



# Laterales<sup>1</sup>

## Wingers

**Por Samuel Asdrúbal Ávila**

Antropólogo y magíster en Antropología Universidad Nacional

Correo: [samuelavila77@hotmail.com](mailto:samuelavila77@hotmail.com)

Docente de la Universidad de Cundinamarca

**Recepción:** 2008-06-27

**Revisión:** 2008-07-30

**Aprobación:** 2008-08-10

**Tipo de artículo:** Documento de reflexión

**Type of Article:** Reflection paper

---

### Contenido

1. El fútbol y su hinchada
2. Espacio mental del integrante de una barra brava, en relación con el fútbol
3. La emoción
- 4-La energía
5. Para finalizar: los estados mentales
6. Bibliografía

---

<sup>1</sup> Es el nombre que tienen las tribunas -detrás de los arcos- donde tradicionalmente se han ubicado los grupos bravos en los estadios de fútbol del mundo.

**Resumen.** Este artículo, que tiene como base la tesis de maestría *El centro de la mirada* (Ávila, 2003), expone cómo se encuentran organizadas las llamadas barras bravas en Bogotá (Colombia). Se muestra gráficamente cómo es el espacio mental de una barra brava en relación con el fútbol. También, se explican dos conceptos fundamentales que constituyen la razón de ser de sus creencias: la energía y el aguante. Los análisis se desarrollaron a partir de un trabajo de campo entre estos grupos en Bogotá, que incluyó la observación y participación en sus territorios, y múltiples entrevistas con hombres y mujeres que hacen de la participación en una barra, su vida.

**Palabras clave:** Aguante, Barra brava, Emoción, Energía, Espacio mental, Estado mental.

**Abstract.** Members of hooligan gangs are capable of delivering their lives for the soccer team they support. This article is based on the Master's Thesis *El centro de la mirada* (The center of the focus) – Ávila, 2003, and explains how hooligan gangs of Bogotá are arranged. The gang's mental space related to soccer is presented by means of graphics, and the concepts of energy and endurance, two main basic ideas for their beliefs, are explained. Analyses were based on a fieldwork undertaken in Bogotá among those groups, which included field observation and participation, and several interviews with both men and women who turn their membership to a gang into their lives.

**Key Words and Expressions:** Emotion, Endurance, Energy, Hooligan Gang, Mental Space, Mental State.

## **1. El fútbol y su hinchada**

El fútbol tiene en la cultura de Colombia un siglo de vida. La entidad encargada de reglamentarlo y modernizarlo es la Federación Colombiana de Fútbol. De región a región varían el calzado y las superficies para el juego. No hay pueblo, ciudad o vereda -negro, blanco, indígena o mestizo- que no tenga practicantes de este deporte.

Estar en el fútbol es estar en un lugar del giro (o del estadio). La vida del espectador es marcada por él. Usted se ubica al costado sur, norte, oriental u occidental, en un lugar del espectáculo, y le dicen público porque acude en un estado sentimental para alcanzar otro. De ahí que no exista en principio ninguna diferencia entre los pocos espectadores que presencian un juego en la vía pública y los cuarenta mil... ya sabe dónde.

La hinchada es una comunidad que ayuda a sostener, al interior de la cultura del fútbol, al gremio de empresarios, jugadores, patrocinadores y periodistas. Hoy, los delanteros tienen los mayores salarios porque son la representación del sueño del oficio. Hay una relación directa entre el sueldo del jugador y su figuración en la memoria colectiva (caso Valderrama, caso Beckham), porque el lenguaje del delantero (el gol) es transparente -entendido por el público- mientras que el lenguaje del técnico, preparadores físicos y directivas, no lo es: no resulta atractivo para los medios de comunicación debido a que el gran público no entiende ni sueña con estrategias ni tácticas.

Para clarificar lo anterior veamos el caso del automovilismo donde sucede lo contrario: el gran nivel de detalle en las competiciones de Fórmula 1, con la transmisión en la televisión de los entrenamientos (introducen la competencia: al medir tiempos dan un índice de cómo podrá desarrollarse el circuito) y el amplio conocimiento del público (adquirido a través de la enseñanza de los medios sobre la mecánica de cada elemento para la puesta a punto de un auto de carreras) sirve para comercializar cada uno de los detalles del espectáculo.

Esta amplitud del negocio repercute en el sueldo de un campeón del mundo, que puede triplicar el sueldo de cualquier gran futbolista. Un empresario del baloncesto norteamericano afirmaba que al lado de los beneficios que trae para el club la tenencia de una estrella, el millonario sueldo es más que justificado porque las ganancias, al poder vender a través del deportista cuanto producto pueda identificársele, se triplican. Un técnico de fútbol, en cambio, casi nunca alcanza el nivel de ganancias de un jugador estrella,



debido también al poco tiempo (la duración de su presencia en pantalla) que tiene el gran público para verlo.

La hinchada brava del fútbol es parte del espectáculo, pero no representa, en Colombia, un amplio beneficio económico para los clubes (copan las tribunas más pequeñas y las de menor costo), mientras que en el automovilismo, por ejemplo, no se requiere de la presencia física de la afición para que ella gaste. De ahí que las posibilidades de expansión del fútbol se han reducido a lo que los grupos de hinchadas bravas puedan hacer en materia de captación de nuevos integrantes. Si hay una crisis económica de los clubes a nivel mundial (Baeza, 2007; ESPN, 2008), se debe a este fenómeno: las hinchadas bravas han comenzado a cercar a los equipos a los cuales pertenecen, de ahí que el gran público -el que también asimila las competencias de automovilismo y de baloncesto- empieza a dejar de sentirse identificado con los equipos, en la medida en que la mayor parte de nuevos hinchas entran a pertenecer a aquellos grupos.

A pesar de ello, los dirigentes del fútbol intentan no quedarse rezagados en su estrategia comercial dirigida a captar público cesante. Ha evolucionado la transmisión por televisión con el aumento de planos medios y primeros planos a los demás integrantes del espectáculo: la cara del juez, del técnico<sup>2</sup>, de un hincha con el rostro pintado; la panorámica de la ciudad; el gesto de espectadores ilustres o disfrazados, mujeres bonitas, niños tristes o alegres; imágenes cuyo fin es mostrar cómo otras historias -con sus cargas emocionales- surgen a partir de la historia del partido que se está jugando; y ese entrecruzamiento a nivel visual de las historias, posible a partir de la evolución de la narración cinematográfica (muchos más puntos de vista para un mismo acto), fue iniciada en la década del 90 por Quentin Tarantino (*Reservoir Dogs*), y las cintas de Pedro Almodóvar, que tuvieron como ejes personajes antagónicos con historias independientes de la trama principal, el mismo propósito que luego influyó en el cine mexicano (*Amores Perros*, 2000) y que influiría en el resto de las artes visuales en Latinoamérica, pero que ya había sido utilizado en la novela *El jinete polaco* (1991) del español Antonio Muñoz Molina.

Es rarísimo encontrar en Bogotá a una persona que no le guste el fútbol y no tenga una camiseta de un equipo de fútbol, o que alguien entre los 12 y los 25 años utilice una camiseta y no pertenezca a un grupo bravo. Calcule quince, veinte mil personas (tres o cuatro mujeres por cada diez hombres),

---

<sup>2</sup> Puede ser tensionante para un hincha -o atractivo- ver al técnico de su equipo del alma - más si está suspendido-, dar indicaciones a gritos desde la tribuna.



que usan la camiseta de un equipo cuando marchan al estadio, en medio de una población de siete millones en Bogotá<sup>3</sup>.

De cada diez personas, calcule que uno pertenece a la clase alta, cinco o seis a la clase media, y dos o tres a la clase baja. Calcule ahora que de esos diez, uno o dos tienen como forma de vida el robo (hacen parte de alguna pandilla), que la mitad consume alguna droga<sup>4</sup>, que casi todos estudian, de modo que un aficionado sabe en qué universidad o colegio estudian sus amigos.

Ellos pasan tres, ocho, diez años en el grupo. Eso les otorga antigüedad. Y durante todo el tiempo están en contacto a través de la noticia (prensa, radio, televisión o internet) con los demás grupos bravos de la cultura futbolística nacional e internacional. La uniformización, el aprendizaje de movimientos, las posiciones de jerarquía y aspectos de índole militar han sido incorporados en la dinámica de estos grupos. En sus cantos durante el partido transforman las letras de canciones conocidas, mantienen el ritmo de las canciones predilectas del rock en español y añaden el nombre de su equipo. Pero la experiencia en la práctica (en el quehacer, en el hábito) es lo que distingue a un grupo de sus competidores<sup>5</sup>.

En los primeros años de su participación con el grupo usted prueba, ejecuta, se expone. De allí en adelante enseña, organiza, teme; luego adquiere otros sueños, y va alejándose, y esa es una de las razones que motiva los cambios de mando, de objetivo, de creencia (Ávila, 2003).

Son cinco las barras bravas en Bogotá: la que apoya a Millonarios se llama Comandos Azules D.C.; a Santafé, Guardia Albirroja; al América de Cali, Disturbio Rojo; al Nacional de Medellín, Los del Sur; y al Deportivo Cali, el Frente Radical Verdiblanco.

Se les dice bravas por los comportamientos que desarrollan dentro y fuera del estadio, los cuales alteran o ponen en riesgo la seguridad y normalidad

---

<sup>3</sup> El cálculo fue realizado con base en los datos suministrados por los hinchas, en la capacidad (seis mil espectadores) de las tribunas laterales (dos) del estadio El Campín, y en las estadísticas del programa Goles en Paz de la Alcaldía Mayor de Bogotá, encargada de mantener en canal de comunicación con las barras (ver <http://www.gobiernobogota.gov.co/content/view/73/83/>). Sin embargo, hasta el momento no existe un censo oficial.

<sup>4</sup> Alcohol, marihuana, pepas. Estas proporciones son producto de la lectura que de sus grupos hicieron los hinchas, y que no difieren de lo observado cada domingo en la tribuna.

<sup>5</sup> Usted no sueña con ser en lo que no tiene práctica. Si quiere soñar va y practica: especializarse es una de las historias en cualquier grupo.

de la vida cotidiana de la población. Tal braveza, sin embargo, es sólo una de entre las muchas características que definen al conjunto, que al mismo tiempo comparten con agrupaciones similares en otras partes de Colombia y del mundo. Javier Duran (1996) anotaba que esta clase de hinchadas provenían de la escisión de sus integrantes con sus familiares que los iniciaron en el fútbol: en ello argumentaba el origen de tales grupos en España, y tenía en cuenta los demás elementos que habían influido en su desarrollo: surgieron en Inglaterra y se expandieron por Europa. Los españoles, se dice, aprendieron bastante de los italianos, de quienes se supone aprendieron también los argentinos, de quienes los colombianos son discípulos en esa materia.

Toda barra brava es la unión de secciones (ver figura 1); cada sección es la suma de grupos de amigos; y cada grupo de amigos recibe el nombre de parche (término del parlache), que son reconocidos por los demás con un título: puede ser parche 1, parche 2..., o por el apodo de un personaje llamativo en el grupo: el parche de *el Calvo...*, el parche de *Mil manillas*, etc.

Cada parche o grupo de amigos se ha unido en el camino de iniciación en la barra porque comparten métodos similares para pasar el tiempo, lo que les da un conocimiento casi íntimo del otro, donde sus roles como personas e hinchas quedan expuestos, donde es más difícil perpetrar una traición; un entorno en el que usted no disiente con sus amigos -que por ello son sus amigos- en lo que considera fundamental, por ejemplo, la decoración de un cuarto: una bandera, un afiche del equipo, una camiseta y un artículo quitado a un rival nunca faltan.

Cada parche en la barra desempeña tareas en solitario o en compañía de otro, dependiendo de la actividad, y mantiene idéntica cohesión en los enfrentamientos con barras rivales: colabora para ubicar un objetivo y atacarlo. Sucede también que en ocasiones un parche toma bajo su protección a una mujer o un grupo de mujeres, o a personas muy jóvenes o que llevan muy poco tiempo en la barra.

Aunque este sistema de organización es el mismo que ha sido empleado por los grupos al margen de la ley colombiana que combaten al estado, (sin que ello quiera decir que ha sido copiado de allí), difiere en un aspecto que en ambos constituye el fundamento estratégico de sus acciones: en los grupos armados, en operaciones urbanas, cada grupo pequeño o célula<sup>6</sup>, formado

---

<sup>6</sup> Una información detallada y completa sobre la organización y propósito de las células puede encontrarse en el libro del periodista colombiano Hollman Morris (1998) sobre el robo de las



por tres a seis integrantes, no se conocen con otra célula por razones de seguridad; en cambio, en las barras, la estrechez de los lazos de amistad entre los integrantes del parche es necesario precisamente por razones de seguridad: entre más se sabe del otro es más fácil evitar las infiltraciones.

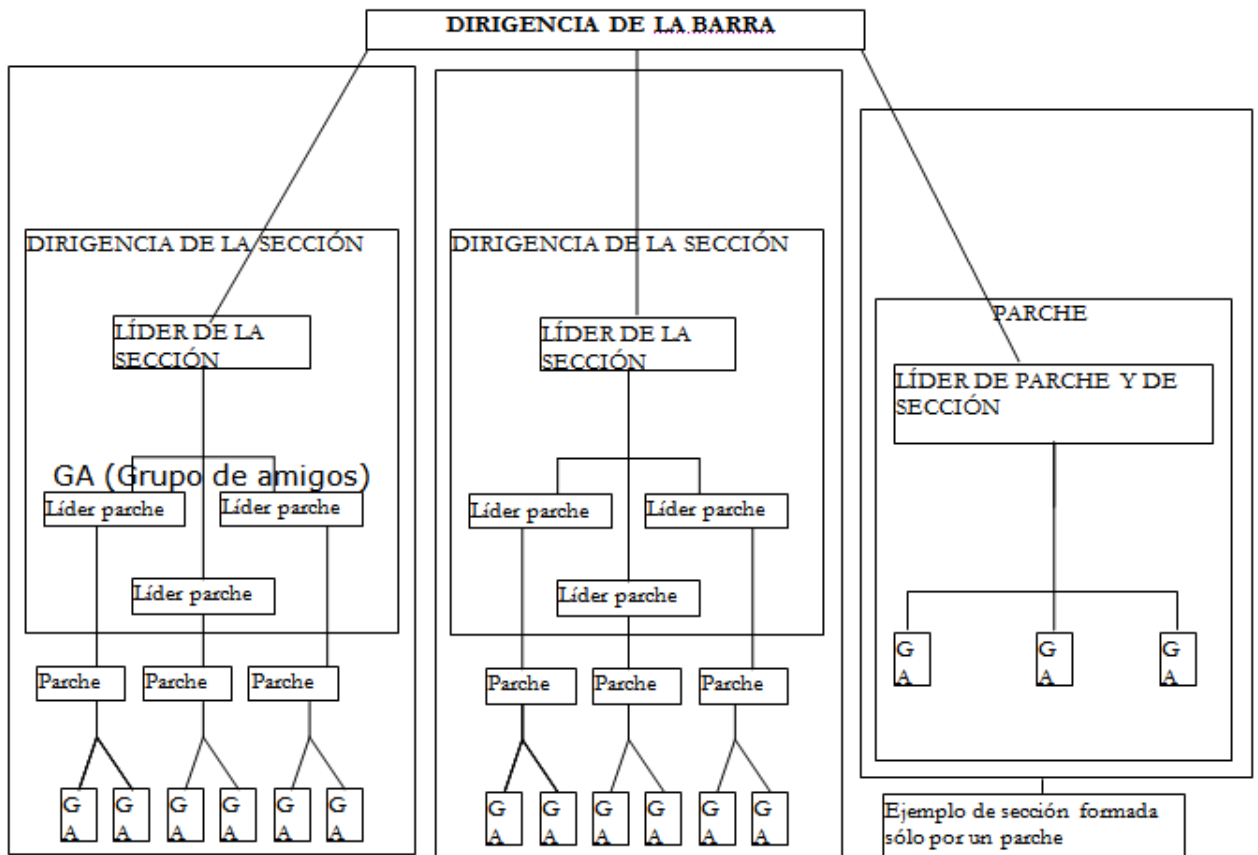
Esta inclusión en parches cuyos miembros no sobrepasan los cinco o seis, es un aspecto presente en la vida de cada individuo en todas las instituciones y organizaciones de las que participa: la familia, la escuela, el colegio, la universidad, el trabajo.

---

armas al Ejército en Bogotá por parte del grupo guerrillero M-19, y cuyo título es Operación Ballena Azul.

"Revista Virtual Universidad Católica del Norte". No.25, (septiembre - diciembre), acceso: [<http://revistavirtual.ucn.edu.co/>], ISSN 0124-5821

**Figura 1.** Organigrama de una barra brava



**Fuente:** el organigrama es resultado de la investigación del autor, con base en los testimonios de los hinchas.





## **2. Espacio mental del integrante de una barra brava, en relación con el fútbol**

El fútbol en Colombia toca como el aire. Acude a los espacios de la vida cotidiana por diversos medios de comunicación: una persona, un audio, un vídeo, un escrito. En esa medida, cada ser en la cultura tiene un espacio mental para el fútbol, como lo tiene para cualquier otra forma de la realidad.

Mire su escritorio por ejemplo. Imagine que contiene toda la información con respecto a su fútbol. El extremo al que puede llegarse con esa idea es que a usted le quede imposible separar la vista de allí. Una vez ha profundizado en los papeles, en los objetos, su vista se detendrá en las líneas de la madera, sus manchas. Pero todo eso ocurre en su cabeza, mientras el mundo transcurre. Y usted carga ese escritorio por donde va.

La formación y poblamiento del espacio mental sucede por medio de acumular y comprender los detalles de aquello que llamó su atención. Usted de niño, de adulto, se aficiona -educa- con aquello que está en su espacio cultural, y el aprendizaje es la generación continua de espacios mentales. En el espacio mental vive y se alimenta el sueño<sup>7</sup>.

La frecuencia con la que usted permanece en un espacio mental da las diferencias de tiempos, cotidianidades o rutinas, entre las personas y entre las culturas<sup>8</sup>. El espacio mental con respecto a, es semejante al espacio

---

<sup>7</sup> En el transcurso de la investigación quise también una explicación íntima y primera, una que contara por qué todos los conocimientos aprendidos por la persona en el desarrollo de su identidad en un grupo, adquieren ese grado de solidez y apariencia de verdad que llevan a contar la propia historia con la certidumbre de que es única y fósil -esa mítica, admirable e incambiable afirmación de Claude Levi-Strauss del individuo como centro del mundo en el momento de narrar su identidad-; y el espacio donde ocurre todo ello es el cerebro -de cada persona al interior de cada grupo en cada cultura-, donde, aparte de las explicaciones que dan sentido a los procesos biológicos, químicos y físicos que gestan a los pensamientos, independientemente está el espacio infinito en el que hay el conocimiento, todas las formas en que sospechamos el mundo: fue entender el cerebro como el espacio de la cultura. Ese sentido que le di a la categoría de espacio mental es similar al que tiene en el psicoanálisis, en donde se dice que un espacio se abre en la mente en el momento en que se tiene un deseo (Resnik, 1991); pero también esta misma expresión ha sido usada en diversos ámbitos. Jorge Orlando Melo (2004) la emplea para describir como se construye la imagen de Medellín en sus habitantes; Edward Soja (1989), geógrafo y urbanista norteamericano, para argumentar cómo la concepción de un espacio físico pasa por la experiencia que se vive del mismo.

<sup>8</sup> Por eso no hay dos tiempos iguales, no hay dos historias...



cultural de, como la adaptación de un libro al cine (en la medida en que es casi instantánea la formación del espacio mental ante la presencia del espacio cultural).

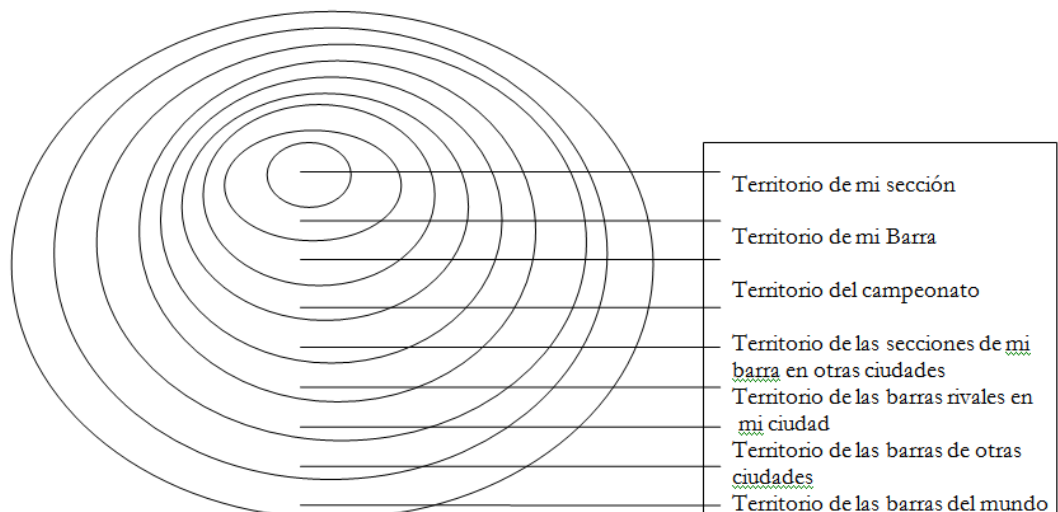
La diferencia que establecí entre los distintos niveles de afición al fútbol o la separación que tradicionalmente han visto los investigadores (Ardila, 1989; Wahl, 1997; Bale, 1998) respecto de los aficionados: espectador, hinchas, fanático, se debe a la cantidad y particularidad de detalles en el espacio mental de cada uno.

En ambos espacios, al haber allí creencias, sus dimensiones pueden alcanzar la infinitud del tiempo: sólo varían la profundidad y complejidad de sus paisajes. El saber del espectador es, de pronto, el nombre de su club, el campeonato que está en juego, algunos nombres de jugadores de otra época; mientras que en el integrante de una barra brava (que permanece todo el tiempo conectado con el fútbol), su espacio mental contiene no sólo la información de su equipo y su historia, sino también una geografía que describiré a continuación.

## La tierra

El espacio mental de un hincha o de una barra brava con relación al fútbol está distribuido de la siguiente manera: aunque los gráficos son circulares, no es un límite para la forma de un espacio mental. Tampoco es un orden (arriba-abajo) decir que el espacio mental con respecto al fútbol de un integrante de una barra es el conjunto de cielo y tierra. Los gráficos también pueden ser leídos como el conjunto del conocimiento sobre el fútbol (los territorios) que maneja una barra brava. Cada una de las subdivisiones del espacio mental fueron organizadas con base en los testimonios.

**Figura 2.** La tierra<sup>9</sup>



- *Territorio de mi sección:* las personas de mi sección y las calles donde viven. Mi historia personal en mi sección e historia de mi sección y su organización interna.
- *Territorio de mi barra:* los dirigentes y amigos y amigas de mi barra; los barrios donde tienen su territorio los parches que conforman mi barra, y su organización. Incluye además el territorio de la red virtual y la historia de mi barra.

<sup>9</sup> En este y los demás niveles su importancia sentimental se valora de adentro hacia afuera.

- *Territorio del campeonato:* incluye la clasificación general del campeonato y las ciudades y estadios donde se juegan los partidos.
- *Territorio de las secciones de mi barra en otras ciudades:* la ubicación de las otras ciudades o pueblos donde hay parches de mi barra.
- *Territorio de las barras rivales en mi ciudad:* los barrios donde están localizadas las secciones de las barras rivales. Incluye además sus territorios en la red virtual.
- *Territorio de las barras de otras ciudades:* los nombres y hazañas de las barras de los equipos de otras ciudades.
- *Territorio de las barras del mundo:* nombres de barras de otros equipos de otras ciudades del mundo.
- *Territorio de la historia del fútbol en Colombia y en el mundo:* jugadores, equipos, estadios, anécdotas que conoce el hincha, y que no representan para él ni admiración ni odio.
- *Territorio de los odios:*

-*Traidores:* hinchas de mi barra y jugadores y directivos de mi equipo que traicionaron con su acción a mi barra o a mi equipo.

-*Las barras que más odio:* en primer lugar, aquella que históricamente ha sido la antagonista, por razones de competencia o territorio. Luego las otras barras que ocupan territorio en mi ciudad, y después las otras barras cuyos equipos son competencia directa del mío.

-*Los muertos rivales:* aquellos que han sido muertos por mi parche o barra. Por extensión, todos los demás miembros de otras barras a los que quisiera ver en el mismo estado.

-*Las barras del mundo que más odio:* por motivos de competencia o por ser su nombre o uniforme el mismo que el de la barra que más odio.

-*Las autoridades:* aquellas que nos persiguen, en especial los policías.

## El cielo

En cada espacio mental hay un *cielo* que reúne los sueños de la comunidad, que contiene los sentimientos de mis antepasados y los míos, que agrupa la vida, el tiempo, el destino; el que da las leyes, la fuerza, mi costumbre; por quién yo respiro, por quién yo niego a los demás. Es la idea de Dios, la construcción inevitable a la que llegan todos los grupos humanos que perciben en el tiempo la fragilidad de su territorio sentimental; y en tanto construcción humana es un derecho humano tener Dios.

La fundición del espacio mental con el *cielo* es el fanatismo, de modo que usted permanece en el cielo. Por eso usted no necesita pensarlo dos veces cuando tiene la creencia. *El cielo de mi Dios no admite otro. Si él y yo somos tan diferentes, ¿cómo puede su Dios también habitar mi cielo?*

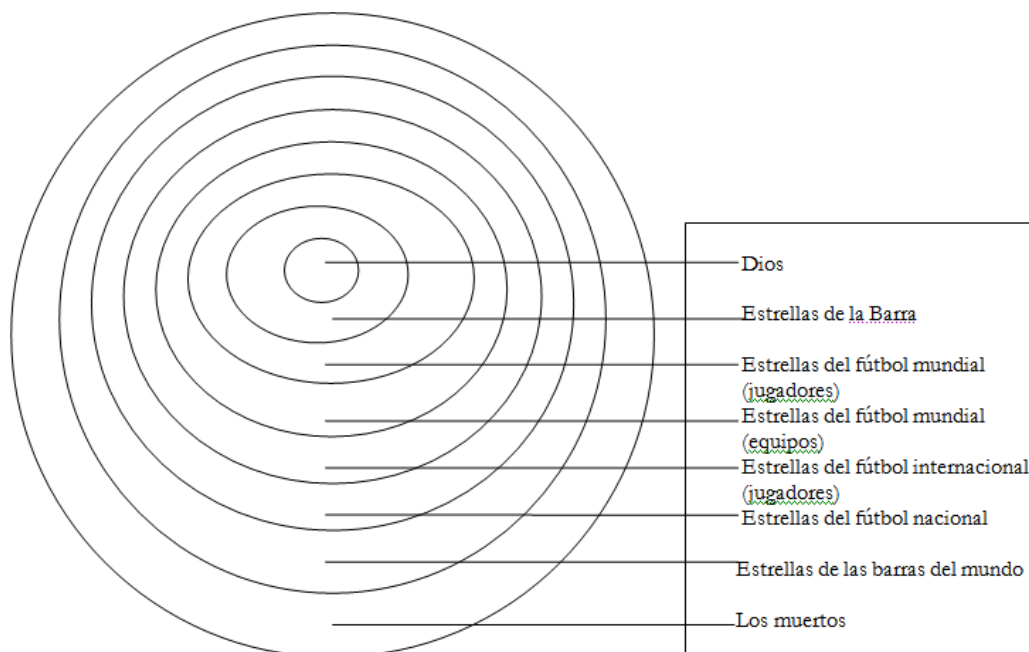
Imponer un Dios es extender la cultura, imponer la emoción. De ahí que la destrucción del otro sea la destrucción de un Dios o la destrucción de un Dios sea la destrucción de un pueblo (sinónimo de barra).

Interpreto la violencia como la intolerancia a la imagen que impide o dificulta el acceso a mi espacio mental: su presencia afecta el conjunto de mi espacio, y creo que eliminando su imagen externa puedo eliminar la interna, o al menos de esa forma dominarla para que al ser parte de mi historia sea parte de mi espacio mental, lo cual al tiempo me fortalece; y la violencia física resulta ser el medio más rápido de ejecutar este proceso, si no median aún aspectos simbólicos que encarnen la duda (Canetti, 1994; Bonilla, 1996; Costa, 1996)<sup>10</sup>.

---

<sup>10</sup> Un sector invisible incluye Elias Canetti (1994) en cada masa, ocupado por los que han muerto; y al respetar, recordar o cambiar mi historia los incluyo también.

**Figura 3.** El cielo



- *Dios*: la idea que de Dios tiene el hincha.
- *Estrellas de la barra*: allí se encuentran:
  - Campeonatos obtenidos por mi equipo: en Colombia, cada campeonato que se alcanza es indicado mediante una estrella que se añade al escudo del equipo<sup>11</sup>. Se suman también los campeonatos internacionales alcanzados.
  - Estrellas de mi equipo: los jugadores a quienes se les deben las estrellas por los campeonatos.
  - Personas que yo admiro de mi barra: los fundadores, los personajes de la historia, los dirigentes famosos y los que murieron por defender la barra.

<sup>11</sup> 'Son las estrellas que más brillan en el cielo', podía decir un hincha.

- *Estrellas del fútbol mundial (jugadores)*: aquellos que son reconocidos por las autoridades del fútbol mundial como los mejores jugadores de la historia del fútbol. (Pelé, Maradona y Di Stefano...).
- *Estrellas del fútbol mundial (equipos)*: aquellos que son reconocidos por las autoridades del fútbol mundial como los mejores equipos del mundo. Aquellos que han alcanzado más títulos de campeonatos mundiales. (Brasil, Alemania), y aquellos clubes que también han alcanzado muchos títulos (Real Madrid).
- *Estrellas del fútbol internacional (jugadores)*: aquellos que no han alcanzado la categoría de estrellas del fútbol mundial. Los mejores jugadores de cada país en cada época.
- *Estrellas del fútbol nacional*: los mejores jugadores y equipos de fútbol en la historia de Colombia: Carlos Valderrama, Willington Ortiz; Millonarios, América, Nacional, la Selección Colombia; y aquellos otros jugadores que también han sido estrellas pero que no alcanzan la categoría de aquellos (Higuaita, Efraín Sánchez, Fredy Rincón).
- *Estrellas de las barras del mundo*: aquellas barras reconocidas a nivel mundial por su "aguante"<sup>12</sup>.
- *Los muertos*: en general, de todas las barras.

---

<sup>12</sup> La expresión "aguantar" ha recorrido el continente de sur a norte desde la Argentina. Significa mantener constante el ritmo y el interés en las acciones -el canto, el movimiento- en todos los instantes de participación en la vida del grupo a pesar de una derrota, por ejemplo, o una campaña regular, o a pesar de haber consumido alcohol o drogas; y con la acepción de "valentía" en el caso de un enfrentamiento. La palabra tuvo extensión al habla de las poblaciones juveniles en Bogotá a finales del siglo XX para calificar a aquello que se sostenía ante el gusto propio. Si a usted le gustaba el perro caliente, un perro caliente para comida, "aguantaba"; si usted consideraba a alguien bonito o bonita -o bueno o buena-, esa persona "aguantaba", o idéntico si lo llamado a calificar era una película, una obra de teatro, una pintura, una canción, una casa (Ávila, 2003).



### **Notas:**

Dependiendo de los sucesos históricos hay una permanente movilidad de las imágenes de los jugadores, hinchas, barras o equipos, de un nivel a otro o dentro del mismo, en el espacio mental. Por ejemplo: un jugador que después de un tiempo pasa a ser una estrella nacional o internacional; igual con un equipo, con un territorio.

El tamaño de cada subdivisión o cada círculo depende del grado de conocimiento del hincha sobre cada una de las subdivisiones. Por ejemplo: saber con exactitud las alineaciones de los equipos rivales.

Hay subdivisiones que pueden no estar en el espacio mental de un hincha, o haberlas desplazado de nivel. Por ejemplo: los muertos rivales.

Cada uno de los elementos de las subdivisiones tiene su propia historia. Por ejemplo: las historias de cómo alcanzaron un campeonato.

Pero los círculos que conforman la tierra y el cielo del espacio mental de un integrante de una barra en relación con el fútbol, han sido también contruidos con base en la forma como se genera la emoción dentro del campo de juego, y se mantienen con base a una virtud (energía) y a una capacidad (aguante) que dice tener todo hincha bravo.

### **3. La emoción**

La palabra es un encuentro. Usted puede entender como infancia el período de aprendizaje de construcción de historias que en un juego u oficio son posibles. Es el acceso a las competencias: aparte de luchar por ser primero, también en el sentido de ser competente, admitir que los elementos van a ser suyos: llegan a través de los medios.

En el momento en que usted traslada las emociones a las palabras hace su historia. Las emociones sucesivas son generadas por la serie de actividades que ha puesto en marcha un sentimiento con el fin de alcanzar un sueño en un espacio cultural. Cada instancia del juego es un espacio cultural donde se reúnen sus conocimientos previos con aquello a lo que dirige su atención: usted no puede dirigirla a dos cosas al tiempo: en un partido usted sigue la jugada (el jugador, la pelota, el sector del campo, etc.), pero si examina la situación, ve pedazos.





La emoción es el choque de al menos dos formas de contar. El fútbol permite diferentes modos de contar, o el desarrollo de oficios: jugador, porrista, reportero, recogeboles, hincha. Ser un experto es describir con exactitud en sus procedimientos la geografía de su espacio mental, como los periodistas de varias de las emisoras que transmiten desde el estadio El Campín, quienes ubicados en la parte baja de la tribuna Lateral Norte se dedican exclusivamente a contabilizar los saques de esquina y de banda, y duermen o charlan hasta que de la cabina central les avisan del tiro.

Y si usted se aleja del juego, a su retorno debe enterarse de las variaciones en los elementos de la competencia. Si está lejos puede reconocer, aunque no la comparta en actos, la emoción de otros en un sitio; o inventar un lenguaje para tratar a quienes en su espacio no comparten sus gustos: cuando alguien, a miles de kilómetros de distancia de la afición de un grupo, escucha a sus integrantes hablar, y sin entender los califica con términos que para muchos que los desconocen pueden volverse comunes: desechable, gomelo, ñero.

Toda narración es y tiene un lenguaje: las mismas palabras o actos para una emoción equis. Cuando acción y sueño se encuentran en el arco, cuando se interceptan dos narraciones, la emoción crece. Imagine que el jugador se dirige al arco y sueña con hacer un gol. Su sueño es diferente, como lenguaje, a la acción de eludir y patear. Imagine al hincha en el estadio: tiene el sueño y presencia la jugada. Su narración va paralela a la del futbolista y se encuentran, como totalidades, bajo el arco. Ocurre el gol, las narraciones desembocan al tiempo, la misma emoción coge a la comunidad. Las boletas de más valor en un estadio ubican al espectador ni muy arriba ni a ras de piso y frente a la prolongación de la línea que divide el terreno.

Pero la emoción, cualquiera, por la distancia del balón a cada punto del estadio, no es idéntica en cada ser del público, la variación es mínima; y también difiere en conjunto de una tribuna a otra.

Piense en una falta aparatosa que el árbitro no pite, seguida de un disparo al arco. La segunda emoción arrastra a la primera, la protesta no alcanza a levantarse: acaso sí en un sector del público que la vio más cerca, cuando usted vuelve y mira que la pelota va en dirección del sueño (del gol). Aquí la narración del árbitro, a través de la señalización de la ley, interfiere o altera el curso de las otras narraciones. Además, si observa desde lo alto, usted puede no entender cómo una defensa no llega a un balón; ignora el desgaste físico o la fuerza o el viento; la emoción se corta cuando no resulta la idea.

En general, las estrategias que manejan los técnicos tienen como fundamento hacer que la pelota pertenezca en cada sector del espacio. Los comportamientos de los aficionados en las tribunas laterales son la evolución de la estrategia de apoyo al juego. Cantar, insultar, etc., persigue sobre el espacio el mismo objetivo que las disposiciones del técnico (la intensidad del canto que sube cuando es el equipo propio que se acerca a la portería rival), y que en el hincha genera el pensamiento del triunfo o el de la derrota. Imagine entonces que a pesar de ello el espacio resulte impenetrable para usted que canta.

Escuchar el fútbol por la radio es diferente. Al no haber imagen segura -aún a pesar de lo exhaustiva de la descripción y de tener miles de jugadas en la cabeza- resulta débil la mente cuando intenta elaborar la imagen que describen, pues sólo la voz del periodista y el sueño de quien oye desembocan.

#### **4-La energía**

Los parches que hay dentro de las secciones de las barras desarrollan lenguajes, códigos de comunicación, palabras o señales que tienen su origen en el diario compartir de gustos y disgustos, que rápidamente son adoptados, dependiendo de lo importante que el emisor se muestre -a nivel interno- para compartir, a nivel externo para ofender: el estilo en el trazo de las letras en los grafitis, la manera en que despectivamente hacen referencia a los integrantes de barras rivales (garzas, gallinas), estilos en el vestuario relacionadas con el uniforme del equipo (un tipo de camiseta, una manilla), modas que se vuelven parte de la cultura del hincha, pero estos elementos, modas y estilos no cumplen solo un papel de satisfacción personal, sino que se asumen como *energía* -o fuerza-, a la que también algunos y algunas integrantes de las barras denominan *vibra* (abreviatura de vibración); y como expresión (*buena energía* o *mala energía*) es usada para calificar la apatía o empatía en la interacción social con sus congéneres, y que es posible leer en el otro por medio de su vestuario, ánimo, gustos, costumbres y -en especial- su conversación, la manera en que alguien trata los temas, el pesimismo u optimismo que trasluce, que es considerado el reflejo de su espíritu, su clase de energía, que a la vez tiene el poder de *tocar* (inquietar la mente o afectar a quien se cruce con él).

La energía es como el aire del espacio mental, y el contenido de la verdad de sus creencias. Si el hincha no creyera en que su presencia y la reunión de sus amigos y amigas crean energía, no iría a su estadio a animar, como cuando usted deja de creer, por ejemplo, en Jesús, y ya no le ve un sentido

a ir a la iglesia. La energía, por ello, no se puede ver ni medir, pero sí sentir. El contenido de las letras de los cantos en la tribuna, en la medida en que sus personajes atraviesan el tiempo y el espacio, son una evidencia: "Todos los campeonatos que viviiii/ todos los estadios donde te seguiii...", cantos que son equiparables a las oraciones a un dios.

Este aspecto es la base de la práctica del amor por un equipo, la creencia de que la coordinación de los actos individuales repercute en la actuación del equipo, o que el *aguante* colectivo es una coraza para la actuación del conjunto en el campo, una energía que se transforma a partir de los cánticos en la tribuna y que tiene la capacidad de desplazarse hasta la otra energía que forman los jugadores al ser equipo, al estar en el campo. Esa energía ya está, nunca se pierde por completo, se empieza a reunir cuando los hinchas tornan a prepararse para el partido que viene, porque desde antes hay que jugar el partido.

La energía tiene que estar en un punto tan alto que el día del juego los jugadores sólo deberían preocuparse por repetir sus movimientos -pero sudando la camiseta: esforzándose hasta el límite de sus fuerzas-, y sumar a la suya la fuerza que ya está lista en la tribuna: para que la energía esté en un punto alto es necesario apropiarse de la energía de los hinchas rivales, o al menos neutralizarla, para que ella no pueda actuar cuando llegue el momento del enfrentamiento con balón, o para que su capacidad de aguante esté mermada por el temor y la falta de ánimo. Y gracias entonces a esa energía el equipo gana, o el equipo se recupera cuando ha sido derrotado: en ello le cabe una gran responsabilidad a la hinchada, de modo que el equipo es también de la hinchada; y los jugadores, uno por uno, están cobijados por la fuerza moral de ella (pues ellos dicen: 'hay moral', o 'la moral está muy alta'). Desde ese punto de vista la hinchada tiene autoridad para juzgar la campaña del equipo: no se requiere conocer de estrategia de fútbol.

La cuestión es clara: están los goles por encima de la estrategia: se sabe que muy allá, en el fondo, el técnico llega a ser responsable del marcador, pero la hinchada vive tranquila cuando no tiene que recordarlo. Basta un gol, un triunfo y la tribuna es feliz, o con menos ánimos si el equipo ha empatado o perdido. Toda esa energía puede ser acumulada para seguir reafirmando la posición del equipo, y al tiempo es la base del aguante.

## 5. Para finalizar: los estados mentales

Producto de la narración el aficionado vive estados mentales<sup>13</sup>, el del triunfo y la derrota, y los dos tampoco pueden ocupar el mismo lugar al mismo tiempo. Las emociones acercan o alejan de estos dos puntos y se ubican en forma de clasificación general en el sentimiento, y equilibran el ánimo personal con la posición del equipo en la tabla.

Triunfo y derrota son convenciones y son los pensamientos de la tribuna. Usted sabe cuál quiere y cómo llega o surge cada uno. Un sector del espacio es donde está la bola y por eso trata de influenciar. Es el intento por escribir la historia a la que cede su apoyo. A cada espacio lo carga, lo activa, y lo convierte en primordial de acuerdo con la historia que ocurra en él. El canto, la presión, el insulto, van dirigidos a que en el campo sucedan equivocaciones, que el jugador enemigo sienta eso en contra: el profesionalismo radica en jugar con la misma efectividad sin importar el lugar ni el público. Este mismo proceso vale para todos los hinchas. Cambian las manifestaciones externas porque la mayoría del público está con la atención puesta en un sector.

El miedo que se siente cuando el balón toca las áreas es el hilo de una historia que se temple e impulsa a los asistentes a levantarse, o en otros casos al chiflido, etc. La posibilidad de gol en todo momento resulta fundamental.

Por los lugares del campo va el tiempo llevado por la bola<sup>14</sup>: en ella convergen las emociones, y el caso único en que la pelota fuera del rectángulo tiene encima la malla es el puente al cielo. Ignorar que en el siguiente minuto pero tener la seguridad, más o menos, de cual va a ser su actuación, es la experiencia. Es un mundo real en el que trato de sobrevivir. Me enfrento a fuerzas que están constituidas más allá de mi historia, de mi educación, de mis valores tradicionales.

Es precisamente aquella incertidumbre del tiempo, ese trabajo de sortear aquello que se viene sin aviso, el que permite hacer la historia propia. Es la aventura, su espíritu. Como género en literatura, hace un siglo los hombres

---

<sup>13</sup> Y puede decirse que los estados mentales son los días y noches, o los climas, de los espacios mentales.

<sup>14</sup> Percibir la intensidad de su luz es una de las tareas o satisfacciones del comentarista. -¡Hombre!, hablar mucho de gente que tiene precio sirve para que lo aprecien o lo desprecien a uno.



atravesaban grandes distancias y culturas enfrentándose a muchos peligros por un botín. Como vida, siglo XXI en la ciudad, es factible concebirse de tal modo en una barra. Por ello las aventuras memorables de hoy no sólo ocurren en las ciudades del cine<sup>15</sup>.

## 6. Bibliografía

Ardila Mesa, Juan. (1989). *El alma colectiva. (Análisis cultural y comunicativo del fútbol)*. Tesis de Grado, Universidad Javeriana, Facultad de Comunicación, Bogotá.

Ávila, Samuel Asdrúbal. (2003). *El centro de la mirada*. Tesis de Maestría inédita. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá.

Baeza, Juan. (2007). *Crisis social en el futbol colombiano*. En <http://www.notasdefutbol.com/2007/04/06-crisis-social-en-el-futbol-colombiano>

Bale, John. (1998). *La hinchada virtual; el futuro paisaje del fútbol*. En <http://www.efdeportes.com>. Lecturas: Educación Física y Deportes. Año 3, Nº 10.

Bourdieu, Pierre. (1995). *Respuestas por una antropología reflexiva*. Editorial Grijalbo. Barcelona.

Canetti, Elias. *Masa y Poder*. (1994). Alianza Editorial. Madrid.

Duran, Javier. *El vandalismo en el fútbol*. (1996). Gymnos Editorial. Madrid.

---

<sup>15</sup> Quentin Tarantino y Pedro Almodóvar, directores de cine, dicen que cuando mutuamente ven sus respectivos films recuerdan algo de la historia del cine, recuerdan fragmentos, encuadres, modos, perfiles.



Levi-Strauss, Claude. (1994). *El pensamiento salvaje*. México. Fondo de Cultura Económica.

Morris, Hollman. (1998). *Operación Ballena Azul*. Bogotá. Círculo de Lectores.

Muñoz Molina, Antonio. (1991). *El jinete polaco*. Barcelona. Editorial Planeta.

Soja, Edward. (1989). *Postmodern Geographies: The Reassertion of Space in Critical Social Theory*. Verso Press. London.

Resnik, Salomon. (1991): *Espacio Mental. Siete lecciones en la Sorbona*. Tecnipublicaciones. Madrid.

Wahl, Alfred. (sf). *Historia del fútbol*. Ediciones B.S.A, 1997.