

**“DE LAS CALLES AL TECLADO” EL USO DE LAS REDES SOCIALES POR
BARRAS DE FÚTBOL. CASO: BARRA DE FÚTBOL HOLOCAUSTO DEL RÍMAC EN
LIMA, PERÚ.**

**“From the Streets to the Keyboard” The Use of Social Networks for Hooligans Football.
The Case of Holocausto Rímac’s Hooligan in Lima, Perú**

Recibido: 19 de Abril 2015

Aprobado: 12 de Mayo 2015

Gabriel Marroquín Gamarra
Pontificia Universidad Católica del Perú
Perú
gabriel.marroquingamarra@gmail.com



Egresado de Comunicaciones por la PUCP. Orientado a la investigación de los discursos re-creados desde la Cultura Popular Urbana en espacios físicos y virtuales, pues considero que la brecha existente entre grupos sociales es motivada constantemente por una falta de comprensión de la Otredad. Entiendo las comunicaciones como un marco referencial para los estudios interdisciplinarios por su amplitud para abarcar diversos temas. Mis áreas de interés son la opinión pública, el marketing, la estética y el fútbol. Mi experiencia laboral se ha dado en el diseño y ejecución de planes de comunicación para instituciones gubernamentales y empresas. He participado en grupos de estudios interculturales y en seminarios de investigación latinoamericana de comunicaciones y de marketing político. Asimismo, he llevado especializaciones en marketing y publicidad digital. Actualmente estoy trabajando mi tesis de licenciatura que explora la apropiación de la esfera pública por parte de la cultura popular urbana a través del consumo del diario más leído y comprado en el Perú.

Resumen

La violencia entre barras de fútbol se ha convertido en algo cotidiano en los países de nuestra región. Así, contribuye a su cotidianeidad el tratamiento que dan los medios de comunicación a las barras y a la violencia, tanto en contenidos informativos, como en formatos dirigidos al entretenimiento y en los cuales prima el estereotipo de grupos juveniles violentos e irracionales. ¿Quiénes integran estas comunidades sentimentales ligadas al fútbol? En su mayoría son jóvenes que habitan las zonas populares urbanas llamados barrios, villas, favelas, comunas, al fin y al cabo todos espacios que conforman las culturas populares latinoamericanas, en los cuales se comparten significados en común como: la pasión por el fútbol, la transgresión y rechazo a la cultura oficial o de élite, entre otros. Pero, así como los medios de comunicación se apropian de símbolos y discursos, estos colectivos ligados al fútbol se apropian de nuevos medios de comunicación, como la Internet y hacen uso de sus beneficios.

Actualmente, las redes sociales son utilizadas por los barristas como medios por los cuales se comunican y coordinan entre sí; pero, lo más relevante es que la Internet no solo cumple esas funciones, sino que permite a los líderes recrear sus discursos de poder. Nuestro objetivo general es analizar la adopción de nuevas plataformas tecnológicas por las barras de fútbol en sus procesos de comunicación, estudiando cómo éstas se vuelven un medio para potencializar la comunicación y sus discursos de estas comunidades sentimentales. Asimismo, es un objetivo permitir una aproximación a nuevos medios que pueden ser adaptados por diversas instituciones como una herramienta eficaz para desarrollar estrategias que incluyan elementos del entorno de estos jóvenes y así interactuar con ellos con políticas integradoras y no aisladas de sus contextos, con el fin de disminuir la amplia brecha de desigualdades entre los jóvenes que habitan estas zonas frente a jóvenes que utilizan la Internet como plataforma para participar en aspectos educativos y políticos de la sociedad civil.

Palabras Claves: Opinión pública, TICs, fútbol, violencia, discursos, redes virtuales.

Summary

Violence between fans of football has become commonplace in the countries of our region, so it is normal that the media portray violence in its content of the futbol's fans and not just in information content but even in targeted formats entertainment. Who makes up these sentimental communities? Most of them are young people living in urban popular areas (barrios, villas, favelas, comunas), spaces that make up the urban popular cultures of Latin America in which meanings and manifestations in common as they share: a passion for football, one trespass and rejection of official or elite culture. But as the media are appropriated symbols and speeches, these groups also continue to develop new media such as the Internet. Currently, social networks are used as a means by which the futbol's fans communicate and coordinate with each other, but more important is that the Internet not only fulfills these functions, it allows leaders to recreate speeches. Our overall objective is to analyze the adoption of soccer fans to new technology platforms in their communication processes, studying how they become a means of communication potentiate these sentimental communities. It is also an objective approach to enable new media can be adapted by different institutions as an effective tool for developing strategies that include elements of setting of these young people and thus interact with them with inclusive policies and not isolated from their contexts In order to reduce inequalities wide gap between young people living in these areas facing young people using the Internet as a platform to participate in educational and political aspects of civil society.

Keywords: Public opinion, Communication, ICT, football, violence, social networks

Introducción

Los efectos de las transformaciones que sufrió América Latina en las últimas décadas devinieron en el incremento de desigualdades entre niveles socioeconómicos, crisis políticas e incremento de la pobreza. Estos sucesos, entre otros, marcaron profundamente las características de las sociedades de América Latina contemporánea. En el caso de los jóvenes estos fenómenos influyeron y fomentaron el crecimiento de un descontento hacia “el mundo de los adultos” – *deslegitimada por los problemas sociales*-, provocándose un rechazo plasmado en diversos movimientos socioculturales como la música y la aparición de redes de jóvenes en pandillas barriales y barras de fútbol (Cabrera, 2004: 7); En este contexto, el sociólogo Jorge Thieroldt señala que el fútbol fue adoptado como un espacio para ejercer distintas representaciones de violencia, tanto física como simbólica por grupos de jóvenes, en su mayoría pobres, organizados en espacios físicos, y que compartían una lealtad futbolística determinada (2000).

Asimismo, con el pasar de los años, y con la difusión de las nuevas tecnologías se fueron produciendo beneficios y nuevas oportunidades basados en los avances tecnológicos, siendo la Internet, con sus herramientas y alcances, el eje de este progreso. Uno de sus mayores aportes es que permite la interacción entre sujetos, reformulando las nociones de espacio y tiempo; pero, quizás lo más importante es que esta herramienta se fue adaptando a las diversas necesidades y actividades del individuo, insertándose en ámbitos sociales, culturales, entre otros. De este fenómeno surge la noción de *sociedad de la información*, el cual se produce en un ambiente social caracterizado por la apropiación y utilización de la información a gran escala, por la circulación ilimitada y rápida de la información; Castells opta por denominar a este fenómeno como el surgimiento de una nueva cultura -*La cultura de Internet*-, ya que “es una construcción colectiva que trasciende a las preferencias individuales e influye en las actividades de las personas de dichas culturas” (2001). Ambas definiciones coinciden en que los individuos integran y usan la Internet en sus actividades cotidianas, otra característica es que el uso esta herramienta produce actos comunicativos, mediante el intercambio y transmisión de información y conocimiento entre sus usuarios.

Estas prácticas digitales de sociabilidad serán el motivo de estudio del presente artículo. En la primera parte desarrollo los efectos de la Internet como nuevo medio de comunicación entre redes de individuos, instituciones y comunidades, en una plataforma basada en las redes sociales.

Luego expondré la relación entre el fútbol y la sociedad, con el caso de los grupos juveniles vinculados sentimentalmente a un equipo de fútbol y que habitan las zonas populares de las ciudades de América Latina. Haré una descripción de cómo estas comunidades urbanas se apropian de espacios, primero físicos y luego virtuales como extensión, donde están generando constantemente comunicación en diferentes niveles, a nivel interno y también intergrupalo. Finalmente, a través de un caso en particular, analizaré los procesos comunicativos desde sus inicios de uso hasta la actualidad, aspecto que nos será útil para estudiar la forma en que adaptan las nuevas tecnologías de la comunicación a sus actividades cotidianas. Resulta tangible la oportunidad de aprovechar los nuevos canales de diálogo que genera la Internet para que instituciones del Estado implementen programas sociales integradores, los cuales permitan generarse desde el contexto y la realidad de los jóvenes; es decir, promover la educación y participación política en los adolescentes desde sus experiencias cotidianas. Quizás sea el fútbol, apropiándonos de la frase de Marshall McLuhan, el medio por el cual nos permitirá entablar mensajes, diálogos con los jóvenes que viven en las zonas marginales de las ciudades y más propensos a aprender actos delictivos.

*“En nuestra sociedad,
el poder es el poder de la comunicación”*

Manuel Castells

*“... (el fútbol) propicia un desafío al cuerpo humano
—contra el tiempo, o espacio y contra otros cuerpos—
que producen, eventualmente, la más profunda emoción estética”*

Alves de Souza

1. Marco teórico sobre la comunicación en la internet y las barras de fútbol

1.1 La comunicación en la internet

Actualmente se afirma de la masificación de ordenadores con acceso Internet a nivel mundial y aunque es un hecho válido lamentablemente esta no ha sido adecuadamente acompañada de una respectiva reflexión sobre lo que sucede en las diversas esferas de las sociedades cuando utilizan este medio de comunicación (Villanueva 2006: 11), pues la distribución de esta TI no ha sido acompañada de un programa de enseñanza en cómo aprovechar esta tecnología para lograr el progreso cultural, social, incluso económico de los individuos; lo que ocurre es que simplemente los gobiernos y organizaciones cumplen con difundir esta TI y son los individuos los que mediante su uso lo adaptan a sus necesidades, aspecto no negativo, pero que con una responsable distribución podría ser de mayor utilidad para el progreso personal y del colectivo. Siendo la Internet un medio de comunicación masiva y teniendo herramientas de fácil accesibilidad, permite su factible uso por los jóvenes de diferentes estratos socio-económicos que interactúan entre sí. Eduardo Villanueva indica “el ejercicio interpersonal está a la base tanto de la comunicación como de la socialización de todas las personas” (id., 15).

Las diversas formas de comunicación producidas en la red permiten aseverar que nos encontramos en una era digital y son estas interacciones las que amplían radicalmente el ámbito de la comunicación, es decir hablamos sobre comunidades virtuales. Este uso de espacios de interacción virtual ha provocado que la Internet sea un ente en el cual se basa una nueva forma de sociedad: la sociedad de red, y esto se plasma en las diversas comunidades que se crean basadas en intereses, necesidades, deseos personales y afinidades, y que en algunos casos han sido creadas desde la interacción física. Asimismo, Castells afirma, según estudios, que la Internet “es un instrumento que desarrolla pero no cambia los comportamientos, sino que los comportamientos se apropian de Internet, y por lo tanto, se amplifican y se potencian a partir de lo que son” (1999: 14), esto demostraría lo falso de afirmar que los avances de las TICs son las que influyen y cambian a los individuos. Pues la participación y uso de espacios virtuales como las comunidades se realiza de manera consciente y con libertad, la cual a veces se excede la sinceridad y conlleva a la creación de nuevas identidades, plasmando así, los individuos, lo que son y/o lo que quisieran ser y/o expresar.

Susana Finkelievich define a las comunidades virtuales como:

un conjunto de relaciones sociales unidas por un interés común o circunstancias compartidas; se entiende que la comunidad electrónica ayuda a las personas a crear varias clases de productos y bienes colectivos: capital social en la red (red de participantes), capital de conocimientos (forma en que se puede incrementar y difundir información y opiniones) y comunión (capital emocional, confianza, compromiso). (2000: 139)

Para la coordinadora y colaboradora del texto “Ciudadanos a la red” estas nuevas organizaciones no nacen en su totalidad en la Internet, sino que son extensiones de grupos ya existentes que aún mantienen encuentros personales y utilizan la red como medio de información y para “ampliar sus potencialidades” (2000: 142), como el mejorar su comunicación, el nivel de seguridad de la organización, ampliar sus redes. Las redes sociales, aparte de integrar mecanismos de comunicación tradicionales, permiten que miembros con aficiones y objetivos comunes se agrupen, comuniquen e intercambien información en el cual se interesan y además generan y difunden conocimiento. En el presente estudio nos centraremos en las interacciones que se crean en torno a un deporte masivo: el fútbol; deporte del cual se generan múltiples redes en torno a emociones, identidades, estéticas, estilos, discursos políticos, etc.

1.2 Las barras de fútbol y sus formas de interacción

El psicólogo Jorge Garzarelli, menciona que los deportes que atraen a gran cantidad de personas posibilitan la descarga emocional de innumerables conflictos producidos, por cuestiones internas y externas; estas fuentes de agresión se manifiestan en diferentes espacios en los que convivimos, uno de ellos son los estadios donde “el hecho de encontrarse dentro de una muchedumbre hace que los espectadores pierdan su sentido de responsabilidad” (2012). Desde una perspectiva individual, dos aspectos que vuelven agresiva a la barra son: el primero, el fanatismo, definido por el psicólogo “como un acontecimiento personal y grupal, volcándose en forma contradictoria, anhelos, deseos, idealizaciones, así también como esperanzas fallidas, frustraciones, etc., proyectadas tanto en el ídolo elegido, como en el equipo o el mismo club” (ib.), para este autor la representación del fanatismo se da en función de aspectos sentimentales y emocionales. El segundo aspecto es la agresividad, un rasgo innato en todas las especies animales, la cual, señala el psicólogo cubano, cuando es contra un *otro* hablamos de agresión;

cuando esta agresión se manifiesta en forma grupal o colectiva se denomina violencia (ib.); la cual tiene doble funcionalidad, a un nivel interno y otro externo, es decir para con los miembros, como para sus rivales y la sociedad civil, estos últimos representan el rechazo a la sociedad formal, las normas y esquemas de los adultos. El modelo a seguir resulta la imagen del líder, quienes simbólicamente son las cabezas de las masas juveniles. Él se caracteriza por tener un control y poder sobre los otros miembros; en muchos casos las decisiones que se toman no se consultan al colectivo, sino el representante del grupo decide por sobre todos y los demás aceptan y adoptan una conducta gregaria para beneficiar los objetivos del grupo, los cuales pueden ser: resaltar la imagen del grupo ante sus rivales y la sociedad, mantener cierto control sobre espacios territoriales, cumplir con su función, siendo esta ser violentos; pero estas acciones no solo son originadas por deseos colectivos, sino también produce beneficios individuales entre los integrantes del grupo, que resaltan sus acciones para sobresalir por los demás, como recordamos en estos grupos resulta un poco difícil sobresalir entre cientos de jóvenes para esto debe involucrarse más que los demás.

La dinámica de estos nuevos grupos era en un inicio competir con sus mismos pares por el control de la barra y el espacio en la tribuna. Esta competencia se basaba en la cantidad de integrantes que se “llevaban” a la tribuna, el poder que mantenían en su distrito frente al grupo opositor -el enemigo-, la violencia que demostraban frente a sus mismos pares y/o enemigos. Esta diferenciación se origina “por negación del otro, está la demostración de primacía de su signo y de la mayor autenticidad en el compromiso hacia el mismo” (Castro 1994: 193), es decir que en las mentes de los integrantes de los grupos está la idea de sobresalir más que su aliado para demostrar que él tiene mayor compromiso con el equipo, y esto lo plasma mediante los cánticos, la participación en las guerreadas, la cantidad de integrantes que lleva a sus reuniones, y al estadio.

Para el sociólogo peruano, Raúl Castro existen dos elementos básicos que se producen entre el nexo de barra y violencia:

Por un lado grupo humanos autodiferenciados, y por otro la necesidad teleológica de buscar supremacía. Ahora, los medios utilizados por el primero para llegar al segundo han dejado de ser los reglamentados, los de la ética cristiana o la constitución del estado. El simbolismo ya no se circunscribe a la competencia en el campo de juego (donde se define por goles), o de tribuna en tribuna (la barra que más alienta); hoy los

medios para definir la supremacía son mucho más terrenales: el uso instrumental de la violencia contra aquél que no hace venias (ib., 174).

La alta dosis de violencia que manifiestan las barras de fútbol es un fenómeno social que ha concitado el interés de la opinión pública. Conceptos que nos servirán para tener una mayor aproximación a estos grupos son: el territorio; puesto que los primeros colectivos se forman y organizan entre adolescentes vecinos que viven en la misma cuadra o barrio y suelen reunirse en un lugar específico, estos jóvenes se identifican con el barrio al que pertenecen y lo defienden de las incursiones que a su territorio realizan pandillas rivales de otros barrios; otra es la organización, ya que tienen puestos de jerarquía y designación de roles entre sus integrantes, entre los cuales opera una serie de reglas y normas donde se valora el honor, se condena la traición y se espera la solidaridad entre ellos. La violencia también es tangible en los nombres que toman las distintas barras de fútbol en Latinoamérica, podemos percatarnos que se autoperceben como los batallones locales de un ejército de hinchas, la experiencia de la violencia política es más que evidente. Es así que encontramos en Argentina: “*Los Borrachos del tablón*”, “*Los Diablos rojos*”, “*La Pandilla*”; en Bolivia “*Furia celeste*”, “*La Temible*”; en Brasil “*Guarda Popular*”, “*Mafia azul*”; en Chile “*Garra blanca*”, “*Los Marginales*”, entre muchos más. Igual sucede con los cánticos, lemas y relatos verbales producidos por las barras bravas de fútbol en los cuales se puede encontrar diversos relatos como lo son: el relato de la guerra, otra lectura es que estos nombres son muestras de un reclamo violento de protagonismo individual y grupal que maneja un grupo de jóvenes y adolescentes, por lo general excluidos de los mecanismos de integración social. Estos grupos suelen comunicarse oficialmente de forma oral, puesto que tienen reuniones pactadas en las que todos los miembros deben hacerse presentes. En los últimos años, con el desarrollo de las tecnologías y la masificación de nuevos aparatos tecnológicos, estos grupos se fueron apropiando de los nuevos espacios de la red, la cual con diversas herramientas les permite una mejor y nueva comunicación. Me parece importante resaltar que la violencia de las barras es un tema de interés tanto académico como social, es así que han surgido propuestas por parte del sector empresarial para eliminar a estos grupos y su violencia en la ciudad, a favor de reducir los costos a la sociedad por su existencia a través de propuestas como traspasar los clubes de fútbol de una asociación colectiva a una empresarial, pero sin tomar en consideración que la existencia de estos grupos, y por ende de su violencia,

son por diversos factores sociales y contextuales que van más allá del fútbol (véase Barras Bravas: Teoría económica y fútbol, de Ghersi).

2. Metodología, análisis y discusión de la integración de holocausto rímac a las redes sociales virtuales

2.1 Metodología

Esta investigación se enfoca en conocer las estructuras y dinámicas comunicativas de las barras de fútbol estudiando sus canales de comunicación (oral o escrita), y las representaciones y sus significantes para con sus pares, antagónicos y la sociedad en su totalidad. Estas tribus urbanas se caracterizan por mantener sus mecanismos de organización mediante el control hacia sus miembros y realizando acciones, experiencias, rituales que construyan significantes entre los miembros y les permite crear un sentido de pertenencia. Para esto desarrollan una representación social mediante el discurso de lo violento como eje de sus dinámicas, ya sean internas o externas.

La metodología cualitativa nos permitirá explorar cómo los individuos entienden que forman parte de una tribu, cómo se estructuran y organizan para lograr sus diversos objetivos, interesándonos en la producción de los mensajes y en los procesos subjetivos que influyen en estos, y se plasman en los discursos orales y simbólicos de los individuos, como en su conducta y comportamiento. La pregunta principal que nació con esta investigación fue tener una aproximación a *¿cómo se produce la comunicación dentro de las barras de fútbol en la Internet?*, luego se tejieron otras preguntas que servirían de base para desarrollar y dar respuesta a la pregunta general, como *¿cuáles son las conductas que estructuran la comunicación en las barras de fútbol en la cotidianeidad?*, *¿cuáles son sus canales de comunicación?* y *¿cómo logran comunicar y comunicarse a nivel interno y externo?*

Los objetivos específicos de este estudio son:

- a. tener una comprensión de los conocimientos y conductas de los barristas en la Internet, es decir, comprender la forma en que analizan su realidad, sus hábitos y creencias,
- b. estudiar los canales de comunicación que utilizan y la valoración que estos medios tienen,

c. reconocer los signos, símbolos y códigos que funcionan como significantes de una realidad y que los líderes de la barra de fútbol utilizan para producir y transmitir sus mensajes.

Este estudio se desarrolló a través de una investigación etnográfica en dos espacios de interacción distintos: uno, la interacción física que permite contextualizar espacialmente al sujeto y al colectivo en un tiempo de cuatro meses a través de la observación participante, de entrevistas a profundidad y asistiendo a reuniones y partidos de fútbol. Dos, analizando los contenidos digitales que genera la barra de fútbol en plataformas como el Facebook y YouTube. Me parece importante unir el contexto de la interacción física con la virtual, pues así los elementos de producción y consumo, el texto y la imagen, adquieren un significado que puede ser situado temporalmente; la etnografía virtual permite al investigador tener una mayor libertad de exploración en distintos espacios que podrían darse en un estudio de interacción real (Hine, 2004: 63). Estos elementos fueron útiles para construir y comparar las asociaciones del comportamiento urbano con su comportamiento en la red.

En esta investigación el uso de la fenomenología nos ayudará a describir las experiencias subjetivas de cada individuo seleccionado de la barra. Además este método sirve para poder crear un perfil de los individuos, que es uno de nuestros objetivos específico, esto se realizará mediante la recogida ordenada de datos con la observación participante no participante y tomando los testimonios a través de las entrevistas que realizaremos. La etnografía nos permitirá describir y analizar a los barristas de Holocausto Rímac. Asimismo, podremos descubrir el modo de vida de estos barristas, qué hacen diariamente y también encontraremos los elementos culturales de las actividades que realizan estos barristas. La teoría fundamentada nos va a ayudar en nuestra investigación para dilucidar el lenguaje simbólico que utilizan los barristas para su interacción. Además, se podrá generar nueva teoría a través de la investigación que divergen de las que se pronuncia la prensa. Nuestra población en el trabajo de campo, son los jóvenes entre 18 a 25 años pertenecientes a la barra “Holocausto” de los barrios del jirón Vidal y Jirón Paita del distrito del Rímac. El muestreo es seleccionado y contiene un diseño flexible.

2.2 Holocausto rímac: de las calles al teclado

Una barra de fútbol, tomando el concepto desarrollado por Benedict Anderson, por la cantidad de sus miembros, es una comunidad imaginada ya que no todos sus miembros se conocen, porque saben de sus límites territoriales y porque a pesar de las jerarquías y la desigualdad social, cultural y económica de sus miembros persiste una fraternidad entre sus miembros, tangible en sus cánticos, lemas y banderas, orientados a un compañerismo horizontal. La apropiación de espacios físicos es parte del control que las barras tienen en los barrios, otra función es el valor sentimental que generan sus miembros, puesto que es un espacio al que sienten que pertenecen y que les pertenece, también es un lugar en el cual se ven representados como miembros de un colectivo, y finalmente porque es un espacio de actuación, es decir donde a través de experiencias generan símbolos e identidad para el grupo e individual, tal como señala Maffesoli produciéndose siempre la desindividualización de los adolescentes y el uso de *máscaras* para sociabilizar en las neotribus. Una forma de limitar sus espacios se hace mediante la elaboración de graffitis los cuales también sirven como manifestaciones de una identidad que se busca proyectar compulsivamente en el entorno.

Fue a inicios del 2003 que la barra Holocausto del Rímac decidió ingresar al mundo digital desde una página Web con el mismo nombre, manejada por ciertos miembros ligados a los líderes y con cierto conocimiento técnico. La página Web tenía como contenido fotos de sus primeros años, de los microgrupos que la integraban y de objetos simbólicos relacionados al equipo de fútbol que siguen, como banderolas y graffitis hechos en diferentes espacios del distrito. Asimismo, producían mensajes públicos hacia sus miembros y hacia la sociedad civil. La página como tal solo producía comunicación en una sola dirección, la del programador a los visitantes; pero tenía un enlace hacia una plataforma que permitía el intercambio de mensajes denominado “libro de visitas” la cual funciona como un foro libre donde cualquier individuo podía postear algún comentario, incluso fotos. El uso de esta página no implicaba demasiado conocimiento técnico entre sus usuarios, es así que su uso se hizo muy común y popular. Es en esta primera experiencia digital en la que muchos jóvenes pueden obtener un medio para hacer manifiesta sus acciones en torno al equipo de fútbol, pues recordemos que sin la Internet las manifestaciones de los barristas que se daban en espacios físicos como la tribuna y en sus

barrios eran actividades de las cuales solo tenían conocimiento su entorno más cercano; mientras que con la aparición de estas plataformas digitales, los sujetos compartían fotos de sus grupos, de sus banderas, de sus graffitis, y llegaban a un grupo más amplio de receptores que sólo su entorno físico. Así se daban las nuevas prácticas de difusión de sus acciones y manifestaciones de lealtad hacia su equipo de fútbol. La Internet se volvía un nuevo medio de comunicación entre líderes y subordinados, y con sus rivales también. Esto permite identificar una primera experiencia de uso de la Internet por parte de la barra de fútbol, caracterizada por el control de la información por parte de los líderes quienes utilizaban estas plataformas de manera unidireccional, es decir sin interacción; y de la existencia de un equilibrio y orden argumentado en la estructura jerárquica, pues las páginas eran controladas por un determinado grupo de personas que tienen el conocimiento del uso y así se mantiene la estructura jerárquica del grupo en el espacio virtual tal como en el real.

Con la evolución de las comunicaciones a la llamada Web 2.0 y, además, el incremento del uso y difusión de conocimiento de las herramientas digitales emergentes se puede hablar de una segunda experiencia barra e Internet caracterizada por la interacción instantánea entre sujetos que ahora permitían las nuevas plataformas virtuales; esto se daba a inicios del 2010. Las barras de fútbol se adaptaban al uso de nuevas aplicaciones y dispositivos produciendo contenidos de texto e imagen más elaborados que antes. Ejemplos son: fotos de alta calidad y con técnica, videos de edición compleja y el diseño de imágenes-texto trabajadas en programas especiales de diseño. El objeto de estas aplicaciones por parte de la barra continuaba siendo lo mismo que ocurría en el espacio físico: el de exhibir su identidad y lealtad hacia el equipo de fútbol y mostrar a la barra siempre más violentos que sus rivales y pares, De la Puente es testigo de un fenómeno similar por 1993: la importancia que los barristas le daban a los medios de comunicación y su interacción con estos, lo cual describe como “vocación por el retrato y el video”. Así, la barra Holocausto Rímac comenzó a hacer uso de diversas aplicaciones para comunicarse con sus miembros y seguidores, como lo son el Facebook, Twitter, Youtube, y hasta una emisora digital. De estas redes sociales, la que tiene mayor participación e interacción es el Facebook, en el cual tiene unos 4653 seguidores, y donde se comparten fotos (tiene alrededor de 94 álbumes), videos (35), música y comunicados oficiales de la organización.

En los últimos años la barra vivió diversas disputas de poder entre los líderes que hicieron quebrar la organización, su estructura y sus ideales de cooperación entre sus miembros; así, fue prevaleciendo los lugares del cual provenían sus integrantes y los ingresos económicos que producían los liderazgos, desplazando así la función por la cual nació la barra, que era la manifestación del amor incondicional hacia el club de fútbol a través del aliento (canto) y de la creación de distintos objetos simbólicos (banderas, graffitis). Esta violencia interna fue combatida y controlada a través del diálogo impulsado por diversos grupos: desde los dirigentes del club, antiguos barristas e hinchas del común. Lográndose recuperar el equilibrio de la barra. La forma en que se produjo esta re-estructuración y orden fue a través de acciones en el espacio real (reuniones entre líderes) y con el apoyo del uso del espacio virtual. Este último, mediante la retransmisión de códigos y normas que hace años atrás se habían vuelto abstractas, se volvía información tangible a través del diseño y creación de materiales gráficos y audiovisuales de gran nivel estético que desplazaban la identidad de violencia, construida años atrás, por una identidad basada en la Institución y su historia (relevancia de los títulos ganados, partidos trascendentales, jugadores importantes). Es así que, con el avance del tiempo, si bien la Internet demandó un mayor conocimiento técnico para su uso, los usuarios, apropiándose de las nuevas tecnologías de la comunicación, fueron reformulando la identidad de la barra para abandonar la máscara de violencia que llevaban los barristas, y a través de una comunicación horizontal promover actividades que implicaban campañas sociales, eventos artísticos y culturales, siempre entre los seguidores del club. En este caso el uso de las tecnologías de la información y comunicación permitieron que esta comunidad incremente sus potencialidades. Desde las redes se puede extraer información, se dan a conocer (a su comunidad y a la sociedad en general) diversas actividades, informar sus objetivos, normas, formas de trabajo, ganar respaldo mediante la relación horizontal con sus miembros, generándose un sistema de democracia en su organización.

2.3 Discusión y conclusiones

La violencia es el eje de la construcción de discursos y la cotidianeidad; es decir la violencia se vuelve parte de esta cotidianeidad. Y funciona como medio para integrarse a la “realidad” de los individuos –algunos marginados–, en un contexto donde no ser violento te excluye del ambiente. Otro fenómeno resaltante es cómo la Internet, como nuevo canal de uso de contenido, de información, de experiencias e imágenes puede influenciar en transformar la comunicación vertical de la barra en una horizontal. Aunque esto se da según el tema, por ejemplo cuando hay una disputa de poder es notorio la comunicación emitida por un líder que la de un no líder. Esto es observable a través de los Comunicados Oficiales, los cuales contienen los discursos del líder. Decía Manuel Castells que “en nuestra sociedad, el poder es el poder de la comunicación”, esto probablemente sea algo que los líderes de las barras de fútbol han logrado conocer, pues para perpetuar su poder construyen discursos en torno a la violencia como parte de su cotidianeidad, integrándola a la “realidad” de los individuos pertenecientes a sus grupos; por esto es que se apropiaron de las plataformas digitales más utilizadas por los jóvenes.

La evolución de las prácticas de uso de la Internet y de sus herramientas ha modificado el proceso de comunicación de las barras de fútbol. De manera externa, las barras pueden difundir sus manifestaciones y actividades más allá de su entorno cercano. De manera interna estas nuevas plataformas les permite a estas comunidades sentimentales crear grupos privados para comunicarse entre integrantes del grupo, también les permite ampliar sus redes, logrando interactuar y coordinar con sus pares de espacios geográficos distintos al suyo, así pues, coordinan viajes a provincias y al extranjero y son recibidos por estas redes, sin necesidad de que se hallan conocido o interactuado en la vida real. Aunque tienen nuevos canales de comunicación, las barras aún mantienen interacción en la vida real a través de reuniones semanales donde coordinan actividades que no lo hacen por Internet, pues son conscientes también de la fragilidad en la seguridad de la información, mencionan en las entrevistas que “hay cosas que no se pueden escribir por Internet”. Un aspecto resaltante es que se puede afirmar que la información diseñada y emitida en estas plataformas digitales no es irrelevante, pues se puede generar contenido que inflencie en la vida real logrando cambiar hábitos,

actitudes y comportamientos que afectan al grupo y al equipo de fútbol como lo fue la violencia a nivel interno.

Finalmente, mencionaré que también existen propuestas que buscan mermar la violencia en las barras de fútbol a través de plataformas digitales, sin necesidad de querer extinguir a las barras de fútbol, que son una manifestación cultural, ni proponiendo volver empresa al club de fútbol. Por mencionar una, en Brasil se creó el portal www.identificarbrigoes.com.br el cual mostraba los rostros de individuos que participan en actos violentos dentro del estadio, esto con la finalidad de identificarlos, así cualquier usuario sin necesidad de mucho técnico y de manera anónima podía identificar a los agresores y fomentadores de la violencia.

Se puede concluir entonces que, primero, la existencia de una estructura y orden interno en la barra demuestra que los sujetos son capaces de establecer normas en sus conductas, dirigiendo sus acciones a lograr un bien común. Connotación de esta preposición es que puede lograrse generar un cambio en sus actitudes a partir de negociar beneficios, oportunidades, y como lo fue hacer notorio las pérdidas simbólicas para el grupo si se mantiene la práctica de la violencia. Segundo, no es suficiente contar con el conocimiento, es necesario adecuarlo, integrarlo al habitus (modos de percibir, pensar y actuar). Para esto es importante la capacitación que realicen municipalidades, gobiernos regionales, instituciones, etc. para integrar a nuestros adolescentes al sistema político como ciudadanos. A la vez, se deben definir estrategias que contribuyan a reducir estas brechas, incluyendo elementos que la sociedad requiera y adopte por sí misma, de acuerdo a su entorno; la reducción no depende de políticas aisladas, sino por el contrario de procesos en los que la población esté relacionada, y que su evolución y progreso esté en manos de la sociedad misma. Ése es el futuro no muy lejano que nos espera, donde la brecha digital será entre quienes sepan cómo aprovecharlo y quienes no lo sepan.

Bibliografía

ANDERSON, Benedict

2006 Comunidades Imaginadas. Fondo de Cultura Económica: México DF. pp. 63-160, 200-217.

CASTELLS, Manuel

1999 “Internet y la Sociedad Red”. Consulta: 01 de junio del 2012.

<http://www.scribd.com/doc/6893698/Castells-Manuel-Internet-y-la-Sociedad-Red>

CASTRO, Raúl

1992 “No pedimos ni damos tregua: barras de fútbol y violencia en el estadio”. En JUVENTUD: SOCIEDAD Y CULTURA, Panfichi y Valcárcel (editores). Lima: PUCP: Universidad del Pacífico: IEP, pp., 173-222.

DE LA PUENTE, Carlos

1933 Lo más grande del fútbol nacional. En “La cueva de Montesinos
Consulta: 24 de mayo del 2015.

<http://es.scribd.com/doc/93195274/Lo-mas-grande-del-futbol-nacional>

DOMINIQUE, Wolton

2006 “Comunicación en el seno de la modernidad”. En SOBREVIVIR A INTERNET: CONVERSACIONES CON OLIVER JAY. Barcelona: Gedisa, pp., 55-108.

FINQUELIEVICH, Susana (Coordinadora)

2000 ¡Ciudadanos a la red! Los vínculos sociales en el ciberespacio, BBAA: Ciccus - La Crujía

FUKUYAMA, Francis

2000 La gran ruptura. La naturaleza humana y reconstrucción del orden social.
Barcelona: ed. B

GHERSI, Enrique

2002 Barras Bravas: Teoría económica y fútbol. Santiago de Chile: VII Congreso Anual de la Asociación Latinoamericana y del Caribe de Derecho y Economía (ALACDE).

GONZALES, MONROY y KUPFREMAN

1999 “Dinámica de grupos: técnicas y tácticas”. México DF: Paz México.

HINE, Christine

2004 Etnografía Virtual. Barcelona: UOC

KLEIN, Josephine

1961 Estudio de los grupos”. México DF: FCE p. 17-26

LOZANO, Juan José

2009 Redes Sociales, una nueva forma de comunicación. Consulta: 24 de junio del 2015.
http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/SHI/Articulos/DetalledeArticulos_Servicios__Redes_Sociales/seccion=1228&idioma=es_ES&id=2009101611280001&activo=4.do

MATEUS, Geral y Viviana MAHECHA

2002 Hacia una interpretación etnográfica de una barra de fútbol. En publicación:
Folios, segunda época, no. 16. Departamento de Ciencias Sociales,
Universidad Pedagógica Nacional, Bogotá. Consulta: 12 de mayo del 2015
http://www.pedagogica.edu.co/storage/folios/articulos/fol16_06arti.pdf

REARDON, Kathleen

1991 La persuasión en la comunicación. Teoría y contexto. Barcelona: Paidós, pp., 25-36

SERRANO Arturo, y MARTINEZ, Evelio

2003 La brecha digital. Mitos y realidades. Baja California: Universidad Autónoma de Baja California, p. 17

THIEROLDT, Jorge

2004 Pandillas juveniles ¿límites cotidianos a la construcción de igualdades?”. Lima:
PUCP: Departamento de Ciencias Sociales. p. 42

VILLANUEVA, Eduardo

2006 Comunicación interpersonal en la era digital. Bogotá: Norma.

2006 Brecha Digital: Descartando un Término Equívoco. Número 51. Consulta: 15 de
junio del 2015

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n51/evillanueva.html>