por Lady García, Jenifer Bustamante y Ximena Granados, estudiantes del programa de Psicología de la Corporación Universitaria Iberoamericana de Bogotá. *Significados en torno a la participación de las mujeres en el contexto de las barras bravas*” (2020). Allí, el rol de las mujeres se analiza desde 3 categorías como lo son la familia, el territorio y las relaciones personales, mostrando que las mujeres tienen un rol de participación activa en los diferentes espacios que se generan en las barras, como la creación y elaboración de los trapos, murales y accionares sociales de la mujer, e incluso, formando parte de la murga.

Sin embargo no todas las investigaciones y artículos dan un aporte positivo al objetivo de la igualdad y equidad de género en estos espacios sociales. Este es el caso del artículo de González Garcés, Natalia. *“Las mujeres no tienen el mismo aguante que los hombres” representaciones sociales de género en el interior de la barra futbolera organizada “Los del Sur” del Club Atlético Nacional de Medellín*. (2018). Esta se diferencia de las otras investigaciones al contrasta con los resultados obtenidos anteriormente, evidenciando la estructura de “Los Del Sur” como una barra en la que impera el machismo y la violencia de género, en cuestión de la falta de reconocimiento de “las sureñas” y sus capacidades frente a sus capacidades físicas y psico-culturales. De la misma manera, es interesante abordar el artículo *Identidad barrista: una expresión de masculinidad* (2019) elaborado por Gina Constanza Cediél, Francy Victoria Vélez y Andrea Hernández, trabajadoras sociales de la Universidad Industrial de Santander, en este se

lleva a cabo una investigación acerca de la identidad de masculinidad en los jóvenes la barra brava “Fortaleza Leoparda Sur” en donde se da por resultados dos factores, uno físico, en donde se reconoce la masculinidad como un factor de dominio social y biológico; y otro factor es el psico-cultural, donde se interpreta al aguante representado de manera violenta como fuente de masculinidad.

También es importante recalcar que el rol de las mujeres dentro del desarrollo del deporte, no se limita al hecho de ser espectadoras. Actualmente, las mujeres se encuentran participando en el entorno deportivo, no solo desde el enfoque lúdico y recreativo, sino desde los aspectos laborales (jugadoras, jueces, arbitras, narradoras, comentaristas, directoras técnicas, etc.) y académicos. De esta manera se pueden evidenciar, tanto la creación y funcionamiento, muy poco efectivo y equitativo, de la liga profesional de fútbol femenino y de la participación, igualmente inequitativa, de algunas mujeres en el entorno del periodismo deportivo. En este entendido, y como lo afirman Martínez, Goellner y Orozco (2019)

A pesar de que en Colombia el fútbol sí hace parte de la cultura, este es difícil de imponerse cuando de mujeres se trata, pues a pesar de los cambios a nivel social y del aumento en el apoyo hacia las mujeres futbolistas, todavía se considera como un espacio de, y para los hombres. Aquí el cambio cultural se torna en un factor relevante, que puede ir de la mano con el desarrollo de la liga, pensando en que esta actúa como un artefacto cultural que produce nuevas representaciones de género con relación a la práctica del fútbol.

Es así, que para analizar este fenómeno, la presente se apoya en la investigación presentada por Mariana Malek, titulado *Historias cruzadas: Mujer, fútbol y periodismo deportivo* (2014).

Este artículo investigativo, tiene como enfoque la participación de las mujeres en el periodismo deportivo; analizando el fenómeno desde el rol y obstáculos que se les impone a las mujeres en esta rama periodística. Estos obstáculos se encuentran basados en prejuicios pragmáticos e intelectuales, con respecto la diferencia en la participación y comprensión del deporte por parte de los hombres y las mujeres.

De esta manera, se llega a la conclusión, que si bien el rol de la mujer en el siglo XX y XXI ha venido cambiando, con respecto al papel que ejercía tradicionalmente en la sociedad, con respecto al periodismo deportivo, NO existe una participación real y objetiva, basada más allá de la perspectiva de la mujer como *adorno*, pues, el *saber futbolístico*, espacio dominado por hombres históricamente, se niega a ser compartido o, como dice Malek (2014) “se niega a ser invadido”

Por consiguiente, se enmarca la diferencia entre el rol asignado por la sociedad y el desempeño, respondiendo a las dinámicas históricas que se le asigna, en este caso a un género. Mientras que el desempeño, se interpreta como las acciones, actividades, importancia y grado de responsabilidad, que le es asignada dentro del rol.

Adicional a este aporte teórico, también se considera importante tomar en cuenta la investigación realizada por María Conde, *El poder de la razón: las mujeres en el fútbol*. (2008) Este artículo aporta a la investigación sobre la participación de las mujeres en el contexto del fútbol. Es así, como Conde enmarca las dinámicas que suceden dentro de las canchas de fútbol y como ellas son regidas bajo estas. De igual manera, se desarrolla la idea de que las mujeres son aceptadas dentro de los espacios de las canchas desde un punto de vista físico, sin embargo su participación en el espectáculo cultural es limitada o nula.

El fenómeno feminista, con relación a las tribunas populares, a través de los últimos años ha venido tomando fuerza gracias al aporte que generan los colectivos femeninos en la lucha por la igualdad, equidad y justicia dentro de estos espacios generados por las construcciones simbólicas machistas. Así, se puede evidenciar el creciente surgimiento de colectivos feministas y futboleros, que buscan la reivindicación, apropiación, respeto e igualdad del género femenino, tanto en las tribunas cómo fuera de ellas.

De esta manera, es importante resaltar trabajos periodísticos que documentan la labor de estos colectivos, principalmente colombianos. Este es el caso del artículo periodístico: *Mujeres en la tribuna* (2021), elaborado por Stefanny Gutiérrez Duque. Allí, se evidencia la labor de los parches femeninos fuera de los entornos de la tribuna y su correspondiente organización. Así como la asociaciones con otros colectivos de mujeres, como ejemplo, las actividades y los logros alcanzados por las Mujeres Futboleras Antifacistas de Colombia, *las Fortineras* (11 Caldas), Futboleras (11 Caldas), Fútbolola (Millonarios), entre otras<sup>3</sup>. El artículo periodístico evidencia los procesos históricos por los que pasaron algunos *parches femeninos* para poder ser tenidas en cuenta dentro de las tribunas populares, porque como dicen ellas: “Y es que pertenecer a una barra va más allá de asistir a los partidos y apoyar a su equipo, la barra debe ser auto-sostenible y esto requiere de un trabajo mancomunado entre los parches. La realización de actividades, la asistencia a las reuniones, la recolección de fondos para viajes y actividades, el mantenimiento de instrumentos y *trapos* también forman parte de las labores que hacen los *parches* de Holocausto Norte.” (Duque, 2021).

Igualmente, se pueden encontrar otras piezas periodísticas que reconocer y documentan la labor de estos colectivos. Tal es el caso de: *La tribuna también es violeta: estas son las*

---

<sup>3</sup> Ver anexo

*hinchadas feministas de Colombia* (2021). Nota periodística generada por Bayer – Yepes, periodista del medio Manifiesta, que da un contexto general del desarrollo y evolución de las barras “bravas” en Colombia. Igualmente evidencia la experiencia de algunos colectivos feministas dentro de estas organizaciones y la percepción de las mujeres con respecto a la relación de las barras populares y los movimientos feministas ¿son compatibles? Esta pregunta tiene diferentes interpretaciones y argumentos en su respuesta cerrada (sí o no). Dentro de estos, se plantea la incorporación a la estructura de las barras populares, como colectivos igualitarios, sin distinción entre *parches* de hombres y mujeres; acogándose a la normatividad, códigos, condiciones, etc. En contraposición, existe la postura de algunos colectivos feministas y futboleros que buscan modificar y cambiar estos espacios a entornos de igualdad y equidad, basados en el enfoque de género.

Por último, los registros audiovisuales también hacen parte de la construcción de la identidad de este nuevo fenómeno, que empieza a hacerse visible en la esfera pública. *Fútbol y feminismo - colectivos feministas que trabajan desde las gradas* (2021), se basa en una entrevista a Myriam Ordóñez, Coordinadora de Fútbol, realizada por el medio independiente Revista Tribuna Cultural, donde se exponen temas como los obstáculos que tienen las mujeres, no solo dentro sino fuera de las canchas, tales como: la inequidad y desigualdad. Así mismo se plantea los objetivos de la lucha feminista desde estos espacios, trazados hacia la reducción de la brecha de roles.

La entrevista cuenta con la participación de una representante de la Coordinadora Feminista y Futbolera de Colombia. Esta organización nace en enero de 2020 y en el corto tiempo que lleva instituida, ha logrado generar acercamientos con las entidades distritales y gubernamentales,

planteando protocolos de géneros tanto para jugadoras, barristas, hinchas y los demás roles que interpretan las mujeres en el deporte más popular del mundo.

Finalmente se puede comprender en un gran campo investigativo, el rol, las dinámicas y demás factores y variables que envuelven a las mujeres en todos los espacios que circunden al fútbol. Así como la importancia que ha tenido este en el campo investigativo y los aportes que ha realizado la ciencia y sus herramientas para brindar, tanto una real mirada al fenómeno, como para buscar posibles soluciones a este.



## **5. Objetivos**

### **5.1 Objetivo General.**

Comprender los procesos comunicativos que han permitido llevar a cabo la búsqueda de apropiación, identificación y empoderamiento, por parte del género femenino, en las diferentes organizaciones futboleras de la capital.

### **5.2 Objetivos Específicos.**

1. Establecer la evolución, importancia y roles que cumplen las mujeres dentro de las organizaciones futboleras de la capital, desde el aporte académico de la comunicación.
2. Identificar los procesos y acciones que han llevado a cabo las mujeres con el objetivo de apropiación de género dentro de las barras o colectivos futboleros de la capital.
3. Determinar cómo las acciones que llevan las mujeres a través de las barras o colectivos futboleros han sido factor de reconocimiento, empoderamiento y apropiación de la mujer en la capital.

## 6. Marco teórico.

A raíz de los diferentes procesos de investigación respecto a la temática, resulta importante abordar la problemática de este proyecto desde el punto de vista sociológico de Pierre Bourdieu basado principalmente en su concepto de *violencia simbólica* y *poder simbólico* expresado en el capítulo *Sobre el poder simbólico*, en su libro *Intelectuales, política y poder* (1999). Y *La reproducción: elementos para una teoría del sistema de enseñanza* (1970). De este modo, se puede determinar que para Bourdieu la violencia simbólica es la imposición de sistemas de simbolismos y significados sobre grupos o clases, de modo tal que esta imposición se conciba cómo legítima al ser interiorizada por la clase dominada. En este orden, como lo expone Capdevielle Julieta María, *La violencia simbólica*, se ejerce sobre el agente social siempre con su complicidad. Y consta de dos elementos: el desconocimiento y el “reconocimiento” (2009). Este concepto de *violencia simbólica* configurado por *el poder simbólico* y estructurante del *orden social*, hace posible la comprensión de las dinámicas por las cuales las mujeres atraviesan en sus entornos sociales, principalmente aplicada al *habitus* del estadio como estructura de desarrollo social y simbólico.

Adicionalmente, es necesaria la comprensión del fútbol como un fenómeno más allá del hecho lúdico y recreativo. Es por eso que se analizará el fútbol como espectáculo e identidad, tal como lo plantea Antezana Luis (2003), donde expone la mirada del *fútbol espectáculo* como un fenómeno en el cual todos son partícipes, como constructores orales de este. Así mismo, Antezana (2003) plantea las diferentes identidades como las *tifosi*, meta-identidades y la supra-identidad, entre otras.

Igualmente, no es posible abordar un problema que tenga como eje estructurante el feminismo sin desarrollar alguna noción del concepto de feminismo y algunos conceptos claves para

comprender este. Es así como se propone abordar esta investigación no sobre la estructura del feminismo de Virginia Woolf, sino desde los conceptos abarcados en el conversatorio *Feminismos contemporáneos y emoción feminista* (2019) organizado por El Instituto Cervantes para abordar el feminismo desde una de sus perspectivas menos tratadas: las emociones. Este conversatorio contó con la participación de la presidenta del Consejo de Estado de España y de la Fundación Mujeres por África; la filósofa Victoria Camps; la directora de la Instituto Universitario de Estudios de la Mujer (IUEM) de la Universidad Autónoma de Madrid; y Teresa Langle de Paz, autora del libro *La urgencia de vivir: la teoría de las emociones feministas*. Este conversatorio entre mujeres teóricas del movimiento feminista aporta a la investigación la concepción de las emociones y la femineidad cómo nuevos modelos de rebelión contra el poder hegemónico y estructurante con el que se viene orquestando la sociedad tanto europea como mundial, tal como lo expresa Camps (2019) la “aceptación de nuevos modelos de rebelión empáticos y no violentos”, donde las mujeres a través del sentimiento de empatía por otras mujeres y mediante el término de la sororidad generan proceso de resistencia femenina, aplicando así la esencia del feminismo desde su *ethos*. Para mencionar un ejemplo, Langle argumenta (2019):

Si la urgencia de la vida se nos aparece hoy, como un fenómeno inmensamente inabarcable. El feminismo, como pensamiento y movimiento, busca incesantemente maneras eficaces de acercarse a la inmensidad, para abordar las cuestiones éticas y morales que le atañen

Con respecto a la sororidad, también es necesario comprenderlo para poder ver su aplicación dentro del fenómeno del feminismo y su asociación a las organizaciones futboleras conocidas como barras *bravas*. Por tal motivo se considera pertinente abarcar la sororidad desde el

concepto de Marcela Lagarde, en su artículo, *Pacto entre mujeres, sororidad* (2006), donde se exponen los fundamentos básicos para comprender la sororidad como un pacto social entre el género femenino, que surge como lo explica Lagarde (2006): “La sororidad emerge como alternativa a la política que impide a las mujeres la identificación positiva del género, el reconocimiento de la agregación en sintonía y la alianza.” Este es un concepto que invita a pensar en las nuevas maneras de relación a nivel interno de los géneros y de estos como símbolo de resistencia contra la violencia estructural y simbólica. Así, se puede observar que el concepto de Lagarde es aplicable en el feminismo contemporáneo en la medida en que Camps (2019) afirma: “Hemos pensado que la única manera de emanciparnos es afirmando la individualidad y la autonomía; y muchas veces, las dos cosas, no es posible si no hay al mismo tiempo interdependencia...” Es entonces donde esto lleva a plantear como una posible respuesta, y a la vez pregunta, una de las afirmaciones que hace Lagarde (2006) al mencionar que:

...De ahí surge la conciencia de la necesidad de la unidad de las mujeres para tener mayor poder de incidencia y por otra parte la necesidad de desmontar la confrontación misógina entre nosotras que nos distancia y debilita como género y devalúa a cada una. ¿Cómo convocar a la solidaridad con nuestro género si no somos solidarias entre nosotras? (p.3)

Es en este punto donde la pregunta problematizadora de esta investigación se anuda a estas teóricas en la búsqueda una respuesta desde el fenómeno social y cultural que representa en América Latina, y en especial en Colombia.

Otro de los aspectos esenciales desde los cuales se debe abarcar esta temática corresponde a la mirada de la psicología de las masas propuestas por Gustave Le Bon. Esta teoría se liga a nuestro fenómeno del feminismo y su relación dentro de las barras futboleras, en la medida en que la

construcción, tanto psicológica como sociológica, de una organización movida por las pasiones, como lo son las barras bravas, tiende a generar *masa*. Sin embargo, no *masa* desde el sentido sintáctico de la palabra, sino cobijado bajo la reestructuración psicológica que le da Le Bon (2018)

La expresión *masa* asume una significación completamente distinta. En determinadas circunstancias, y tan sólo en ellas, una aglomeración de seres humanos posee características nuevas y muy diferentes de las de cada uno de los individuos que la componen. La personalidad consciente se esfuma, un alma colectiva, indudablemente transitoria, pero que presenta características muy definidas. La colectividad se convierte entonces en aquello que, a falta de otra expresión mejor, designaré como masa organizada o, si se prefiere, masa psicológica. (p.15)

Adicionalmente, es importante reconocer la formulación de *masa* que propone Ortega y Gasset (1983) donde estructuran a la misma, más allá del factor económico, reconociendo en ella

Masa es todo aquel que no se valora a sí mismo -en bien o en mal- por razones especiales, sino que se siente «como todo el mundo» y, sin embargo, no se angustia, se siente a saber al sentirse idéntico a los demás (...) El concepto de muchedumbre es cuantitativo y visual. Traduzcámoslo, sin alterarlo, a la terminología sociológica. Entonces hallamos la idea de masa social. La sociedad es siempre una unidad dinámica de dos factores: minorías y masas. Las minorías son individuos o grupos de individuos especialmente cualificados. La masa es el conjunto de personas no especialmente cualificadas. No se entienda, pues, por masas, sólo ni principalmente «las masas obreras». Masa es el «hombre medio». De este modo se convierte lo que

era meramente cantidad -la muchedumbre- en una determinación cualitativa: es la cualidad común, es lo mostrenco social, es el hombre en cuanto no se diferencia de otros hombres, sino que repite en sí un tipo genérico. (p.25)

Es bajo estos conceptos que es importante reconocer a *las barras futboleras capitalinas*, determinando sus sentimientos, conductas y leyes psicológicas a las cuales, Le Bon estructura y define dentro de su libro; y Ortega y Gasset definen con respecto a su capacidad de consciencia con respecto a sus privilegios, derechos, deberes y grado de conformismo social. De la misma manera, este concepto no se encuentra disperso en la investigación, sino que se anuda a los demás conceptos tratados anteriormente, de tal manera que Le Bon (2018) afirma

El autoritarismo y la intolerancia son generales en todas las categorías de masas, pero se presentan en grados muy diversos (...). Las masas latinas no son sensibles más que a la independencia colectiva de su secta, y la característica de esta independencia consiste en la necesidad de someter, inmediatamente y violentamente, a sus creencias a todos los disidentes. En los pueblos latinos, los jacobinos de todas las épocas, desde la Inquisición, no han podido elevarse a otra concepción de la libertad. (p.29)

De esta manera, se puede inferir como se anudan, principalmente, los conceptos de *poder simbólico* con *la violencia simbólica*, como una representación sociológica, al fenómeno social del feminismo y su interacción más profunda con la sororidad; a su vez relacionado con la teoría de psicología de masas. Así, se observa cómo se va entretejiendo un conjunto de saberes que estructura y abarca en gran cantidad, las representaciones y perspectivas que se vuelven realidad en el fenómeno de la relación entre el barrismo y el feminismo contemporáneo.

Sin embargo, todo esto sería en vano sin comprender el segundo fenómeno en cuestión, el barrismo. Para esto se propone abarcar este fenómeno desde las investigaciones que se han hecho acerca de este aquí en Colombia, y un contexto general del deporte. Desde esta perspectiva, esta investigación se argumenta en los artículos y estudios *Lo simbólico, lo real y lo imaginario en las barras bravas. Una mirada desde Ecuador* (2017) de Xavier Brito y Luis Ortiz, para la Revista de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades, donde se reconoce y delimita el fenómeno del barrismo desde el ambiente simbólico y subjetivo, y a su vez se le analiza desde lo real, tangible y medible del fenómeno. Adicionalmente, se propone el uso de dos artículos colombianos en donde se analiza el fenómeno desde una perspectiva de su historia y su relación con la violencia. Estos dos artículos son *Violencia, psicología de masas y barras de fútbol*, (2018) elaborado por el psicólogo y docente de la Universidad de San Buenaventura, Nicolás Uribe. Y el artículo generado por el docente e investigador en la Universidad Abierta y a Distancia, Alejandro Villanueva Bustos, y el sociólogo de la Universidad Nacional de Colombia, Germán Gómez, titulado *“Hinchadas, barras bravas y el fútbol colombiano. Perspectivas críticas desde las investigaciones sociales.”*(2018). Así como el aporte que ofrece la comunicóloga Guadalupe López, en su artículo *“Las mujeres en el fútbol: una mirada feminista”*(2015) desde donde aporta, en el caso de México principalmente, las condiciones de inequidad y violencia simbólica que se vienen ejerciendo sobre el género femenino en el entorno del fútbol. No solo desde su organización, sino desde la práctica profesional de este, la perspectiva de las periodistas, etc. Desde este punto, se dará cierre al compendio teórico con una frase de López (2015) “Y sí. Creo que debemos mirarnos, las feministas y las futbolistas. Hay que perder los prejuicios; no somos equipos contrarios. Existen muchos puntos de confluencia entre nuestras luchas para anotar ese famoso gol por la igualdad.”

Adicionalmente, es necesario anudar las diferentes teorías propuestas bajo la mirada investigativa que proporciona el campo de la comunicación. Reconociendo en él que: “La esfera del discurso es constitutivamente ambigua e inestable, lo suficiente para permitir la eclosión de luchas identitarias enfocadas en la constitución de la subjetividad” (Bachur, 2013, p. 658)

Es por esto, que se hace necesario analizar las diferentes realidades modernas, en este caso la relación que tiene el fenómeno de las barras populares con las diferentes representaciones del feminismo, bajo el enfoque de la *otredad*, pues

En el contexto de la sociedad moderna se producen transformaciones estructurales marcadas por los fenómenos expuestos, dejando una importante fisura en los procesos comunicacionales desde la otredad, a partir del desconocimiento del otro como sujeto participante, con mayoría de edad y capacidad de construir comunicaciones emancipadoras. (Ramírez, 2016, p.11)

Así, la comunicación trasciende del hecho lingüístico y se transforma en la herramienta de construcción de identidades y realidades. Sin embargo, y dentro de esta estructura es importante recalcar la imperativa necesidad de pensarse desde el otro, más allá del consumidor o receptor del mensaje, sino en la calidez de ser humano, analítico, pensante, crítico y constructor de sus procesos de desarrollo. Por ende, Ortiz (s.f) expone

Es preciso comprender que la comunicación humana, requiere de una inmersión de los actores sociales, una comunicación que sea inclusiva pero sobre todo que posibilite el entendimiento a partir del diálogo donde se respete esa Otredad en el reconocimiento de sus antecedentes históricos, en su aprehensión de la cotidianidad (...)

Tal y como se ha señalado la comunicación, en un sentido amplio, debe ser



entendida como un proceso social vital, direccionado hacia la condición humana que en la construcción de un mundo real genera todo tipo de manifestaciones, formas de relación culturales, de organización y expresión. (p.1-3)

Igualmente, en el marco de la *otredad*, se hace importante, como lo menciona Becerra (2008) comprender que

El hombre descubre que así como es para-sí es también para-otro, porque al ser mirado por el prójimo descubre que se relaciona con otro. Este es el centro de la problemática intersubjetiva. Cada hombre es pura libertad, y es en el encuentro, cuando otro me mira, el momento en el que surge la problemática intersubjetiva. Yo soy más libre en tanto capto para mí la libertad del otro (p.50)

Es por esto, que se reconoce la necesidad moderna de replantear los procesos comunicativos, como herramientas de desarrollo social e identitarios, basados en el reconocimiento de las diferentes realidades sociales, culturales, étnicas y demás, que posibilitan el entendimiento y desarrollo de las múltiples representaciones de la realidad, expresadas en ecosistemas urbanos, ubicados territorialmente en un mismo espacio, pero distantes en su desarrollo, historia, articulaciones, objetivos, etc. De tal manera, Ortiz (s.f) reconoce

En un mundo globalizado donde los escenarios de respeto y tolerancia han sido remplazados por distintas formas de desconocimiento a través de la discriminación, el racismo y la xenofobia, se espera retomar el valor hacia el Otro como una respuesta para alcanzar la transformación social a través, precisamente de esas relaciones de mutualidad que son necesarias para conseguir procesos comunicativos óptimos y acordes con las necesidades del colectivo. (p.4)

Por consiguiente, se plantearán a los artículos, libros, teóricos y escritores, como parámetros teóricos de esta investigación y a través de la lupa de sus perspectivas se analizará cómo se han venido desarrollando los procesos de apropiación y empoderamiento del género femenino en las barras futboleras de la capital.

## 6.1 Marco conceptual

Las categorías conceptuales que se analizarán en este trabajo, y sobre las cuales se tejerá el proceso de investigación, responden a la problemática propuesta y, en su desarrollo, al conjunto de conceptos que serán claves a la hora de entender el fenómeno del feminismo y su relación con las barras futboleras de Bogotá. Identificando como conceptos claves: mujer, empoderamiento, feminismo, fútbol, barra brava, masa, violencia e identidad.

Inicialmente, el término *mujer* será abordado desde la perspectiva planteada por Ann Oakley, en su libro *Sex, gender and society* (2016) basado en los estudios de género y sexo. De tal manera, Oakley identifica este concepto como una construcción socio-biológica basada en la identificación de patrones genéticos, biológicos, comportamentales y sociales, dejando en claro: “Sexo es un término de la biología, genero se emplea en psicología y con relación a procesos culturales. Se podría pensar que estas palabras son simplemente dos maneras de considerar la misma diferencia; y que si, por ejemplo, una persona es de sexo femenino, pertenece automáticamente al género correspondiente (...) De hecho, no es así. Ser hombre o mujer, niño o niña, es tanto la manera de vestirse, gestos, actividad, red social y personalidad como los órganos genitales que uno tiene.” (Oakley, A. 2016).

Así mismo, se reconoce al *feminismo*, sin desconocer sus múltiples interpretaciones, en el concepto general proporcionado por Victoria Sau (2000)

El feminismo es un movimiento social y político que se inicia formalmente a finales del siglo XVIII y que supone la toma de conciencia de las mujeres como grupo o colectivo humano, de la opresión, dominación y explotación de que han sido y son objeto por parte del colectivo de varones en el seno del patriarcado bajo sus distintas fases históricas de modelo de producción, lo cual las mueve a la acción para la liberación de su sexo con todas las transformaciones de la sociedad que aquella requiera. (p.121)

Dentro de los procesos categóricos, se tomará el concepto de *empoderamiento* proporcionado por Jo Rowlands (1997), quien hace alusión al mismo con base en la construcción de las fuerzas de poder que se ejercen sobre las relaciones humanas. De esta manera, Rowlands (1997) define al empoderamiento como:

..El empoderamiento consiste en incorporar a personas que están fuera del proceso de toma de decisiones. Esto pone un fuerte énfasis en la participación en las estructuras políticas y la toma formal de decisiones y en la esfera económica, en la capacidad de obtener un ingreso que habilite la participación en la toma de decisiones económicas. Los individuos se empoderan cuando son capaces de maximizar las oportunidades disponibles para ellos sin restricciones (...) El empoderamiento se ocupa de los procesos por los cuales las personas toman conciencia de sus intereses y cómo estos se relacionan con los intereses de los demás, para que ambos participen desde una posición de mayor fuerza. (p.13 – 14)

De manera técnica, y para lograr la conceptualización general de toda persona que consulte esta investigación, el deporte del *fútbol* será entendido tal y como lo expresa la Real Academia de la lengua Española (RAE), que define al fútbol de la siguiente manera: “Juego entre dos

equipos de once jugadores cada uno, cuyo objetivo es hacer entrar en la portería contraria un balón que no puede ser tocado con las manos ni con los brazos, salvo por el portero en su área de meta.” (2021)

Una vez definido este deporte desde una perspectiva técnica, se entenderá *el fenómeno de las barras bravas* como lo expone Carrión (como se citó en Brito & Ortiz, 2017):

Las barras bravas son el resultado de la evolución del hincha, considerado un seguidor pasivo, espontáneo y entusiasta del equipo, hacia su conversión en fanático, apasionado y adicto, que salta de una persona aislada a otra que tiene socialmente fidelidad. Se trata de la construcción de una organización que le da estabilidad a su inserción y que le sirve para mediar con el club, recibir auspicios privados y confrontarse con otras barras provenientes de otros equipos. En esto los medios de comunicación juegan un rol central porque los visibilizan (propaganda) y los convierten en actores del fútbol (interpelan). (Carrión, 2011, p. 46).

Estos grupos de fanáticos se encuentran configurados bajo sus propias construcciones simbólicas. Como lo explican Brito & Ortiz, existe una cultura violenta enmarcada por 4 representaciones diferentes: a) la Rivalidad hacia el contrincante local; b) Rivalidad regional; c) Intra-ciudad y d) Inter-barrial. Así mismo, orientan sus fundamentos y valores en 3 grandes categorías: a) Valor emocional; b) Valor social y c) Exaltación corporal. Todo esto enmarcado bajo referentes de construcción simbólica en el espectáculo del fútbol, tal como: El bombo, los colores, las banderas y los cánticos. Todo esto, como lo indican los autores, configuran los procesos de identidad de estos diversos grupos y representaciones de los diferentes sectores de fanáticos del fútbol en América Latina y el mundo. (2017).

Como ya se mencionó, el concepto de *masa* será determinado desde la reestructuración psicológica que le da Le Bon (2018) y la postura filosófica y sociológica de Ortega y Gasset (1983).

La expresión *masa* asume una significación completamente distinta. En determinadas circunstancias, y tan sólo en ellas, una aglomeración de seres humanos posee características nuevas y muy diferentes de las de cada uno de los individuos que la componen. La personalidad consciente se esfuma, un alma colectiva, indudablemente transitoria, pero que presenta características muy definidas. La colectividad se convierte entonces en aquello que, a falta de otra expresión mejor, designaré como masa organizada o, si se prefiere, masa psicológica. (Le Bon, 2018, p.15)

De la misma manera en que se abordó el concepto técnico del fútbol, es necesario establecer una mirada sintáctica de la *identidad*, para evitar caer en subjetividades y conceptualizaciones confusas que hagan perder la orientación de la investigación. Por eso, se recurre nuevamente a la RAE, que define a la identidad como: “a) Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás. b) Conciencia que una persona o colectividad tiene de ser ella misma y distinta a las demás.” (2021)

Adicionalmente, y no menos importante, la *comunicación* y sus procesos, serán comprendidos bajo el concepto de Ortiz (s.f), quien plantea este sistema como

Un proceso que se da entre dos o más sujetos para el intercambio del conocimiento, quienes a través de un diálogo establecen una significación partiendo de la realidad. Y es en esa interacción que se hace evidente una intención, donde la construcción y emisión de un mensaje persuasivo permite el mantenimiento, el

cambio o la neutralización de posiciones. Lo anterior, complementado con una administración comunicativa oportuna (poder) que debe partir de las necesidades propias y del entorno, posibilitando esa relación social. (p.1)

Así, como la *otredad*, será analizado desde la visión y postulado de Ramírez (2016), quien define a dicha herramienta aplicada a la comunicación como:

Asumir al otro desde su ser no desde su rol: atendiendo a principios de la humanización de la comunicación, trascendiendo los roles para el encuentro comunicativo con el otro y reconociendo en primera medida un mundo constituido por seres humanos, donde los roles son asignaciones sociales que pueden ser temporales, en concreto, la esencia del ser humano es inherente y no circunstancial. (p.12)

Finalmente, y dado que la *violencia* es un concepto que está abierto a las diferentes representaciones e interpretaciones de autores, como la violencia simbólica, cultural, etc. Es necesario sentar las bases de la violencia sobre un ente de control que generalice técnicamente el concepto, de tal manera, esta investigación recurrirá a la Organización Mundial de la Salud (OMS) quien en su *Informe Mundial sobre la Violencia y la Salud*, define la esta como:

La violencia puede definirse, pues, de muchas maneras, según quién lo haga y con qué propósito. La OMS define la violencia como: El uso deliberado de la fuerza física o el poder, ya sea en grado de amenaza o efectivo, contra uno mismo, otra persona o un grupo o comunidad, que cause o tenga muchas probabilidades de causar lesiones, muerte, daños psicológicos, trastornos del desarrollo o privaciones. La definición comprende tanto la violencia interpersonal como el comportamiento suicida y los conflictos armados. Cubre también una amplia gama de actos que van más allá del acto físico para incluir las amenazas

e intimidaciones. Además de la muerte y las lesiones, la definición abarca igualmente innumerables consecuencias del comportamiento violento, a menudo menos notorias, como los daños psíquicos, privaciones y deficiencias del desarrollo que comprometen el bienestar de los individuos, las familias y las comunidades. (2002)

## **7. Metodología.**

El enfoque que toma esta investigación es de carácter mixto, dado que se busca evidenciar una de las realidades y significaciones de carácter inductivo. Pues el objetivo es analizar la relación entre los procesos feministas dentro de las organizaciones futboleras de la capital y es mediante la práctica subjetiva y pragmática que este obtendrá los resultados apropiados, de tal manera que correspondería a una investigación cualitativa. Sin embargo, también se buscará realizar un sondeo sobre la cantidad de mujeres que pertenecen a los movimientos feministas de dichas barras, para así comprender el alcance que tiene este tipo de ideología en dichas organizaciones capitalinas.

Así mismo, el tipo de investigación que se aborda es exploratoria e inductiva. De esta manera esta investigación busca aportar en un campo de investigación, del cual, poco se ha estudiado o abarcado como lo es el fenómeno del feminismo dentro de las organizaciones futboleras en la capital. Todo esto, bajo la lupa de las ciencias de la comunicación, la sociología, la psicología y la semiótica.

### **7.1 Técnicas de recolección de datos.**

Para la recolección de datos se recurre al uso de entrevistas semi-estructuradas y a la encuesta. La primera, con el fin de recolectar las experiencias y testimonios de las mujeres que lideran proyectos, que buscan la equidad, igualdad y reconocimiento del género femenino dentro del entorno futboleros de la capital; y la segunda, con el objetivo de captar de manera cualitativa el índice de participación de las mujeres en estos colectivos ideológicos. Este primer instrumento se usará debido a la flexibilidad y libertad a la hora de reconocer e interpretar dichos procesos ya mencionados. Esta técnica de recolección de datos está basada en la teoría de Uwe



Flick, planteados en su libro *introducción a la investigación cualitativa*, donde se reconoce e identifica a la entrevista como uno de los instrumentos para las investigaciones de carácter cualitativo, así como se sientan las bases para un desarrollo óptimo de esta. Adicionalmente, se aplicará la metodología cuantitativa como herramienta paralela para identificar el grado de participación femenino en los colectivos futboleros, su percepción de estos, la evolución y desarrollo social de los espacios deportivos con respecto al enfoque de género, los roles que las mujeres representan en estos espacios y la percepción de vulnerabilidad del género femeninos en todos los espacios que circundan al deporte del fútbol.

## **7.2 Población y muestra.**

Para esta investigación se usará como población a los dos colectivos feministas y futboleros más representativos de los equipos capitalinos. De tal manera se trabajará con el colectivo Fútbola, en representación de la hinchada de Millonarios F.C, y a su vez se trabajará con La Popular Feminista CISF, en representación de la hinchada del Club Independiente Santa Fe.

Con base en estas dos organizaciones, se trabajará con la muestra de dos (2) mujeres representantes de cada una de los colectivos femeninos, con quienes se realizará la entrevista semiestructurada y análisis investigativo. El contacto con estas organizaciones procederá a ser, por cuestiones de sanidad distrital, a través de encuentros sincrónicos online. Sin embargo, no se descarta la posibilidad de poder generar con algunas integrantes de las organizaciones de manera presencial.

De igual manera, en el análisis cuantitativo del proyecto, se contará con la participación de las mujeres de ambos colectivos; quienes a través del diligenciamiento de una encuesta sobre las

prácticas y perspectivas cómo asistentes al estadio, orientada en el enfoque de género, buscará dar respuesta a los objetivos trazados.

## **8. Resultados**

A través de la aplicación de las metodologías propuestas, se obtuvieron dos (2) entrevistas semi-estructuradas con dos (2) integrantes del colectivo futbolero Fútbola, organización representativa de la hinchada femenina de Millonarios F.C, tanto dentro como fuera de los entornos deportivos. Una las integrantes, es la Cofundadora del colectivo y representante ante los medios del mismo, Myriam Ordoñez; y la siguiente integrante, por cuestiones de protección solicitó se preservara su identidad, por consiguiente se hará referencia a ella como “Camila”. Ambas entrevistas tienen una duración en promedio entre los 15 a 25 minutos y fueron documentadas en formato de audio.

Adicionalmente, se obtuvo una (1) entrevista semi-estructurada con dos (2) integrantes de La Popular Feminista CISF, colectivo representativo de la hinchada femenina del Club Independiente Santa Fe, tanto dentro como fuera de los espacios deportivos. En esta entrevista, por cuestiones de seguridad y protección de identidad, las dos integrantes solicitaron no se revelaran sus nombres reales. Por tal motivo, se procederá a nombrarlas como “Paola” y “María”, nombres ficticios que no alterarán el contenido ni el desarrollo de la investigación. La entrevista tiene una duración promedio de 55 minutos y se encuentra documentada a través de formato audiovisual.

## 8.1 Entrevista Myriam Ordoñez – Fútbola

En la entrevista realizada a Myriam, se puede determinar que ella comprende el fútbol como un estilo de vida, a través del cual se desarrollan sus vínculos sociales, recreativos, académicos, formativos, laborales y económicos, entretejidos siempre por el sentimiento de la pasión por una institución deportiva, sus logros, triunfos e historia. Sin embargo, deja muy claro al comienzo de la entrevista que: “el género femenino no tiene el mismo reconocimiento que el masculino, ni en el juego, ni en las tribunas, ni en el ejercicio profesional de las mujeres que se desempeñan en este entorno” (M. Ordoñez, Comunicación personal, 15 de Junio, 2021). Myriam expresa que en el entorno deportivo, cómo ejercicio profesional, no hay equidad ni igualdad de género. Al mismo tiempo, que se hace evidente la carencia de justicia social en estos espacios, y las tribunas no son la excepción. Ordoñez menciona que existen vulneraciones e *invisibilizaciones* de las mujeres en estos espacios, así como violencias, tanto simbólicas como estructurales que se han naturalizado.

Myriam es activista, no solo del colectivo Fútbola, sino que pertenece a otros espacios de participación como hincha, tales son los casos de la Coordinadora Futbolera y Feminista de Colombia e Hinchadas Antifascistas de Colombia. Estos espacios de creación y formación política y social guardan entre si un objetivo en común: “Hacer transformaciones en lo que hoy en día es el fútbol” (M. Ordoñez, Comunicación personal, 15 de Junio, 2021). Es por este motivo, que el colectivo Fútbola, busca generar espacios seguros para las mujeres (principalmente hinchas de Millonarios F.C), tanto en las tribunas como fuera de ellas, creando así una transformación en las realidades, enmarcadas bajo los paradigmas machistas, de los cuales hacen parte estructural las mujeres. Cabe resaltar, que los colectivos sociales, y en especial Fútbola, trazan su ruta de navegación en dos sentidos simultáneos: el desarrollo interno

de la organización y sus integrantes; y el desarrollo público de sus acciones en búsqueda de espacios con igualdad, equidad y justicia, basados en el enfoque de género.

Es en este entendido, que Myriam expresa que para el cumplimiento de los objetivos de desarrollo interno se han venido generando acciones de sensibilización y reconocimiento, basado en enfoque de género. Todo esto, encaminado en la búsqueda del desarrollo de un pensamiento colectivo que funde: “relaciones sólidas, solidarias y sororas con las otras mujeres alrededor” (M. Ordoñez, Comunicación personal, 15 de Junio, 2021).

Adicionalmente, desde Fútbola, se realizan actividades de carácter deportivas, políticas, culturales, artísticas, entre otras; que se desarrollan tanto en las canchas como en las calles. Sin embargo, es importante aclarar que los colectivos feministas y futboleros de Bogotá no trabajan de manera individual en el desarrollo de sus objetivos y que no todas las mujeres que pertenecen al colectivo Fútbola son feministas o se consideran así. Tal como lo expresa Myriam (2021): “Estas actividades se vienen trabajando de manera articulada con otros grupos o colectivos en la búsqueda de un objetivo en común.” De esta manera, Myriam expresa que el *objetivo general* de los diferentes colectivos feministas, futboleros o no, de la capital es empoderar a las mujeres, resaltando especialmente que no es una guerra de sexo, sino que es la lucha por oportunidades y condiciones dignas, que no generen acciones de discriminación por la distinción sexual. Es por eso que Myriam reconoce al fútbol como instrumento de cambio y defiende la postura crítica del feminismo frente a este: “El feminismo es fundamental para la consecución de los logros políticos, culturales, personales, familiares y de toda índole, que tengan que ver con el posicionamiento justo que tenemos las mujeres en la sociedad” (M. Ordoñez, Comunicación personal, 15 de Junio, 2021).

En la herramienta de la entrevista, a través de una pregunta en concreto (¿Qué piensa de las políticas de participación distrital, como Goles en Paz 2.0, donde se abrió el espacio de participación a las mujeres representantes de las diferentes barras y parches de Bogotá?) se buscó encontrar la postura de estos colectivos con respecto a la participación de las mujeres en el desarrollo de las políticas públicas distritales. Es importante aclarar que el colectivo Fútbola no pertenece a ninguna de las barras populares de Millonarios F.C. Sin embargo, su postura crítica frente a los procesos políticos distritales es contundente. Si bien es cierto que el colectivo Fútbola, según exponen Myriam y Camila, es uno de los pocos colectivos feministas, independiente de las barras populares de los equipos, al cual se le reconoció como organización y se le extendió la invitación a la participación en estos espacios políticos, es claro que el aporte distrital debe ir más allá del cumplimiento de “cupos de mujeres” en las asambleas y las mesas de diálogo y negociación. De esta manera, Myriam reconoce el valor de la premisa acerca de la participación y, a su vez, expone el crecimiento a la apertura del reconocimiento socio-político tanto de las mujeres, como del colectivo en sí, en la construcción de una sociedad democrática.

Adicionalmente, y recalcando que el colectivo Fútbola no hace parte de ningún *parche* o barra popular de hinchas de Millonarios F.C, también es importante enmarcar que algunas de sus integrantes si perteneces a estos espacios y a su vez, son parte de los colectivos futboleros y feministas de Bogotá y de Colombia. Es por eso, que existe una mirada crítica frente al fenómeno barrista por parte de los colectivos futboleros y feministas. Así, Myriam ratifica que se ha llegado a una maduración del modelo del *barra brava* de los años noventa (90's) a un movimiento social y político, consciente de su influencia popular y ciudadana, que se desarrolla y proyecta en el ejercicio de la democracia, comprendiendo las representaciones sociales que ésta traen consigo, desarrollando acciones en pro de las comunidades.

La presencia del género femenino en las gradas, las tribunas populares y los colectivos futboleros no es nueva. Sin embargo, como expresa Myriam (2021): “Estos no son temas aceptados abiertamente (por la hinchadas masculinas) pero (...) son procesos. Nosotras los entendemos como procesos que son necesarios llevar a cabo.” De esta manera, explica la relación y la postura que tienen algunos sectores de la hinchada popular de Millonarios F.C, donde algunas fracciones reconocen y apoyan sus múltiples luchas, así como: “Hay gente que no va de acuerdo con nuestros objetivos y acciones, pero hay respeto por nosotras en los escenarios y acciones que realizamos.” (M. Ordoñez, Comunicación personal, 15 de Junio, 2021).

## **8.2 Entrevista “Camila” – Fútbol**

Camila es una mujer que ingresó a Fútbol, ya que encontró afinidad en las metas, objetivos, acciones e ideologías que este grupo y sus integrantes, representan para el género femenino en el entorno deportivo y fuera de este. Para ella, el fútbol representa tradición, amor y familia.

Al igual que Myriam, la entrevista comienza con una respuesta contundente acerca de la equidad de género en los espacios deportivos, pues Camila (2021) afirma: “El género femenino no se reconoce de la misma manera en el fútbol, ni en los entornos deportivos, ni en los escenarios que circundan el centro de la cancha”. Todo esto, argumenta Camila, debido a procesos de desigualdad social y estereotipos de género.

“No es que hasta ahora aparezcan las mujeres en el fútbol, sino que hay una historia *invisibilizada*, una historia que no nos quieren contar, que nos dicen que no vale la pena ni la misma plata que los equipos masculinos” (Camila, Comunicación personal, 16 de Junio, 2021). Con estas palabras, explica cómo el fútbol y su entorno son espacios de construcción política. De

esta manera, expone que se han realizado actividades tales como: *Acciones de entradas*, conversatorios, colectivización de *trapos*, la participación y construcción de espacios psicosociales, además de participar en encuentros con otros colectivos futboleros y/o feministas. Estas actividades se realizan con el objetivo, de generar acciones basadas en el enfoque, igualdad y equidad de género, enmarcando la existencia en sí del colectivo como la más importante de las actividades desarrolladas y que se construye cotidianamente. Tal como lo menciona Camila (2021): “Existir y verse aquí, es en sí un hecho subversivo en el fútbol hegemónico”. Es por eso que el existir e incomodar es una acción política que: “Hay que intentar sostener” (Camila, Comunicación personal, 16 de Junio, 2021).

En este entendido, Camila, al igual que Myriam, exponen que los objetivos del colectivo Fútbola se dirigen en dos caminos: un camino interno y el otro externo. “Los objetivos son el posicionamiento alrededor de la existencia misma de la diversidad de las mujeres y la diversidad de los otros actores en estos espacios” (Camila, Comunicación personal, 16 de Junio, 2021). Enfatizando que existen diferentes necesidades, tanto personales, como colectivos y como género. Es por eso que los objetivos deben trazarse desde una multi-perspectiva, en donde todas aportan desde sus realidades al desarrollo de estos.

Camila menciona que como planteamiento de objetivo personal, cada integrante busca entenderse y recuperarse en los escenarios, tanto deportivos, como en los que convive diariamente. De la misma manera, como organización buscan: “seguir posicionando estos temas para que desde la gobernanza se articulen estas necesidades” (Camila, Comunicación personal, 16 de Junio, 2021). Aunque reconoce, que el camino para lograr esto es difícil y arduo, el cambio no ocurre de la noche a la mañana y más según las situaciones socio-políticas por las que atraviesa el país. “Levantarse y denunciar en un país como este nunca es fácil” (Camila,

Comunicación personal, 16 de Junio, 2021). De esta manera, como ella lo indica, el solo hecho de existir como colectivo, traza los objetivos tanto internos como externos.

Al indagar sobre el feminismo, aclara “No hay una sola forma del feminismo” (Camila, Comunicación personal, 16 de Junio, 2021). Mencionando que existen diferentes necesidades a las cuales se les apunta desde las distintas posturas del feminismo, enmarcando especialmente la necesidad, con respecto al feminismo futbolero, es de cuestionar la organización y estructuración del deporte, a través de la crítica y, a su vez del pensamiento crítico. Esta postura ella la denomina: “Incomodar” y en este contexto, recalca que “No es un tema contra los hombres, sino contra las miradas masculinizadas” de las cuales incluso, llegan a reproducir algunas mujeres.

De igual manera, expone que: “hablar del machismo, no solo es pensado hacia la mujer” (Camila, Comunicación personal, 16 de Junio, 2021). Pues deja en evidencia que existen más sectores sociales que se ven discriminados y excluidos por los modelos patriarcales que se han venido estructurando históricamente. Uno de los escenarios que hace parte de estas dinámicas es el fútbol como espacio político, pues entorno a él gira la construcción de políticas distritales y locales, enfocadas tanto a los deportistas y trabajadores del sector del deporte como a los hinchas y a las hinchadas populares. Es así, como Camila muestra una postura crítica frente al proceso distrital Goles en Paz 2.0, lanzado por la alcaldía para unificar y resolver las peticiones de las hinchadas populares de la ciudad de Bogotá. Camila afirma: “Si no son un saludo a la bandera, son realmente efectivas” (Camila, Comunicación personal, 16 de Junio, 2021). Resaltando que la participación del género femenino en los procesos políticos futboleros de la capital deben ir más allá del cumplimiento de un cupo en las diferentes mesas de diálogo, es así que expone: “Cada vez se abren más espacios, pero estos deben tener contenido y no solo forma” (Camila, Comunicación personal, 16 de Junio, 2021). Sin embargo es consiente que estos procesos de



reconocimiento político llevan tiempo y es a través de la práctica que se van adquiriendo conocimientos y aprendizajes nuevos.

Con respecto a la participación de sus compañeros en la construcción de estas políticas, es clara al dejar la siguiente reflexión: “No solo seamos útiles” (Camila, Comunicación personal, 16 de Junio, 2021). Haciendo referencia al papel socio-político que tiene representar, tanto a los jóvenes como a los colectivos futboleros frente a las estructuras políticas distritales, invitándoles a ser más que *útiles* para llenar firmas o tomarse fotografías. De esta manera, reconoce que: “Desde que el desarrollo social considere no solo las variables o indicadores cuantitativos, este será viable” (Camila, Comunicación personal, 16 de Junio, 2021). Es por eso que argumenta que existen muchas acciones que les permiten (a los jóvenes barristas) nuevos proyectos de vida, ya que en sus entornos sociales les es muy complicado buscar oportunidades que mejoren su bienestar. Es por eso, que hace un llamado a no homogenizar la perspectiva de los jóvenes barristas, argumentando que: “No se puede homogenizar las acciones” (Camila, Comunicación personal, 16 de Junio, 2021). Debido que la perspectiva colectiva se basa desde las generalidades de algunas fracciones de los colectivos y no se toma el tiempo de analizar el trasfondo de la construcción y tejido social, que como colectivo social es un *parche* o una barra. Así mismo, resalta la necesidad de evitar la instrumentalización de estos grupos para poder hablar de un desarrollo social de impacto real; aunque aclara: “Ahora se tienen los ojos más abiertos para evitar esto (el oportunismo politiquero)” (Camila, Comunicación personal, 16 de Junio, 2021).

El trabajo del colectivo feminista y futbolero Fútbola ha sido destacado, tanto dentro como fuera de los espacios deportivos. Sin embargo, no todos los sectores sociales y colectivos las miran con buenos ojos. Explica Camila que, como en cualquier espacio, existen diferentes posturas con respecto al feminismo, esto basado en experiencias o simples prejuicios sociales. En

este entendido, menciona que como colectivo feminista y futbolero, hay espacios en los cuales hayan dificultades para el desarrollo de sus actividades u objetivos, llegando a denunciar amenazas recibidas a algunas de sus compañeras, pero como argumenta, la crítica incomoda no solo a los hombres de las barras, sino a las instituciones, organizaciones, sectores políticos, etc. Es por este motivo, que Camila (2021) hace énfasis en la continuación de su lucha por la igualdad de oportunidades, igualdad, equidad, dignidad, respeto y justicia, trabajada bajo el enfoque de género, sin importar los obstáculos que le surjan en la búsqueda de estos, pues: “Esta lucha es por la vida, y la vida tiene muchos enemigos” (Camila, Comunicación personal, 16 de Junio, 2021).

### **8.3 Entrevista colectivo La Popular Feminista CISF**

En la construcción de su vida, tanto para Paola como para María, el fútbol ha sido un componente familiar que estructura sus vínculos paternos. Paola, una de las fundadoras del colectivo, afirma que: “El fútbol se convirtió en el lazo que me une a mi papá.” (Paola, Comunicación personal, 19 de Junio, 2021), mientras María cuenta cómo se formó su infancia a través de este deporte, acompañando a su papá, y los amigos de él, en la práctica del mismo.

Las circunstancias que llevaron a cada una al estadio Nemesio Camacho El Campín son diferentes. Sin embargo, juntas coinciden que este es: “Es un espacio para compartir, diferente a la casa.” (Paola, Comunicación personal, 19 de Junio, 2021) y “Es un lugar donde se puede cambiar de ambiente.” (María, Comunicación personal, 19 de Junio, 2021) Reconociendo, desde una postura crítica, que el fútbol y sus espacios son mecanismos de transformación social. Es por esto que para Paola es frustrante, y genera emociones negativas, cuando el fútbol es usado como

“cortina de humo” para ocultar ciertas realidades y, en su concepción, se *modernizam*, el deporte, entendiendo esto como el fenómeno de volver lucrativo y mercantil al fútbol.

Al igual que en la experiencia con Myriam y Camila, Paola y María son contundentes al denunciar: “La mujer no es reconocida como igual. Ni en las tribunas, ni en el entorno del fútbol.” (María, Comunicación personal, 19 de Junio, 2021) Explicando incluso, que existen señalamientos, por partes de los hinchas masculinos, por el hecho de asistir a las canchas. Pues, continúa María, se cuestiona la autonomía de las mujeres al asistir a estos encuentros deportivos de manera individual, esto debido a la construcción social del rol de la mujer únicamente como acompañante de los hombres en estos espacios, desconociendo su pasión, incluso más fervorosa que algunos hinchas masculinos. “No se le considera igual (a la mujeres que a los hombres en los espacios deportivos), y si se le considerara igual, la lucha feminista no tendría mucho espacio en el fútbol.” (Paola, Comunicación personal, 19 de Junio, 2021) De esta manera, Paola afirma que en la construcción simbólica y ciudadana del género femenino y sus representantes, el trato justo, digno, igualitario y equitativo aún es carente. Esto, expresa Paola, se debe a la instauración de los roles sociales que se han *asignado* históricamente a las mujeres, los cuales no van encaminados al fútbol, ni como espectáculo ni como profesión. En este punto es importante aclarar, que al igual que Fútbola, el colectivo La Popular Feminista CISF, fundando en el año 2019, no pertenece a la barra popular de Independiente Santa Fe, La Guardia Albirroja Sur. Sin embargo, algunas de sus integrantes son o han sido parte de estos grupos, *parches* o barras. Es desde este proceso que Paola cuenta su experiencia dentro de estos, explicando que en el desarrollo democrático llevado a cabo en el *parche* del cual ella hacía parte, se respetaba y existía representación femenina frente a las decisiones que se tomaban. Sin embargo, menciona Paola, es muy difícil o imposible, que esto exista frente al comité general. Todo esto, lo comenta Paola

desde su experiencia personal de participación de un *parche* de la barra popular, “En las prácticas cotidianas nos damos cuenta que no se nos trata como iguales.” (Paola, Comunicación personal, 19 de Junio, 2021) Para finalizar, Paola argumenta (2021) “En cuanto a las jugadoras, hay diferencias notables en el ejercicio deportivo, en su preparación, retribución, organización, etc.”

Como consecuencia de la notable desigualdad e inequidad, basada en enfoque de género, generada en los entornos deportivos, en el año 2019, a través de la colectivización en espacios comunes, se crea el colectivo La Popular Feminista CISF. “Cuando tú vas al estadio, empiezas a tener un espacio en común, a crear como una comunidad...” (Paola, Comunicación personal, 19 de Junio, 2021) Esta comunidad que menciona Paola, se basa en un macro objetivo: generar lazos de sororidad entre mujeres hinchas de Independiente Santa Fe y visibilizar el contexto machista que atraviesa como mujeres e hinchas. Sin embargo, tanto Paola como María son muy certeras a la hora de interpretarse como colectivo feminista, argumentando: “no queremos ser un *parche* dentro de la barra, porque es la esencia de lo que nosotras no queremos ser.” (Paola, Comunicación personal, 19 de Junio, 2021) Debido que para ellas, esta es una estructura de representación de violencias simbólicas machistas. Es por esto que generan esa aclaración a través de la entrevista y realizan énfasis en que no son parte de la barra popular y que su colectivo no se centra solamente en la localidad de sur o la localidad popular, sino “buscamos unir a las mujeres de todas las localidades.” (Paola, Comunicación personal, 19 de Junio, 2021)

Consciente de su responsabilidad social, el colectivo La Popular Feminista CISF, lleva dos objetivos sobre los cuales traza sus actividades. Al igual que Fútbolola, La Popular Feminista CISF orienta su rumbo en la construcción de las integrantes desde la formación política, personal y emocional, así como el trabajo *público* o externo. Sobre esto, María, quien ingresó al colectivo

gracias a sus amigas y su constante asistencia a los encuentros deportivos, menciona que sus acciones dentro de las canchas se enfocan en el carácter formativo, realizando acciones como: *cubregradas* con inscripciones (Fútbol para todos). De igual manera, María expone (2021): “En la articulación, se ha realizado una olla comunitaria con la comunidad de Cazuca.” Donde se orientó y formó en el reconocimiento de las dinámicas feministas y machistas que se gestan en las sociedades capitalinas. Adicionalmente, continúa María, se realizó la recolección de mercados para dos escuelas de fútbol femenino. Con esta actividad, el colectivo evidenció desde la praxis, la capacidad del deporte, en específico el fútbol, como instrumento de cambio y construcción social. En esta experiencia, menciona María, la profesora deportiva era, a la vez, la orientadora en temas de sexualidad, autodefensa y las diferentes dinámicas que envuelven al género femenino. Al igual, María menciona que dentro de las acciones externas que se han realizado se encuentra una *Donación* de útiles escolares para una escuela en la localidad de Ciudad Bolívar y la participación en diferentes espacios de diálogo a nivel nacional e internacional.

Adicionalmente, Paola aclara que las acciones no han sido externas solamente, en el modelo interior también se trabajó, capacitando a las integrantes en temáticas sobre el feminismo. “Una de las condiciones para ingresar es que te llame la atención el feminismo. Pero eso no quiere decir que tengas que ser una *tesa* en el tema del feminismo” Explica Paola al referirse a la relación del feminismo y el colectivo. Es por eso, que La Popular Feminista CISF, se postula como un espacio de formación política sobre el feminismo, generando espacios seguros y de autocuidado, articulando el desarrollo de estas acciones con otros colectivos nacionales e internacionales, proyectando a La Popular Feminista CISF como un espacio de sororidad y

refugio para las hinchas, principalmente de Independiente Santa Fe, en los espacios deportivos como en la construcción de sus cotidianidades.

En este proceso de construcción, expresa María, el colectivo representa una herramienta de crecimiento personal, al ser interpretado como lugar de refugio (2021). “Uno de los principales objetivos que tenemos es que nosotras como mujeres nos reconozcamos y demos el lugar que nos merecemos.” (María, Comunicación personal, 19 de Junio, 2021) Pues, como lo expresó Camila, integrante de Fútbol, y cómo lo reafirma María (2021): “No es ser como algo nuevo, sino que nosotras hemos estado siempre ahí”

De esta manera, se abre el espacio en la entrevista para escuchar los principales objetivos que se plantea La Popular Feminista CISF. Con respecto a estos, Paola es clara al mencionar que buscan: “Que la popular siga siendo un espacio de refugio y seguro para nosotras.” (Paola, Comunicación personal, 19 de Junio, 2021), así como formar lazos con las demás hinchas de Santa Fe, no solo con las integrantes del colectivo. Adicionalmente, buscan formar y capacitar al género femenino en el entendimiento del feminismo y sus diferentes representaciones. Todo esto, enmarcado bajo el enfoque deportivo, al usar el fútbol como mecanismo de transformación social, siendo conscientes de las distintas realidades de las mujeres.

Con respecto a la perspectiva del género masculino sobre el accionar y la simple existencia de este colectivo, María es contundente al afirmar que en algunos espacios no son *bien vistas* “Porque no nos quedamos calladas, o no nos da pena o angustia evidenciar los machismos.” (María, Comunicación personal, 19 de Junio, 2021) Así, María denuncia que hay inequidad de género en algunos ejercicios democráticos en la construcción política de las barras populares: “Ha habido una transformación pequeña, pero dentro de la barra hay mucho machismo.” (2021).

“Hay mucho machismo (...) si no hubiera machismo, la mujer contaría como ser humano y no como algo agregado.” (Paola, Comunicación personal, 19 de Junio, 2021) Es así, que al dialogar con algunos hombres de los sectores populares, argumenta María, las opiniones son divididas, algunos las apoyan y otros las satanizan (2021). Paola adiciona: “Los chicos también son precavidos con nosotras, a raíz del desconocimiento sobre el feminismo (...) Las feministas no somos peligrosas ni nada de eso. Nosotras, al menos, no usamos la violencia como mecanismo.” (Paola, Comunicación personal, 19 de Junio, 2021) Adicionalmente a este desconocimiento, Paola al igual que Camila, argumenta que el existir en sí incomoda y genera malestar.

Con respecto a la construcción de las políticas distritales de participación de los colectivos futboleros de la capital, Paola menciona (2021): “Admiro mucho a las mujeres que están adentro de la barra y que han luchado durante muchos años para ganarse este lugar (...) llegar a Goles en Paz 2.0 es algo por lo que se ha luchado, no fue algo regalado.” Sin embargo, es contundente al expresar, desde su perspectiva personal, considera esto como un maquillaje del enfoque de género. “Eso no desmerita que se puedan conseguir cosas buenas ni la intención de las participantes.” (Paola, Comunicación personal, 19 de Junio, 2021)

Finalmente, María termina la entrevista generando una invitación a las mujeres hinchas de Santa Fe o de otros equipos, barristas o no, a acercarse a estos colectivos y conocer un poco más de ellos. “La Popular es un espacio abierto para que todas las mujeres que quieran puedan ser partícipes.” (María, Comunicación personal, 19 de Junio, 2021).

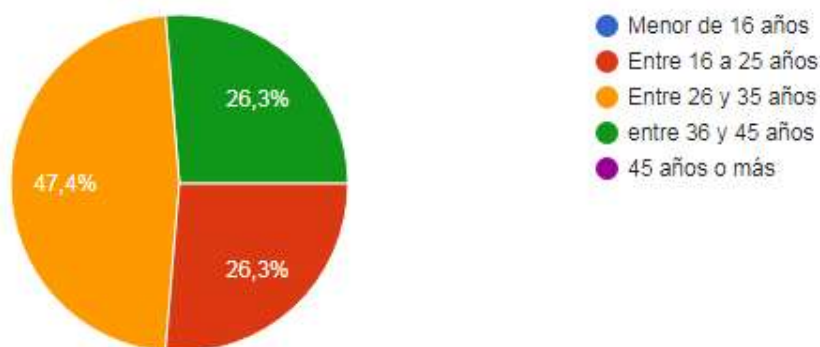
#### **8.4 Aplicación de encuesta realizada a Fútbol y a La Popular Feminista CISF**

Conforme a la metodología mixta, se aplicó en paralelo una encuesta a diecinueve (19) mujeres pertenecientes a estos dos colectivos. La encuesta consta de diecisiete (17) preguntas

entre opciones de respuesta múltiple y abierta, que tienen como objetivo dar mayor claridad al fenómeno analizado a través de esta investigación.

La encuesta fue respondida en su totalidad por mujeres, presentando la distribución etaria del 100% de las participantes de la siguiente manera:

**Gráfica 1.** *Distribución por rangos de edades de las mujeres participantes.*



Fuente: Elaboración propia, basada en la encuesta Feminismos y Colectivos Futboleros.

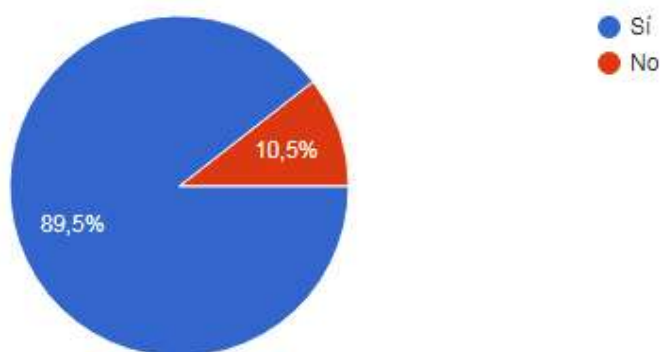
Nueve (9) mujeres encuentran su edad entre el rango de 26 a 35 años, eso representa a 47,5% del total de la población encuestada. De igual manera, el 26,3 % de las participantes están entre 16 y 25 años de edad, esto quiere decir, que en este rango hay cinco (5) mujeres. Así mismo, cinco (5) mujeres encuentran su edad entre los 36 y 45 años, equivalente al 26,3% de la muestra. Adicionalmente, la encuesta demuestra que de las diecinueve (19) mujeres que hicieron parte de la encuesta, dieciocho (18) residen en el municipio de Cundinamarca, entre las ciudad de Bogotá, Funza y Chía; solamente una (1) de ellas vive en Medellín.

Para colectivizar la experiencia se procedió a preguntar la frecuencia de su asistencia a los estadios deportivos, limitando la respuesta a dos o más veces por mes, cabe resaltar que no se



toma en cuenta el año 2020 debido a la contingencia mundial por COVID 19. Los resultados obtenidos se representan en la gráfica 2.

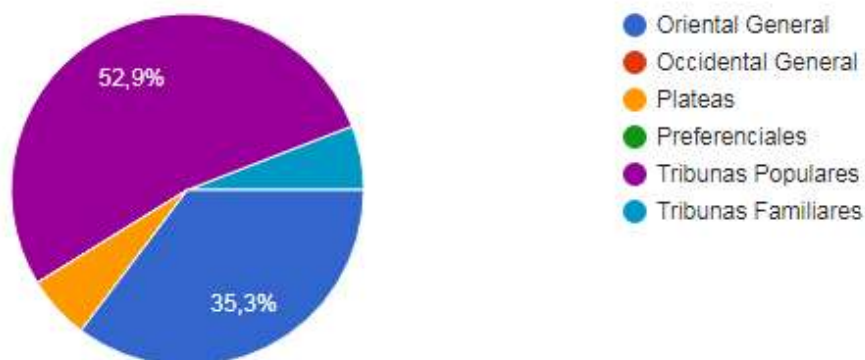
**Gráfica 2.** *Mujeres que asisten a los estadios dos o más veces al mes.*



Fuente: Elaboración propia, basada en la encuesta Feminismos y Colectivos Futboleros.

En la gráfica 2 se puede evidenciar que el 89,5% de las mujeres que contestaron la encuesta, asisten entre dos o más veces al mes a presenciar eventos deportivos en los estadios de Bogotá (Nemesio Camacho El Campín, Estadio de Techo, Olaya Herrera, Atahualpa, etc.), porcentaje que equivale a diecisiete (17) participantes de la muestra; y solamente el 10,5%, correspondiente a dos (2) mujeres, asisten con menor frecuencia o no asisten a los estadios deportivos a presenciar el espectáculo del fútbol. De estas mujeres que asisten a los estadios con frecuencia, el 52,9% se ubican en las Tribunas Populares, el 35,3% en la localidad de Oriental General, el 5,9% en las Tribunas familiares; y el restante 5,9% en las Plateas. Esto corresponde equitativamente a nueve (9) mujeres en las Tribunas Populares, seis (6) en las tribunas de Oriental General, una (1) en las Tribunas Familiares y una (1) en las Plateas. Esto se representa en la gráfica 3.

**Gráfica 3.** *Distribución geográfica de las mujeres asistentes a los estadios.*

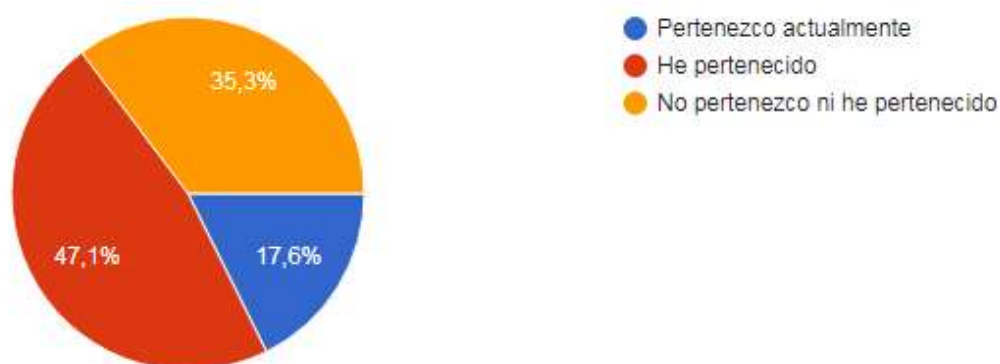


Fuente: Elaboración propia, basada en la encuesta Feminismos y Colectivos Futboleros.

Una vez identificado la cantidad de mujeres que asisten a las Tribunas Populares, se procedió a trabajar con la muestra anterior (diecisiete mujeres) en las siguientes preguntas, retomando más adelante el total de la muestra.

A continuación, se identificó el porcentaje de mujeres que pertenece o ha pertenecido a barras futboleras mostrando su resultado en la gráfica 4.

**Gráfica 4.** *Participación de las entrevistadas en organizaciones futboleras.*

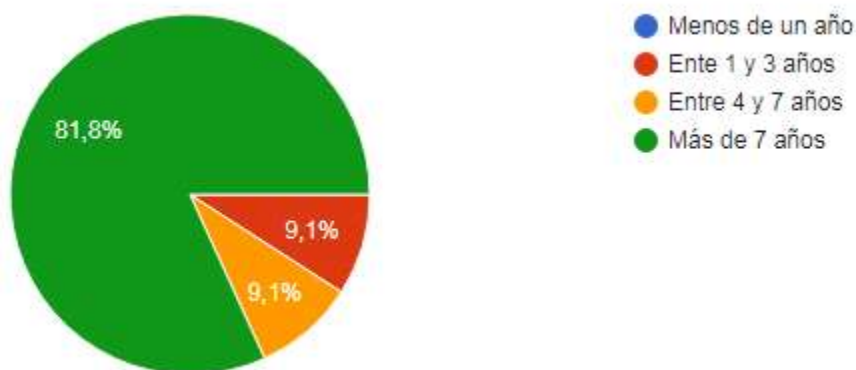


Fuente: Elaboración propia, basada en la encuesta Feminismos y Colectivos Futboleros.

El gráfico 4 evidencia que el 47,1% de las mujeres ha pertenecido en algún momento de su vida a alguna barra futbolera, sin embargo, ya no hace parte de estas dinámicas, esto corresponde a ocho (8) participantes de la muestra total. Adicionalmente el 17,6% de las encuestadas si hacen parte activa de estos grupos futboleros, es decir tres (3) mujeres; y finalmente, el 35,3% de las mujeres no pertenecen ni han pertenecido a ninguno de estos grupos, porcentaje correspondiente a seis (6) participantes.

Una vez, identificadas las mujeres que son o han sido parte de alguna barra futbolera, se identificó el periodo de tiempo en el cual pertenecieron o llevan en estas organizaciones. El resultado se muestra en la gráfica 5

**Gráfica 5.** *Periodo de permanencia o activismo en las barras futboleras.*

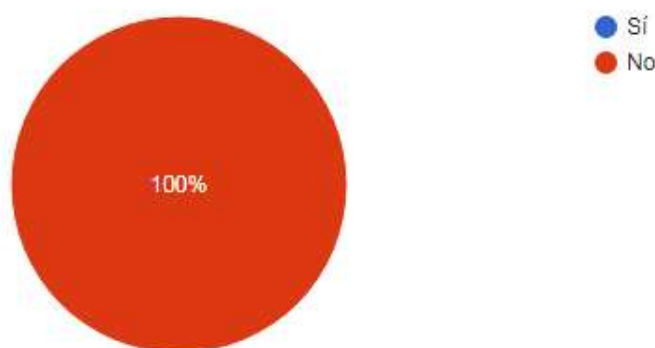


Fuente: Elaboración propia, basada en la encuesta Feminismos y Colectivos Futboleros.

A través del gráfico 5, se puede determinar que el 81,8% de las mujeres han pertenecido o son parte de las barras futboleras, es decir nueve (9) mujeres, hace más de 7 años; y el 9,1%, correspondiente a una (1) mujer, ha pertenecido entre 1 y 3 años. De igual manera, una (1) mujer ha pertenecido entre 4 y 7 años a estas estructuras. Equivalente al 9,1% de la muestra.

Adicionalmente, se pudo determinar que el 100%, es decir, diecisiete (17) participantes consideran que dentro de las estructuras de barras populares y futboleras no existe reconocimiento ni igualdad de género en los estadios capitalinos, esto se evidencia en la gráfica 6

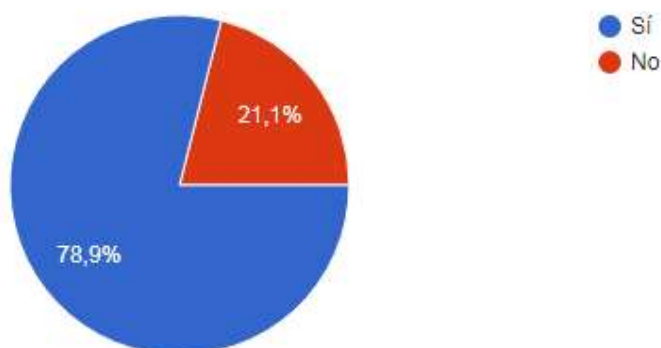
**Gráfica 6.** *Percepción de igualdad de género en los estadios de fútbol.*



Fuente: Elaboración propia, basada en la encuesta Feminismos y Colectivos Futboleros.

A continuación, se procedió a retomar el 100% de la muestra de la entrevista, es decir diecinueve (19) mujeres en las preguntas siguientes, para determinar la percepción de vulnerabilidad del género femenino al momento de asistir a estos encuentros. Esto se evidenció en el gráfico 7, presentado a continuación.

**Gráfica 7.** *Percepción de vulnerabilidad de las participantes, con respecto a su asistencia en los eventos deportivos.*



Fuente: Elaboración propia, basada en la encuesta Feminismos y Colectivos Futboleros.

En la gráfica 7 se evidencia que el 78,9% de las encuestadas, equivalente a quince (15) mujeres, se han sentido vulneradas, atacadas o sido han víctimas de violencia de género en el entorno futbolero. Sin embargo, el 21,1% de participantes, no se han sentido de esta manera al asistir a los estadios capitalinos; esto corresponde a cuatro (4) mujeres.

Con las quince (15) mujeres que contestaron la pregunta anterior de manera afirmativa, se procedió a identificar los espacios en los que se han sentido vulneradas o violentadas por ser o identificarse como representantes del género femenino. De esta manera, la gráfica 8 muestra la percepción de dichos espacios.

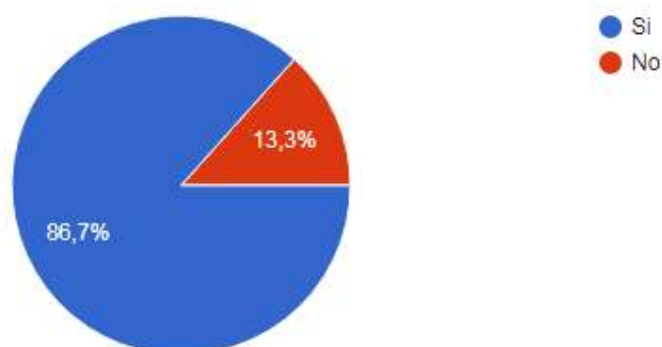
**Gráfica 8.** *Identificación de los espacios en los cuales se perciben vulnerables.*



Fuente: Elaboración propia, basada en la encuesta Feminismos y Colectivos Futboleros.

La gráfica 8 evidencia que el 86,7% de las mujeres encuestadas, equivalentes a trece (13) de ellas, no se sienten seguras ni dentro ni fuera de los estadios deportivos, al asistir a presenciar dichos eventos. En contra posición, el 13,3% de ellas, es decir dos (2) mujeres, reconocen sentirse seguras dentro de estos recintos pero no fuera. De igual manera, de esta muestra de mujeres, el 86,7% de ellas, o sea trece (13) mujeres, consideran que los procesos comunicativos (trapos, cantos, conversaciones entre miembros y demás) llevados a cabo en las Tribunas Populares son manejadas bajo paradigmas misóginos, peyorativos y machistas. Tan solo el 13,3% de las encuestadas, en otras palabras dos (2) mujeres, no consideran que los procesos ya mencionados se encuentren orientados bajo paradigmas misóginos, peyorativos y machistas. Esto se puede evidenciar en el gráfico 9

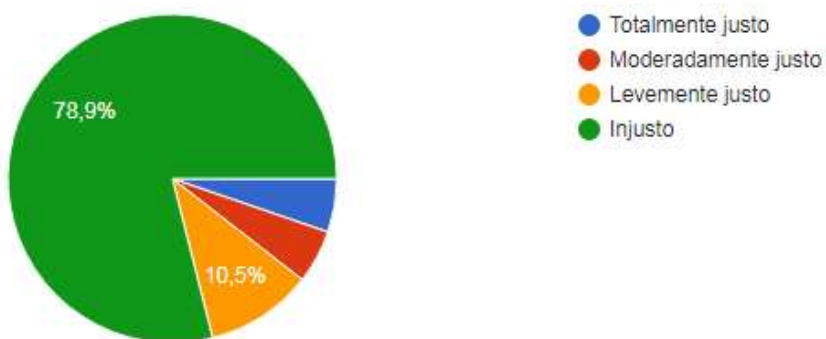
**Gráfica 9.** *Percepción de representaciones machistas en las organizaciones futboleras populares (barras)*



Fuente: Elaboración propia, basada en la encuesta Feminismos y Colectivos Futboleros.

Adicionalmente, se retomó nuevamente la muestra total, es decir diecinueve (19) mujeres, para conocer su perspectiva con respecto al rol que se le ha asignado históricamente al género femenino en las barras futboleras esencialmente. Los resultados obtenidos, mostrados en el gráfico 10, evidencian que el 78,9% de las encuestadas, equivalente a quince (15) mujeres, consideran que el rol asignado es injusto; 10,5% consideran que ha sido levemente justo, es decir dos (2) mujeres; una (1) de ellas, correspondiente al 5,3%, considera que es moderadamente justo el trato que se les ha otorgado dentro de estas organizaciones; y finalmente, una (1) de ellas, equivalente al 5,3% de la muestra, considera que el rol asignado a través de las construcciones sociales e históricas ha sido totalmente justo.

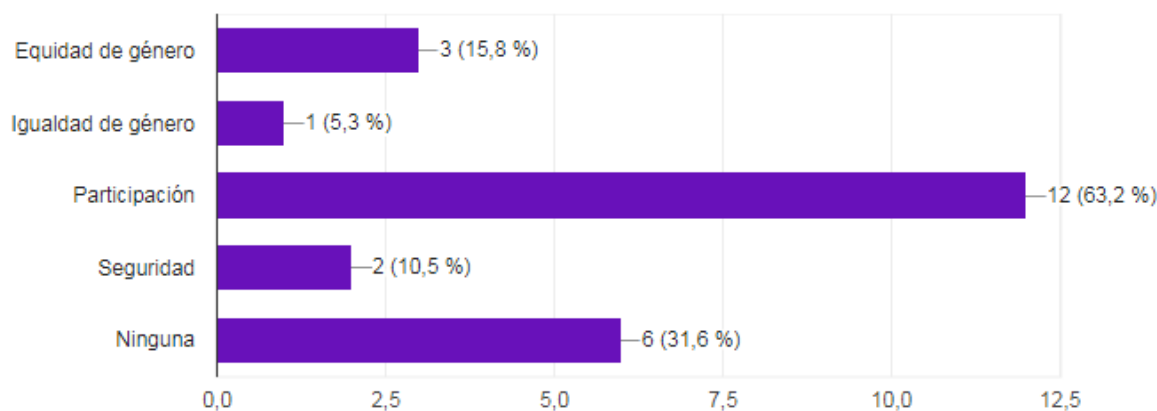
**Gráfica 10.** *Percepción del rol de la mujeres dentro de las organizaciones futboleras populares (barras)*



Fuente: Elaboración propia, basada en la encuesta Feminismos y Colectivos Futboleros.

Como parte del proceso de investigación, se buscó identificar los procesos y condiciones que han evolucionado o que siguen en constante proceso de cambio, con respecto al enfoque de género. En la gráfica 11 se evidencian las condiciones en las cuales, la muestra total de las mujeres, considera que se ha evolucionado dentro de los estadios, al momento de asistir como espectadoras del espectáculo deportivo.

**Gráfica 11.** *Percepción de avances, basados en enfoque de género, en los estadios.*



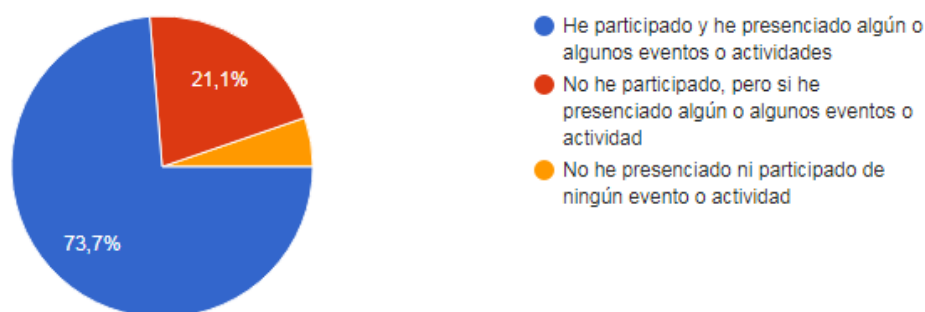
Fuente: Elaboración propia, basada en la encuesta Feminismos y Colectivos Futboleros.



Cabe recalcar, que esta pregunta cuenta con múltiples opciones de respuesta. De esta manera, se pueden seleccionar una o más opciones definidas dentro de la encuesta. Es así, que la participación del género femenino en estos espacios es la opción que más votaciones tiene (12), ocupando el 63, 2% del total de los votos. A continuación, la cantidad de votos que representan ningún cambio a través de la evolución de estos espacios deportivos con respecto al género femenino es del 31,6%, equivalente a seis (6) votos. Adicionalmente, las condiciones de equidad de género poseen el 15,8% del total de los votos, representando tres (3) de ellos. La seguridad para los espectadores, especialmente para las mujeres, en los espacios deportivos enfocados al fútbol, es uno de los factores que menos reconocimiento tiene, ya que solo el posee el 10,5%, o sea dos (2) votaciones. Finalmente el factor que al que menos desarrollo y evolución se le reconoce es a la igualdad de género, con solo un (1) voto y representando el 5,3% del total de votos.

Adicionalmente, se buscó determinar la influencia de los colectivos feministas y futboleros en las mujeres hinchas del deporte. Esto se registró en la gráfica 12, la cual determina los siguientes resultados:

**Gráfica 12.** *Participación o activismo de las mujeres en las organizaciones feministas y futboleras*

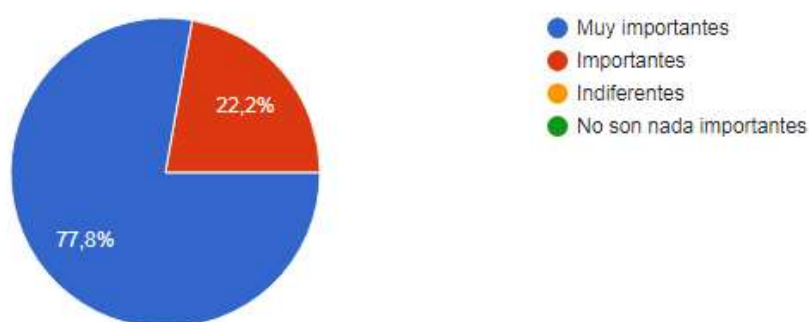


Fuente: Elaboración propia, basada en la encuesta Feminismos y Colectivos Futboleros.

Se obtiene que el porcentaje de mujeres que ha participado de manera activa de estos procesos y en estos colectivos es del 73,7%, correspondiente a catorce (14) encuestadas. Sin embargo, el porcentaje de participación pasiva (no participación pero si observación) es del 21,1% del total de encuestadas, esto es equivalente a cuatro (4) mujeres del total de la muestra. Por consiguiente, solo una (1) mujer, correspondiente al 5,3% de la muestra, no ha presenciado ni participado de ningún evento o actividad realizada o propuesta por estos colectivos.

Finalmente, se seleccionó una sub-muestra de mujeres, correspondiente a la cantidad de participantes activas y pasivas de estos encuentros, para conocer su perspectiva frente a estos colectivos, con respecto a los eventos deportivos. El gráfico 13 da muestra de los resultados obtenidos.

**Gráfica 13.** *Percepción de incidencia de las organizaciones feministas y futboleras en las realidades deportivas.*



Fuente: Elaboración propia, basada en la encuesta Feminismos y Colectivos Futboleros.

De esta manera, se determinó que el 77,8% de las mujeres que contestaron la siguiente pregunta, es decir, catorce (14) de ellas, considera que la participación de estos colectivos

futboleros y no futboleros, con ideología y desarrollo feminista dentro de los espacios deportivos, son muy importantes. Adicionalmente, se obtuvo que el 22,2% de la muestra, o sea cuatro (4) mujeres, consideran igualmente importante la participación de estos colectivos en relación a los estadios y demás espacios que circundan al deporte del fútbol.

## 8.5 Conclusión de Resultados

Es así, que se puede concluir en este apartado de Resultados, con base en las entrevistas y la encuesta, que:

El deporte del fútbol y todos los aspectos físicos, geográficos, psicológicos, sociales, culturales, artísticos, e incluso, ideológicos que circundan a él, son herramientas de construcción social y desarrollo ciudadano. En Bogotá, Colombia, los dos equipos de fútbol más representativos de la cultura *cachaca* (Millonarios F.C y el Club Independiente Santa Fe) cuentan con un alto nivel de fanáticos deportivos. Personas que sobrepasan los límites de la cordura y viven en torno a la pasión por los colores. Estos sectores de fanáticos, denominados por el coloquio como *barras bravas*, se distinguen de la mayoría del hincha por la construcción de su identidad entorno al deporte, llevado incluso al límite entre la vida y la muerte. Adicionalmente, la construcción de su identidad se basa en la re-interpretación de la cultura del *hooligan* inglés, adaptándose a los modelos sociales que presenta América Latina en general. Dentro de estos paradigmas, muy en la esencia del fenómeno, se mueve silencioso, aunque firmemente la ideología machista, que dominará hasta hoy en día la organización democrática, las acciones como colectivo, la participación, equidad, igualdad y justicia de género, la economía, y las diferentes esferas que el desarrollo de la misma se proponga. Sin embargo, en la construcción de una sociedad moderna, autocrítica y direccionada al activismo y reconocimiento

ciudadano, social y civil, el fenómeno del feminismo y sus diferentes representaciones necesitaban alzar su voz de protesta desde los diferentes espacios que circundan al fútbol capitalino de Colombia. Es por esto, que reconociendo al fútbol como herramienta de transformación social y construcción política. Entre el año 2010 y 2020, se crean los espacios feministas y futboleros: Fútbola y La Popular Feminista CISF. Dos organizaciones auto-reconocidas como feministas que buscan brindar un espacio seguro, acorde a las necesidades del género femenino, basados en los valores de solidaridad, sororidad, igualdad y justicia, para las mujeres hinchas del balompié capitalino.

Los colectivos feministas y futboleros, son organizaciones encaminadas a buscar el desarrollo social, emocional, personal, profesional y lúdico de las mujeres. Siendo ellas quienes proponen sus metodologías, desarrollo, objetivos, cronogramas y demás factores en torno a su existencia misma. Ambos, aunque adeptos a diferentes equipos de fútbol, nacen debido que no perciben que exista igualdad y equidad de género en los espacios circundantes al fútbol. Si bien, hay participación de las mujeres en algunos sub-grupos dentro de las *barras*, aún persiste la inequidad de género, con respecto a la participación democrática de las mujeres en la toma de decisiones a macro-nivel, en estas organizaciones. Adicionalmente, la cuna del deporte, los estadios de fútbol, son reconocidos, además de por su importante papel en la creación de la cultura del deporte, por ser espacios en los cuales las mujeres asistentes a estos encuentros deportivos no se sienten seguras, ni dentro del recinto, como en sus alrededores. Es por esto, que ambos colectivos hacen hincapié en que no son parte organizacional de ninguna de las *barras* populares de sus equipos. Por ende, ambos colectivos feministas y futboleros reconocen no ser bien acogidos, ni en su totalidad, por las correspondientes *barras* organizadas representantes de

sus clubes. Sin embargo, algunas fracciones de estas, respetan y valoran las dinámicas que se generan desde las organizaciones.

Así, los colectivos feministas y futboleros (Fútbolola y La Popular Feminista CISF) se reconocen como espacios de construcción política, sin caer en el adoctrinamiento. Donde se va a aprender y a reproducir los saberes adquiridos desde otras experiencias. Brindando espacios de construcción feminista y ciudadana basada en el enfoque de género, que busca, a través de acciones tanto internas como públicas, luchar contra la desigualdad, inequidad, violencia simbólica, psicológica, física y sus demás representaciones; e injusticia de género, basándose principalmente en los valores de la solidaridad, la sororidad y la empatía como piedra angular de su estructura y desarrollo.

Como bien se resalta, para los colectivos futboleros y feministas, si bien es importante evidenciar las actividades y acciones realizadas en los entornos deportivos, su campo de acción no se limita solo a este. Pues desarrollan actividades comunitarias en otros espacios, con el fin de generar en la sociedad, y en especial en el género femenino, la capacidad crítica frente a las realidades que viven las mujeres en Colombia. Reconociendo como mayor objetivo alcanzado y por mantener, la existencia misma. Estos colectivos futboleros y feministas no son organizaciones que trabajen independientemente, sino que buscan articular el desarrollo de sus acciones en la búsqueda de un trato equitativo, justo y digno, no solo para las hinchas, sino para las mujeres se desarrollan en torno al deporte (jugadoras, juezas, arbitras, periodistas, etc.)

Adicionalmente, Para ambos colectivos, la construcción de políticas distritales con enfoque de género son necesarias y ampliamente aceptadas. Sin embargo, no consideran que la representación actual sea la indicada y hacen crítica contundente a re-dimensionar exactamente

el contenido y la estructura de la participación actual de la mujer en la construcción de las políticas distritales, Además, de reconocer que los espacios feministas y futboleros no son exclusivos para mujeres de las localidades populares, sino que buscan atraer a todas las mujeres, asistentes de las diferentes tribunas, con o sin conocimiento sobre la causa y lucha feminista, para generar procesos académicos y enfrentar estructuralmente el problema del machismo.

## 9. Discusión.

A través de las distintas herramientas aplicadas en el trabajo investigativo (entrevistas y encuestas), se determinó que el fútbol profesional colombiano es carente de un enfoque de género real. La participación del género femenino y sus representantes, tanto a nivel profesional como espectadoras, en los escenarios deportivos, como lo resaltan las entrevistadas, siempre ha estado presente pero silenciado por un manto de indiferencia y violencia simbólica, orquestada en su gran mayoría por los mecanismos sociales e históricos, impuestos y normalizados por contextos sociales desarrollados hace ya más de 50 años. El deporte del fútbol, desde que se profesionaliza en Colombia, se ha desarrollado bajo las dinámicas que se manejaban en su momento. Sin embargo, las necesidades actuales demuestran una urgente modificación en los paradigmas para entender estos escenarios. Estos procesos de cambio se vienen dando desde los cimientos del deporte, a través de la evolución del fútbol popular desarrollado en los pueblos ingleses con pelotas improvisadas y sin reglas claras, hasta la conformación una federación mundial que rige los diferentes torneos deportivos y generaliza el reglamento para su ejercicio profesional y amateur. De tal manera, es ineludible que el deporte se encamine a una evolución basada en el desarrollo social y, con eso, trascienda en la implementación del enfoque de género en sus dinámicas. Adicionalmente, se evidencia la necesidad de pensar al fútbol y sus espacios como entornos de formación y desarrollo político.

Sin embargo, reconozco que, como todo cambio, implica dedicación y tiempo, pues estos no suceden de la noche a la mañana. Adicionalmente, es necesario, para que estos espacios evolucionen de acuerdo a las nuevas dinámicas sociales, desarrollar empatía y generar lazos de solidaridad entre los distintos sectores sociales, con respecto al cumplimiento de objetivos comunes. Es por eso que resalto la destacable e importante labor que llevar realizando los

colectivos futboleros Fútbola y La Popular Feminista CISF, sin desconocer el trabajo de las diferentes redes y colectivos futboleros locales, nacionales e internacionales. El trabajo que se ha venido desarrollando a través de estos dos colectivos busca la reivindicación de las mujeres en los espacios futboleros, tanto en el desarrollo profesional del deporte, como en el desarrollo personal y emocional de sus integrantes. Ambos colectivos, aunque históricamente han sido rivales deportivos, dejan de lado sus diferencias en la búsqueda de un macro-objetivo, que beneficie, independientemente de la afinidad futbolera, al género femenino y sus representantes. Esto, en mi opinión personal, demuestra la evolución de la cual viene siendo parte el espectáculo del fútbol y sus modelos de hinchadas populares. En este punto, es importante recalcar lo ya mencionado: La empatía sin llegar a buscar protagonismo, es lo que esta causa en especial, necesita de nosotros los hombres. Es necesario comprender que las mujeres desarrollan su experiencia del deporte de manera similar a la nuestra, pero con condiciones especiales que hacen que esta sea única. Es decir, una persona que asiste a las tribunas populares vive el deporte de una manera distinta a la que vive una persona en las plateas o incluso un recoge pelotas; el espacio compartido es el mismo, el espectáculo presenciado igual, pero la experiencia no es la misma, las dinámicas que se desarrollan en cada contexto son diferentes y cada una de ellas tiene una necesidades distintas. Por eso, más que “satanizar” o juzgar una agrupación o colectivo de personas por prejuicios, hay que replantearse desde la otredad y analizar estas necesidades que los empujan a reventar las burbujas sociales construidas por la indiferencia.

Ambos colectivos, basados en la idea de feminismo, ponen en evidencias claras necesidades que tienen las mujeres en los entornos deportivos y a través de acciones políticas, deportivas, culturales, sociales, entre otras, buscan una participación real en los procesos políticos, que permitan un verdadero desarrollo democrático basado en enfoque de género. Es por esto, que



afirmo mi postura a favor de las ideas ya mencionada por ambos colectivos futboleros y feministas: el enfoque de género no es solamente “cumplir con el cupo” de mujeres en una mesa de diálogo. En estos procesos es necesario analizar las causas, contextos, dinámicas y desarrollos estructurales, simbólicos, comunicacionales y demás, que se desarrollan en estos colectivos, para construir una posible solución a los problemas y necesidades que tienen las mujeres de manera que se atiendan oportunamente. Por eso, invité a replantear, y generar una postura crítica, frente a los procesos representativos, que buscan estructurarse como “procesos basados en enfoque de género.” ¿Una mesa de diálogo, conformada por una representante de cada barra popular representa realmente a los diferentes sectores de mujeres que asisten a estos espacios deportivos? Existe una liga profesional de fútbol femenino ¿Las condiciones salariales, de patrocinio, de seguridad, de calidad de campos son dignas? ¿La participación de las periodistas deportivas en las transmisiones del fútbol (en prensa, televisión o radio) es equitativa e igualitaria a la de los periodistas? ¿Qué podemos hacer desde nuestro ejercicio profesional para generar cambios positivos? ¿Continuaremos siendo indiferentes ante yugo social que limita a las mujeres a vivir la pasión del fútbol?

## 10. Conclusiones.

A través del desarrollo de este proyecto de investigación, se puede llegar a la conclusión que si bien las mujeres han sido parte del espectáculo del fútbol, ejerciendo profesionalmente como jugadoras, juezas, periodistas o asistentes a este; la estructura social, orquestada por una sociedad pensada por y para los hombres, ha llevado a ocultar la extraordinaria cultura y realidad creada por las mujeres en los espacios futboleros. Sin embargo, y gracias a las nuevas dinámicas mundiales, el género femenino y sus representantes se han venido abriendo, a pulso, un camino en la construcción de espacios deportivos y, orientadas por las diferentes maneras de entender el feminismo, replantean la necesidad de nuevos entornos seguros y apropiados para las mujeres en la cultura deportiva del fútbol. Cabe recalcar que esto es un proceso, y que el desarrollo de estas nuevas dinámicas se da poco a poco; hace algunos años se pensaba que el fútbol era un espacio solo para hombres y que las mujeres que iban a los encuentros deportivos lo hacían por acompañar a su pareja, familia o amigos. Ahora, las dinámicas están cambiando, dentro de los estadios se pueden encontrar “parches” de amigas que asisten y alientan los noventa (90) minutos desde las tribunas populares, colectivos feministas futboleros, “trapos” que exigen igualdad de género, etc. Todo esto surge a base del inconformismo del rol que históricamente se les ha otorgado a las mujeres, a desconocer que la construcción social de ellas también podía estar orientada a los deportes. Por eso, estos colectivos futboleros y feministas, cargan en sus hombros la importante tarea de reconstruir su identidad, tanto en las canchas como fuera de ellas, reivindicando el valor, pasión, e identidad femenina en todos los entornos y escenarios que circundan al deporte.

De esta manera, y en búsqueda de este macro-objetivo trabajado articuladamente por los diferentes colectivos futboleros y feministas de la capital, estas organizaciones sociales trabajan

orientados bajo dos líneas de desarrollo: Interno y Externo. Como parte del desarrollo interno de estas organizaciones, los colectivos buscan generar un espacio seguro para las mujeres, donde puedan expresar y desarrollar libremente sus ideas, sin temor de prejuicios, estereotipos o discriminaciones. Al mismo tiempo, buscan desarrollar emocional y políticamente las capacidades de sus integrantes, diferenciando la construcción política del adoctrinamiento y la politiquería, sino comprendiéndolo como el ejercicio real de participación democrática de la ciudadanía. Es importante recalcar, que tanto los espacios seguros, como la construcción personal de cada integrante, están entrelazados por la sororidad, siendo este el pilar básico de las relaciones inter y extra personales entre las integrantes de los diferentes colectivos futboleros de Bogotá. De igual manera, los colectivos futboleros y feministas desarrollan procesos comunicacionales, culturales, sociales, deportivos, políticos y artísticos, dentro de los diferentes entornos deportivos. Realizando murales, “trapos”, actividades informativas, volantes, pancartas, participación en coyunturas sociales nacionales, participación en eventos feministas, realización de “ollas comunitarias”, recolección de insumos educativos, entre otros. Con el fin de que su causa sea escuchada por las diferentes esferas sociales y realizar un real desarrollo social con la comunidad. A la vez, que dichas actividades, sirven como principal herramienta de divulgación sobre las violencias simbólicas y estructurales de las cuales son víctimas.

A su vez, como lo expusieron las entrevistadas, el simple hecho de existir en sí mismo es una acción rebelde, de resistencia y de empoderamiento. Reconocerse como políticamente activas, con alto impacto social en comunidades y como parte fundamental del desarrollo colectivo del espectáculo del deporte, hace que uno de sus principales objetivos sea mantenerse en pie de lucha y que su existencia en sí continúe. Así, se llega a la conclusión que todas las acciones, procesos y actividades, buscan generar identidad de género en torno a los espacios futboleros,

generando procesos de reconocimiento y apropiación del género femenino, identificando en el fútbol la herramienta, que además de generar pasión en el mundo entero, puede ser herramienta de desarrollo y transformación social real. Para finalizar, se recalca la importante postura de ambos colectivos, a la hora de identificar que no es una guerra de sexos, sino contra el machismo, contra las organizaciones, estados, colectivos y realidades que se orientan bajo estos paradigmas. No es momento de generar divisiones, y mucho menos basados en la identificación social de un individuo ante la sociedad. Los procesos comunitarios requieren de eso: de comunidad y empatía. El hecho de que la realidad de otro no se perciba desde nuestro panorama no significa que no suceda, como dijo el cantautor uruguayo Quintín Cabrera (2003): “Las ciudades son libros, que se leen con los pies.”

Adicionalmente, se reconoce la inferencia del lenguaje, como parte del sistema de violencias, siendo este parte estructurante del problema de la discriminación de género. Así, como se distingue la importancia de la *otredad* en el ejercicio comunicativo, posibilitando así la comprensión de fenómenos como el feminismo, desde la interpretación de un representante del género masculino. Siendo esta herramienta, capaz de sobrepasar prejuicios y paradigmas, con el fin de, en el verdadero ejercicio de la comunicación, y tal como lo menciona Sapir (1929), suscitado por Ortiz (s.f) “la lengua se convierte en una guía de la realidad social”.

Finalmente, se recomienda, para futuras investigaciones, ahondar más a profundidad en el fenómeno, basado en el enfoque cuantitativo, trayendo más herramientas de aplicación a la investigación, que permitan interpretar en términos medibles, y con mayor especificidad, al fenómeno. Así como abrir el abanico metodológico a los diferentes colectivos futboleros y feministas de Bogotá, e incluso de Colombia.



## 11. Referencias.

- Albano Abreu, G. (2012). Antecedentes documentados sobre la existencia del fútbol. Coursera. Historia de las reglas del fútbol en Inglaterra y Argentina. <https://www.coursera.org/>
- Albano Abreu, G. (2012). Conclusiones sobre la evolución del período. Coursera. Historia de las reglas del fútbol en Inglaterra y Argentina. <https://www.coursera.org/>
- Antezana, L., & Luis, H. (2003). Fútbol: espectáculo e identidad. *Alabarces Pablo*.
- Bachur, J., Vélez, J., & Saavedra, M. (2013). *Resignificación como categoría social: Protesta y procedimiento en la teoría social de Niklas Luhmann*. *Estudios Sociológicos*, 31(93), 657-689. Retrieved August 18, 2021, from <http://www.jstor.org/stable/23622268>
- Bayer-Yepes, L. (2021, 31 marzo). *La tribuna también es violeta: estas son las hinchadas feministas de Colombia*. Manifiesta. <https://manifiesta.org/la-tribuna-tambien-es-violeta-estas-son-las-hinchadas-feministas-de-colombia/?fbclid=IwAR27nq14-Y7ayd6-Fx4IHsH0IXDK9oAG5LjrKM-q5tiV0aSYnB9lhT6bMT0>
- Becerra, W (2008). La otredad en el discurso: hacia la comprensión de una problemática lingüística y educativa.
- Bedoya, J. (19 enero del 2021,). *El Tiempo en Vivo: Feminismo y medios de comunicación*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Xp5O6ScObA8>

Botero, M. (19 enero del 2021,). *El Tiempo en Vivo: Feminismo y medios de comunicación.*

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Xp5O6ScObA8>

Brito Alvarado, X. & Ortiz Ortiz, L. (2017). Lo simbólico, lo real y lo imaginario en las barras

bravas. Una mirada desde Ecuador. *ACADEMO Revista De Investigación En Ciencias Sociales Y Humanidades*, 4(2). Recuperado a partir de

<https://revistacientifica.uamericana.edu.py/index.php/academo/article/view/79>

Bustos, A. V. & Gomez, G. (2018). Hinchadas, barras bravas y fútbol colombiano, perspectivas críticas desde las investigaciones sociales. En *Revista de Ciencias Sociales* (Vol. 27).

<http://www.revistacienciasociales.cl/ojs/index.php/publicacion/article/view/127/105>

Camps, V. (2019, 9 de mayo). *Feminismos contemporáneos y emoción feminista.* [Video].

Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=btFM2EeHYK8>

Calderone, M. (2004). *Sobre violencia simbólica en Pierre Bourdieu.*

Capdevielle, J. M. (2009). *Dos teorías explicativas del orden social.* *Question*, 1(21).

Conde, Mariana & Rodríguez, María Graciela (2002). *Mujeres en el fútbol argentino: sobre prácticas y representaciones.* *Alteridades*, 12(23) ,93-106.[fecha de Consulta 13 de

Noviembre de 2020]. ISSN: 0188-7017. Disponible en:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=747/74702308>

Conde, M. (2008). *El poder de la razón: las mujeres en el fútbol.* *Nueva sociedad*, 218, 122-130.

Duque, S. G. (2021, 9 abril). *Mujeres en la tribuna.* *Alternativa.*

<https://alternativa.com.co/2020/04/04/mujeres-en-la-tribuna/>

EL TIEMPO (19 enero del 2021,). *El Tiempo en Vivo: Feminismo y medios de comunicación.*

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Xp5O6ScObA8>

FIFA.com. (2020, 23 marzo). *El puntapié inicial para el fútbol femenino.* [www.fifa.com](http://www.fifa.com).

<https://es.fifa.com/news/los-origenes-del-futbol-femenino-2569648>

FIFA (s.f)- *Estrategia de fútbol*

*femenino.* <https://img.fifa.com/image/upload/jor8jikrnmjulndmyoip.pdf>

Flick, U. (2004) *Introducción a la investigación cualitativa* (Madrid: Morata) Selección:

“Entrevistas semiestructuradas” (pp. 89-91) y Tabla 13.1.

Galeano, E. (2014). *El futbol a sol y sombra* (6.<sup>a</sup> ed.). SIGLO XXI EDITORES.

Gasset, J. O. & Marías, J. (1983). *La rebelión de las masas*. Orbis.

Gil Alzate, A., Castro Torres, F. A., & Posada Álvarez, V. (2020). Investigar la identidad de

género: representaciones colectivas, comunicación y lenguaje. *Anagramas Rumbos Y*

*Sentidos De La Comunicación*, 19(37), 87-109. <https://doi.org/10.22395/angr.v19n37a5>

Gómez Eslava, G. (2012). *LAS BARRAS BRAVAS. UN ACERCAMIENTO SOCIOLÓGICO A*

*UN FENÓMENO URBANO*. *Lúdica Pedagógica*, 2(16).

González Garcés, N. (2018) *las mujeres no tienen el mismo aguante que los hombres”*

*representaciones sociales de género en el interior de la barra futbolera organizada “los*

*del sur” del club atlético nacional de Medellín* (Tesis de pregrado, Universidad del

Tolima). Archivo digital. <http://repository.ut.edu.co/handle/001/2788>



Guerrero, N. (19 enero del 2021,). *El Tiempo en Vivo: Feminismo y medios de comunicación.*

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Xp5O6ScObA8>

Gutiérrez, A. B. (2004). *Poder, hábitos y representaciones: recorrido por el concepto de violencia simbólica en Pierre Bourdieu.* Revista complutense de educación, 15(1), 289-300.

Hijos, N. (2020). *Todos los cuerpos, una misma cancha. Gambeteando la hegemonía masculina desde un fútbol femenino y disidente.* BORDES, (15), 241-249.

Instituto Cervantes. (2019, 9 de mayo). *Feminismos contemporáneos y emoción feminista.*

[Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=btFM2EeHYK8>

Ita, M. (19 enero del 2021,). *El Tiempo en Vivo: Feminismo y medios de comunicación.*

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Xp5O6ScObA8>

Langle De Paz, T. (2019, 9 de mayo). *Feminismos contemporáneos y emoción feminista.*

[Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=btFM2EeHYK8>

Lagarde, M. (2006). Pacto entre mujeres Sororidad. *Aportes Para El Debate*, 25, 123–135.

[https://e-mujeres.net/wp-content/uploads/2016/08/pacto\\_entre\\_mujeres\\_sororidad.pdf](https://e-mujeres.net/wp-content/uploads/2016/08/pacto_entre_mujeres_sororidad.pdf)

Le Bon, G. (2018). *Psicología de las masas.* Editorial Verbum.

López, G. (2015). Las mujeres en el fútbol: una mirada feminista. *Heinrich Boll Stiftung*,

2(2),8.[https://mx.boell.org/sites/default/files/las\\_mujeres\\_en\\_el\\_futbol\\_guadalupe\\_lopez\\_garcia.pdf](https://mx.boell.org/sites/default/files/las_mujeres_en_el_futbol_guadalupe_lopez_garcia.pdf)

- Malek, M. (2014). *Historias cruzadas: Mujer, fútbol y periodismo deportivo*. CUADERNO DE HISTORIA 14, 123 - 135
- Martínez Mina C. Y., Goellner S., & Orozco Rodríguez A. M. (2019). Fútbol y mujeres: el panorama de la Liga Profesional Femenina de Fútbol de Colombia. *Educación Física Y Deporte*, 38(1). <https://doi.org/10.17533/udea.efyd.v38n1a03>
- Ortíz Ruiz, I. R. (s.f) *LA “OTREDAD” EN EL PROCESO DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA*.
- Oakley, A. (2016). *Sex, gender and society*. Routledge.
- Quintín Cabrera. (2012). *Quintín Cabrera - Las ciudades son libros*. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=M-o-oLslNIE>
- Quiroa, A. (2019). Fútbol “femenino”: género y performatividad. *Deporte y sociedad Encontrando el futuro de los estudios sociales y culturales sobre Deporte*, 139.
- Ramírez Cardona, E. Y., & Restrepo Soto, J. A. (2018). El rol de la mujer: una perspectiva sociocultural en el fenómeno del fútbol. *Ánfora*, 25(44), 157–176. <https://doi.org/10.30854/anf.v25.n44.2018.401>
- Ramírez González, D. A. (2016). La comunicación desde la otredad. *RHS-Revista Humanismo Y Sociedad*, 4(2), 10–13. <https://doi.org/10.22209/rhs.v4n2a03>
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, 23.ª ed., [versión 23.4 en línea]. <<https://dle.rae.es>> [24 de Julio de 2021].

Revista Tribuna Cultural. (2021, 19 marzo). *Fútbol y Feminismo - Colectivos Feministas que trabajan desde las gradas. #Fútbol #Feminismo*. YouTube.  
<https://www.youtube.com/watch?v=hwlxW3OWpL8>

Río, J. M. V. del, Andrade, P. V., & Macarro, M. J. M. (2019). *Sexualidades, represión, resistencia y cotidianidades*. (Issue February). 324 – 340

Romero, L. A. G., Pérez, J. B., & Goyenech, X. G. (2020). Significados en torno a la participación de la mujer en el contexto de las barras bravas. *Revista Científica y Profesional de La Asociación Latinoamericana Para La Formación y La Enseñanda de La Psicología*, 27- 35.

Rowlands, J. (1997). *Questioning empowerment: Working with women in Honduras*. Oxfam.

Sau, V. (2000). *Diccionario ideológico feminista (Vol. 1)*. Icaria Editorial.

Triana, F. L. M., & Bolaños, L. V. N. (2014). *Mujeres, Futbol y Sentidos*. (Tesis de pregrado, Fundación Universitaria Los Libertadores)

Uribe, N. I. (2018). Violencia, psicología de masas y barras de fútbol. *Revista Criminalidad*, 61(1), 85–96.  
[http://www.scielo.org.co/biblioteca.libertadores.edu.co:2048/pdf/crim/v61n1/1794-3108-crim-61-01-00085.pdf](http://www.scielo.org.co/biblioteca/libertadores.edu.co:2048/pdf/crim/v61n1/1794-3108-crim-61-01-00085.pdf)

Vinnai, G. (2003). *El fútbol como ideología*. Siglo xxi.

WHO Global Consultation on Violence and Health (2002). *Violence: a public health priority*. Ginebra, Organización Mundial de la Salud.

## 12. Anexos.

### 1. Actividades y logros alcanzados por distintas organizaciones futboleras y feministas



**MACHISMO  
ES  
VIOLENCIA**

**SEXISMO  
SON  
PREJUICIOS**

**Rechazamos todos los actos de violencia entre ambos géneros.**  
Hacemos un llamado a denunciar o buscar apoyo en las instancias pertinentes a aquellas **mujeres** de nuestra barra que están sufriendo algún maltrato por parte de cualquier persona. Recordemos que la violencia física o psicológica no son una señal de amor.

Igualmente invitamos a la unión y solidaridad entre las integrantes de **La Banda de Eje** tanto dentro como fuera de la tribuna.

# MARZO ANTIMACHISTA

En el marco de la conmemoración del día internacional de la mujer nos unimos al **#MarzoAntimachista** y a continuación compartimos algunos conceptos de interés:

El **sexismo** es una práctica discriminatoria basada en el sexo o el género de las personas. Se manifiesta, entre otros, a través de la opresión, abuso, dominación o paternalismo, en especial hacia las mujeres.



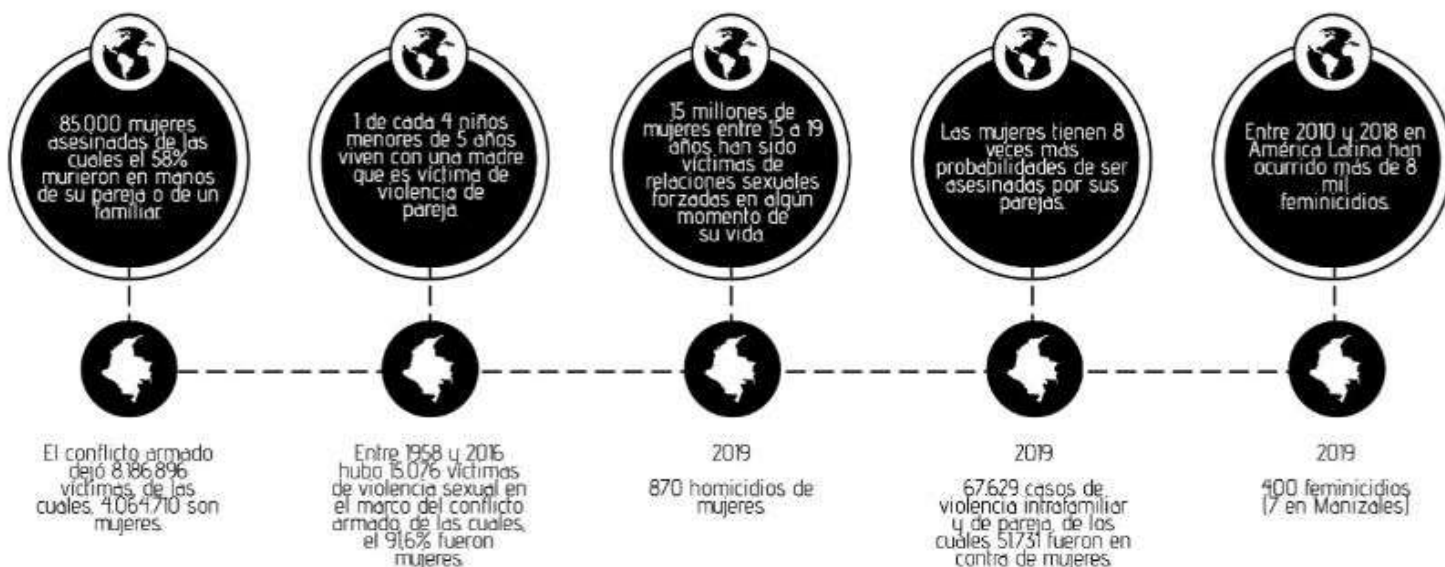
Los **feminismos** luchan por la equidad de derechos entre hombres y mujeres. Propenden por la toma de conciencia sobre la opresión, dominación y explotación de la cual han sido y son objeto las mujeres.

El **machismo** es una forma de sexismo, en la cual se considera que la mujer es inferior al hombre, o incapaz de participar activamente en la vida en sociedad. Esta idea ha generado que en muchos contextos no haya una distribución equitativa de oportunidades entre sexos.

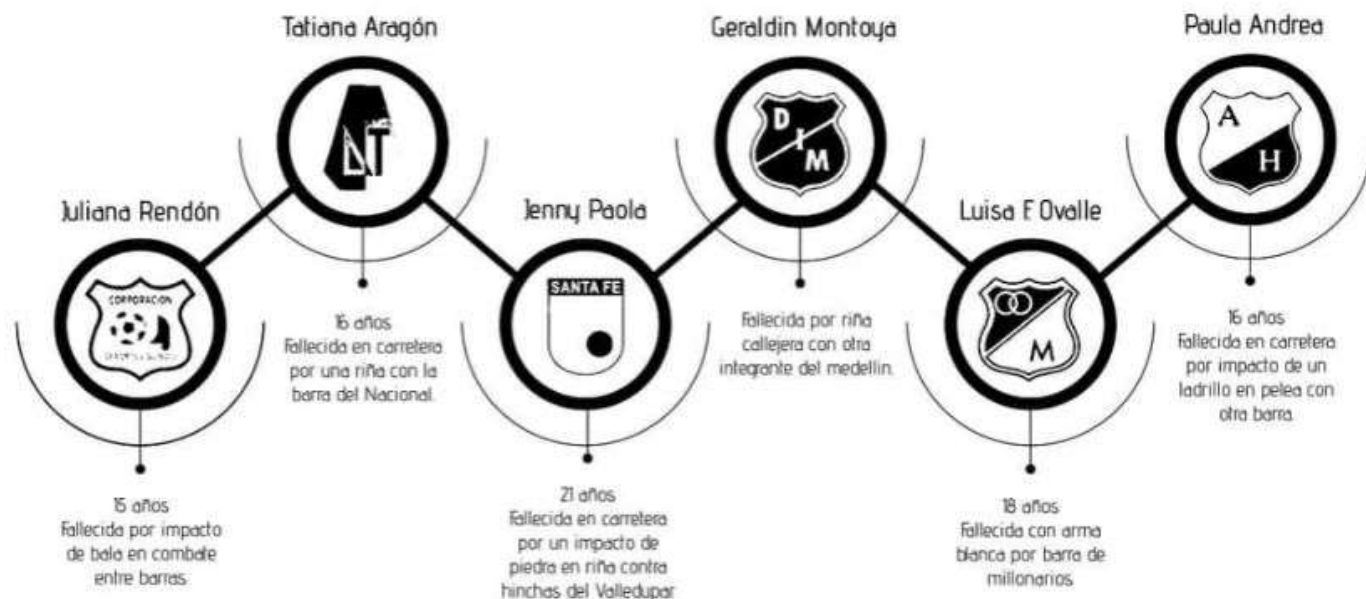


# MARZO ANTIMACHISTA

## SON DATOS Y HAY QUE DARLOS



## EN LAS BARRAS TAMBIÉN PASA...



## #MarzoAntimachista

