

EL FÚTBOL COMO ENTE CREADOR DE NUEVAS CULTURAS Y SIMBOLISMOS  
A PARTIR DE LA TRANSFORMACIÓN DE LO PROFANO A LO SAGRADO

Daniel Santiago González Guerrero

TUTOR: Nancy Malaver

Universidad Santo Tomás

Programa Comunicación Social

Bogotá

2021

## **AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIA**

Agradezco a todas las personas que me apoyaron e hicieron parte en la realización de esta monografía, que sin ellos hubiera sido imposible llevar a cabo este proyecto, agradezco a mi tutora por estar siempre al tanto de todas las dificultades presentadas en el camino con el fin de llevar a buen puerto esta investigación. Por otra parte, le dedico este trabajo a mi familia por estar siempre a mi lado en los peores momentos vividos, en especial en este último año en donde tuve problemas emocionales y en donde me motivaron a la culminación de esta investigación, a mi mamá por ser esa persona incondicional en mi vida, por ser mi compañera en esta aventura, que desde un principio me impulsó a hacer un proyecto basado en algo que me apasionara, por ser el pilar de mi vida y en especial le dedico este trabajo a mi papá, por ser esa persona que me ayudó en todo momento en la elaboración de esta investigación, por ser ese amigo incondicional que me inculcó este amor que siento hacia este deporte, que me enseñó todo lo que sé sobre el fútbol y que me ayudo en mi formación como profesional y persona, quiero dejar plasmado en estas palabras que donde quiera que él esté, que este trabajo fue realizado en honor a su memoria.

## TABLA DE CONTENIDO

|                                                      |    |
|------------------------------------------------------|----|
| 1. RESUMEN .....                                     | 5  |
| Palabras clave .....                                 | 5  |
| 2. DELIMITACIÓN DEL EJERCICIO DE INVESTIGACIÓN ..... | 5  |
| 2.1 Problema .....                                   | 5  |
| 2.2 Justificación .....                              | 12 |
| 2.3 Objetivos .....                                  | 13 |
| 2.3.1 Objetivo general .....                         | 13 |
| 2.3.2 Objetivos específicos .....                    | 13 |
| 3. MARCO REFERENCIAL .....                           | 14 |
| 4. MARCO METODOLÓGICO .....                          | 18 |
| Base de datos .....                                  | 19 |
| Encuesta .....                                       | 20 |
| Observación participante .....                       | 20 |
| Observación no participante .....                    | 21 |
| Entrevista semiestructurada .....                    | 21 |
| 4.1 Análisis de la información .....                 | 22 |
| Simbolismos socioculturales .....                    | 22 |
| Camiseta .....                                       | 25 |
| Escudo .....                                         | 28 |
| Colores .....                                        | 31 |
| Banderas .....                                       | 32 |
| Murales .....                                        | 36 |
| Estadios .....                                       | 41 |
| Rituales futbolísticos .....                         | 45 |
| Ritual de las camisetas .....                        | 51 |
| Rituales religiosos .....                            | 52 |
| La Oración .....                                     | 53 |
| Ritual de la ropa .....                              | 54 |
| Ritual de la compañía .....                          | 55 |
| Oración a Diego .....                                | 55 |
| Ritual del lugar .....                               | 56 |
| Ritual del estadio .....                             | 57 |

|                                         |    |
|-----------------------------------------|----|
| Ritual de los cánticos .....            | 58 |
| Identidad Cultural .....                | 58 |
| 4.2 Resultados.....                     | 66 |
| 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES ..... | 75 |
| 6. BIBLIOGRAFÍA .....                   | 83 |
| 7. ANEXOS .....                         | 88 |

## **1. RESUMEN**

En esta investigación se plantea que el fútbol es más que un simple deporte a partir de la transformación de lo profano a lo sagrado, a partir de la creación de distintas culturas y simbolismos que son impulsados por las pasiones sentidas por los aficionados al fútbol, por otra parte, estos simbolismos son generadores de identidad, una identidad única e irrepetible, que se forma a partir de las pequeñas diferencias que existen entre los distintos equipos. Estos temas se abordarán de la mano con distintas categorías que aportaran un fortalecimiento académico a la afirmación planteada, esta investigación tiene como fin el evidenciar las distintas cosas que se pueden esconder detrás del fútbol y como este se va adaptando a los distintos contextos socioculturales en donde se vive.

**Palabras clave:** Fútbol, cultura, religión, sociedad, narrativas.

## **2. DELIMITACIÓN DEL EJERCICIO DE INVESTIGACIÓN**

### **2.1 Problema:**

Históricamente el fútbol ha sido objeto de diversas miradas, entre ellas, como una práctica deportiva, que es un juego, el cual tiene unas reglas determinadas, las cuales permiten su realización de manera armónica; por otra parte, ha sido conocido ideológicamente como el opio del pueblo que genera desconfianza a muchos intelectuales, ya que consideran esta práctica como una cortina de humo usada por los grandes dirigentes políticos para ocultar las realidades mundiales. “Hay que lograr que el fútbol no siga siendo el opio de los pueblos, que desvía a la gente de sus problemas reales”. (Giordano, 2017); por su parte (Borges, 1978) planteaba que “El fútbol es popular porque la estupidez es

popular, mientras dure el Campeonato Mundial de Fútbol me iré a cualquier parte donde no se hable de fútbol. El Mundial será una calamidad que por suerte pasará”

Es de anotar que en estos términos; en 1978 Argentina fue sede de la copa mundial, en ese año el país estaba bajo la dictadura de Videla, quien tomó el mundial como una oportunidad para cubrir las implicaciones de la dictadura y sus desastres en el marco social, económico y político que impactaban la vida cotidiana de los argentinos. Durante este torneo se destruyeron barrios pobres y se construyó un muro donde se pintaron fachadas de casas para esconder las inequidades sociales; los militares argentinos tenían una misión llamada “barrido” que consistía en allanar pisos y hacer desaparecer gente que pudiera comunicar a los periodistas extranjeros lo que se vivía en el país gaucha, a partir de estos hechos comenzaron a crearse varias fosas comunes, para esconder todos los cuerpos de las personas asesinadas durante esta dictadura. Todas estas acciones quedaron opacadas por el triunfo de la Albiceleste, la gente se puso eufórica con la consagración de su selección, olvidando la realidad social que vivían en ese entonces, fue una explosión de histeria, los radicales se abrazaban con los peronistas y solo se ondeaba una bandera, la bandera de Argentina. (Kuper S. , 1994).

De igual manera, en el año 1985 Colombia estaba sumergida en violencia, el 6 de noviembre de ese año ocurrió la toma al palacio de justicia, este hecho fue uno de los más violentos que ha sacudido al país, cuando comenzó el ataque los medios tradicionales de comunicación colombianos recibieron la orden de no transmitir nada de los acontecimientos en el palacio de justicia, “les ordenaron que pasaran partidos de fútbol de los mundiales anteriores, con el fin de adormecer la conciencia del pueblo, para hacerles creer que nada estaba ocurriendo” (Bidegain, 2020). Esta orden la dieron directamente del

Ministerio de las Comunicaciones que era dirigido por ese entonces por Noemí Sanín, política del partido conservador. La Ministra de Comunicación se comunicó por teléfono y por télex con los diferentes responsables de las grandes cadenas radiales y noticieros televisivos, les hizo presente la prohibición legal de transmitir cualquier operativo militar realizado en el palacio, y les notificó que no podían transmitir los comunicados de los subversivos, solo tenían permitido transmitir partidos de fútbol.

El periodista Juan Gosain recibió el 6 de noviembre una llamada de la Ministra, que le pedía que saliera del aire, puesto que ya se le estaba realizando mucho daño al país y que estaba violando la ley, Jamid Amat también recibió una llamada por parte de la Ministra, esta le ordenó que saliera del aire, lo amenazó con enviar al ejército para que se tomara la emisora y cerrar ellos mismos los micrófonos; ese día los medios de comunicación fueron silenciados y obligados a transmitir partidos de fútbol, tiempo después la ministra le dijo que esa había sido “la única manera de salvar la democracia” (Gallego, 2010).

El fútbol puede considerarse como el opio del pueblo, como algo que es utilizado para manipular a las masas, pero más allá de eso, este deporte se ha convertido en un productor de cultura y simbolismos, ya que sus hinchas han creado unas estructuras culturales capaces de generar nuevas ideologías, que estructuran unas formas de identidad de las hinchadas, para configurar relaciones estrechas entre lo individual y lo colectivo, puesto que con o sin partidos de fútbol la identidad que se crea a partir de los equipos no se puede cambiar, los hinchas siempre estarán reunidos para cantar, hacer nuevas banderas u otro tipo de actividad que sirva para alimentar esa cultura, pasión e identidad que sienten por su equipo. El fútbol es uno solo a nivel mundial, es la única religión que no tiene ateos como lo

plantea (Galeano, 1995); todos los amantes del fútbol son iguales, que se unen siempre por una misma pasión; la pasión se entiende como un sentimiento muy intenso, que llega a ser irracional, puesto que, el ser humano al sentir pasión por algo se desborda de sentimientos dejándose llevar por las emociones, por otra parte, la pasión es algo fugaz y repentino, no tiene relación alguna con la razón (Vargas J. A., 2008). Los futboleros sienten una gran pasión por su equipo, muchos hinchas prefieren dejar de comer para poder ir al estadio a ver a su equipo, el amor por su equipo es algo irracional, algo que no puede estar en tela de juicio, es un sentimiento tan grande que no tiene una clara descripción “Mi gusto por el fútbol se deriva de un símil de la vida, pues en este bello deporte existe arte, ciencia y el factor social solidario del sentimiento de equipo, es decir, se parece mucho a la vida en las diferentes facetas de nuestro existir”. (Todd, 2014)

Para (Nussbaum, 2006) “las emociones suponen siempre la combinación del pensamiento sobre un objeto y el pensamiento sobre la relevancia de este para el bienestar del agente. De manera que las creencias involucradas en ellas son elementos constitutivos de su identidad”.

En Argentina el fútbol es considerado como algo indispensable, algo tan necesario que nunca puede faltar, tienen que estar viendo o jugando fútbol constantemente, nunca pueden prescindir de él, este deporte tiene un impacto social muy fuerte; para los argentinos el fútbol es un estilo de vida, el equipo al que se alienta se convierte en el amor de su vida, en un amor irracional que te hace sufrir, llorar etc.... pero que a su vez te brinda una felicidad inimaginable, esas que solo es capaz de brindarte tu equipo (Horby, 2008).

Muchas veces el argentino es considerado como un “loco” por el fútbol, puesto que vive su pasión a otro nivel, en el mundial de Brasil 2014 un cántico creado por la hinchada argentina se convirtió en algo masivo y representativo para todo el pueblo argentino, puesto que, fue utilizada como estandarte cultural durante este torneo, esta canción tuvo gran impacto a partir de la masiva participación de las personas en redes sociales, esto evidenció la estrecha relación que hay entre la música y el fútbol, puesto que la música, los instrumentos y el canto se volvieron fundamentales para las distintas hinchadas, ya que son herramientas para engrandecer la cultura y los simbolismos de los distintos equipos y selecciones de fútbol; los hinchas utilizan temas musicales populares para animar a los jugadores, cambian la letra de las canciones volviéndolas alusivas a los distintos equipos. (Alabaceres A. , 2015). La cultura futbolística argentina ha llegado a un punto muy alto, transformando por completo lo profano del fútbol en algo sagrado, a partir de esto, en Argentina se creó una religión, con el objetivo de venerar a un jugador de fútbol nacido en este país.

Maradona fue considerado como una deidad viviente que los argentinos crearon para adorarse en ella, el astro argentino fue el vengador de un país que fue humillado en una guerra y de una ciudad marginada que vivía a las sombras de las otras grandes ciudades italianas; su única arma fue un balón de fútbol que se convirtió en su aliado en sus distintas proezas que lo encaminaron a convertirse en el mesías de estos dos pueblos. Diego se convirtió en una bandera, en un estandarte, en un héroe y referente para su país, en la época de los 80 y 90 argentina vivía en un contexto político en decadencia, donde sus instituciones eran débiles, ambiguas y contradictorias (Alabaceres P. , 2005). Maradona se convirtió en figura identificatoria de toda una nación. Deseos, aspiraciones y frustraciones

recayeron en el ídolo argentino. Su condición de estrella deportiva y su historia de joven humilde fueron las bases para resignificarlo como mito nacional. En este contexto se creó la iglesia maradoniana en honor a Diego Armando Maradona, para alabar todas las proezas que este hizo como jugador de fútbol.

Esta iglesia está ubicada en el barrio 'La Tablada' en Rosario; es producto de la afición de dos amigos, Hernán Amez y Alejandro Verón. Esta iglesia fue tomando forma desde el 30 de octubre de 2001, cuando 120 hinchas maradonianos se reunieron para compartir una cena. Hoy en día la iglesia tiene alrededor de 40.000 fieles que se unieron a la idea de venerar a Diego; en esta iglesia como en cualquier otra se celebran bautizos, matrimonios, nochebuena, entre otros. Su expansión ha llegado a convertirse en casi una franquicia, donde empezó a sumar sedes en Italia, España, Perú, Brasil, Paraguay y muchos países más.

Por otra parte, Colombia ha apropiado las distintas formas culturales que ha generado el fútbol, a partir de esto, los colombianos adaptan el fútbol como una tradición, que viene desde hace muchos años y que va siendo pasada de generación en generación, las familias amantes del fútbol han creado la tradición de ir domingo a domingo al estadio a ver al equipo por el que simpatizan.

Los sentimientos de los hinchas colombianos van de la mano con la construcción de su identidad con un equipo de fútbol, cuanto más global es el hombre más necesidad tiene de crear una identidad y el fútbol es un aliado a esta búsqueda, esta identidad que tienen todos los equipos se va forjando partido a partido, en el triunfo y en la derrota, puesto que los equipos crean una identidad con las camisetas, con los símbolos, los mitos, estableciendo así héroes e ídolos para toda su afición, cuando un aficionado acepta todos estos símbolos

automáticamente se convierte en parte fundamental de esta sociedad llamada hinchada (Solano, 2019).

Muchas familias colombianas aún conservan la tradición de ir a los estadios a ver fútbol, esta afición se ha convertido en una cultura que ha generado distintas narrativas socioculturales. Antes de ir rumbo al estadio, familias enteras se reúnen para hacer una oración a los distintos dioses, para que su equipo gane, para que jueguen bien y para que en ese torneo puedan luchar por salir campeones, otros hacen rosarios para el bien de su equipo, hay quienes le prometen a los dioses una penitencia para que este les ayude a conseguir una victoria; los simpatizantes de los equipos se reúnen en distintos ambientes para cantar y alentar a su equipo; lo fascinante de esto es que muchas veces lo hacen cuando el fútbol está en su temporada de vacaciones, para los hinchas el fútbol no se detiene, siempre están pensando en cómo innovar para alentar de la mejor manera a su equipo, cuando la temporada de vacaciones pasa, los aficionados horas antes del partido comienzan con sus rituales futbolísticos, muchos hinchas van hasta el hotel donde se hospeda el equipo y lo acompañan en caravana hasta el estadio, otros se reúnen por barras para alistar las banderas y los diferentes tifos<sup>1</sup> para que todo salga perfecto durante el partido, otros comen algo en los restaurantes alrededor del estadio, otros siempre usan una prenda como amuleto de la buena suerte.

Todos estos rituales que los hinchas realizan es la evidencia de cómo lo profano del fútbol se puede transformar en algo sagrado, a partir de la identidad, la fidelidad y el amor que sienten las personas por su club, puesto que, de a poco se va creando una relación

---

<sup>1</sup> Tifo es una palabra italiana para designar a la hinchada de un equipo (Los Tifosi). En algunos países como Colombia se utiliza como denominación para un mosaico creado por los aficionados y desplegado en las gradas de un estadio.

indestructible entre un equipo y los hinchas, convirtiéndose así en algo fundamental para la vida de los aficionados.

El hábitat de los hinchas es el estadio, en este se ve el nerviosismo de las personas cuando el encuentro es muy importante, se ve la alegría y se entiende el estadio como un lugar de escape a la realidad social que viven las personas en el país, los amantes al fútbol esperan con ansias la llegada del fin de semana para poder ver a su equipo, creando una catarsis que los aleja de la realidad en la que viven, sienten que por dos horas pueden dejar de pensar en las distintas problemáticas que tienen en su vida, ven el estadio como un templo en el cual pueden desahogarse, donde nadie los juzga y no existe la lucha de las clases sociales (Vargas D. A., 2016); a partir de lo anteriormente mencionado me pregunto ¿Cómo la iglesia maradoniana y las barras de Independiente Santa Fe desde sus dinámicas deportivas reconfiguran la cultura?

## **2.2 Justificación:**

En el marco de esta investigación es importante reflexionar desde una perspectiva interdisciplinaria sobre la relación entre comunicación, desarrollo y cambio social para percibir, las disrupciones sociales y en la reconfiguración de la cultura. Por otra parte, comprender el fenómeno cultural que se crea a partir del fútbol, para el reconocimiento de las transformaciones culturales que se generan desde la relación entre lo sagrado y lo profano, para (Huizinga, 1938) el juego es “acción u ocupación libre, que se desarrolla dentro de unos límites temporales y espaciales determinados, según reglas absolutamente obligatorias, aunque libremente aceptadas, acción que tiene su fin en sí misma y va acompañada de un sentimiento de tensión y alegría y de la conciencia de ser de otro modo en la vida corriente” por consiguiente, esta monografía le aporta a la comunicación una

nueva visión acerca del fútbol, para la comprensión de este fenómeno como catarsis y manejo de masas, para (Canetti, Masa y Poder, 1981) hay cosas que la sociedad así quiera cambiar no puede, puesto que, están impregnadas en ella convirtiéndose así en algo que va ligado con las costumbres, que van impresos en nuestros genes; por otra parte, de cómo este se va transformando desde algo profano en algo indispensable para los hinchas, se entiende lo profano desde el punto de vista de que el fútbol es un juego, en donde las camisetas, los colores, las banderas y los demás estandartes alusivos a los equipos son algo banal, pero para los hinchas estos estandartes son algo sagrado, puesto que, han transformado esta práctica deportiva en algo divino, a partir de las diferentes lecturas de los mensajes masivos y los distintos fenómenos culturales, a tal punto de basar su identidad en los distintos pensamientos e ideologías que tienen los equipos, convirtiéndose así en parte fundamental en su diario vivir.

## **2.3 Objetivos**

**2.3.1 Objetivo general:** Analizar la reconfiguración de la cultura desde las dinámicas deportivas creadas por iglesia maradoniana y las barras de Independiente Santa Fe

### **2.3.2 Objetivos específicos:**

- Identificar los simbolismos socioculturales en la Iglesia Maradoniana y en las barras de Independiente Santa Fe.
- Describir los rituales futbolísticos en las barras de Independiente Santa Fe y la Iglesia Maradoniana.
- Interpretar la construcción de la identidad cultural desde la relación entre la Iglesia Maradoniana y las barras de Independiente Santa Fe.

### 3. MARCO REFERENCIAL

La presente investigación tiene como enfoque los estudios culturales, entendidos como la lectura de los diferentes mensajes masivos y otros productos culturales, para (Wolf, 1987) “los estudios culturales abordan un estudio de la comunicación tomando los productos culturales dentro de los complejos sistemas que forman las sociedades y examinando los significados y valores que emergen de ellos y se difunden en la sociedad”. Para (Mattelart, 2004) los estudios culturales tienen como objetivo definir el estudio de la cultura propia de la sociedad contemporánea como un terreno de análisis conceptualmente importante. Por otra parte, es evidente que los estudios culturales combinan la teoría social, la antropología y los distintos fenómenos culturales en las diversas sociedades.

El fútbol es mucho más que una práctica deportiva, este deporte tiene diversos matices en su interior, que ayudan a la formación de la identidad de sus partidarios, convirtiéndolo así en un estilo de vida, que ayudará a la formación de sus pensamientos e ideologías, La identidad es una realización de un modo de vida con significado dentro de un marco cultural y de relación de sí mismo que expresa una valoración de elegir el mejor modo de ser y de vivir (Taylor, 1985). El fútbol siempre va a ser un aliado para las personas para encontrarse a sí mismo, con el fin de sentirse parte de algo que los lleve a encontrar una identidad propia, la identidad del yo es un intento del individuo por construir reflexivamente una narrativa personal que le permita comprenderse a sí mismo y tener control sobre su vida y futuro en condiciones de incertidumbre (Giddens, 2002).

Por otra parte, para nadie es un secreto que el fútbol tiene gamas socioculturales, que conllevan a una construcción identitaria, la ciudad, el lenguaje, el género, la cultura, el estrato, que se evidencia en los distintos partidos de fútbol, las ideologías de los equipos y

las distintas historias que narran y dan como consecuencia las identidades de sus fanáticos, cada club de fútbol maneja una identidad única e irrepetible, esta identidad es formada a partir de sus valores y pensamientos que fueron generados con el pasar de los años de la mano con las acciones que el club realizaba a nivel social en el país, “el concepto de identidad no puede verse separado de la noción de cultura, ya que las identidades sólo pueden formarse a partir de las diferentes culturas y subculturas a las que se pertenece o en las que se participa” (Gimenez, 2004).

La cultura en el fútbol se da a través de la identidad que adaptan los hinchas a partir de lo vivido en el mundo futbolístico, se comprende que dentro de la cultura hay pequeñas cosas que la ayudan a completar su formación de nueva sociedad, la cultura o civilización, es ese todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, las costumbres, y capacidades adquiridas por el hombre en cuanto miembro de una sociedad (Tylor, 1981). Con la creación de nuevas culturas, se da el nacimiento de nuevas necesidades de transformación social, puesto que este es el camino que deben seguir para ser tenidas en cuenta como única en su especie, cultura es el conjunto de intervenciones realizadas por el estado, las instituciones civiles, y los grupos comunitarios organizados a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales y obtener consenso para un tipo de orden o transformación social (Canclini, 1990) . Como nuevas culturas tienen que poseer distintos pensamientos e ideologías que los diferencien de los demás, el ser único abarca el nacimiento de nuevos simbolismos como bandera de una nueva cultura, que ayudarán a completar la identidad de sus fieles; cultura es un sistema de símbolos que obra para establecer vigorosos, penetrantes y duraderos estados anímicos y motivaciones en los hombres (Geertz, La interpretación de las culturas, 1973).

Los símbolos son parte fundamental en el nacimiento y establecimiento de nuevas culturas e identidades, estos ayudan a ser estandartes representativos de las distintas hinchadas de los equipos de fútbol, “el símbolo es una cosa de la que, por general consenso, se piensa que tipifica naturalmente, o representa o recuerda algo, ya sea por la posesión de cualidades análogas, ya por la asociación de hecho o de pensamiento” (Turner V. , 1999). Los simbolismos son expresados de distintas formas en el mundo del fútbol, pueden ser cánticos, banderas, un modo de vestir, son tan identificativos que a partir de estos se crean un sinnúmero de rituales, “el ritual es una conducta normal prescrita en ocasiones no dominadas por la rutina tecnológica y relacionada con la creencia en seres o fuerzas místicas” (Turner V. , 1999).

A partir de las creencias en seres y fuerzas místicas el fútbol se convierte en una religión, con sus propios pensamientos e ideologías, muchos aficionados pertenecientes a cualquier tipo de religión vinculan estos dos temas, al punto de rezar y hacer distintos rituales en pro del beneficio de su equipo de fútbol; dentro de las religiones se encuentra todo lo sagrado, lo que muchas veces se escapa del entendimiento del hombre, lo profano puede transformarse en algo sagrado, a partir de las distintas ideologías y la importancia que se le dé, una camiseta, banderas, colores, entre otras cosas se transforman en algo sagrado para los hinchas, puesto que, son herramientas que ayudan a la identificación de las identidades creadas a partir del fútbol, la religión gira siempre en torno a lo sagrado, sin lo sagrado no existiría la religión, puesto que es el punto que une la divinidad con los mortales (Eliade, 1956). Por otra parte, la religión es utilizada por los simpatizantes como fórmula de escape a las cosas que no tienen una respuesta clara, la religión es empleada para responder

preguntas que no tienen respuestas para los hombres y los diferentes ritos son la vía de comunicación con lo que está más allá de su manifestación (Eliade M. , 1968).

Cada cultura tiene su identidad, que dentro de ella tienen distintos simbolismos categorizados por rituales que van de la mano con el tema religioso, cada nueva sociedad tiene algo que compartir con el mundo, sus ideas y pensamientos quieren ser sacados a la luz, con el fin de ser reconocidas como algo diferente y fuera de lo normal, como consecuencia de esto se generan diferentes alternativas de comunicación en donde sus estandartes simbólicos son su forma de expresión; los signos son por naturaleza inestables, su significado no es fijo, el discurso de los medios masivos de comunicación hace uso de códigos naturalizados para limitar el proceso de significación, códigos que funcionan como mapas de significado en una cultura o comunidad determinada (Hall, Estudios culturales, 1983). Quieren dejar un claro mensaje a la persona que sea receptora de este, la comunicación es influenciada por las instituciones que toman la comunicación en cada formación y el uso sociales de los productos comunicativos.

Cabe recalcar que la comunicación se la percibe desde lo cultural puesto que en allí donde se estructuran la sociedad (Barbero, 2005). Es importante tener claro que hay muchos medios para comunicar cosas, no solo las palabras o los cánticos utilizados por los hinchas son un medio para transmitir algo, sus banderas, sus colores, sus logos, son herramientas dialógicas que ayudan a la construcción de un mensaje claro para el receptor, la comunicación es una de las fuentes de conocimiento; pero no la única. Cada cual obtiene información cuando observa el entorno y lo que en él ocurre; se obtiene información si se reflexiona, elucubra, fábulas; y al experimentar o manipular con las cosas y objetos (Serrano, 1982) . Cada mensaje sale con un fin, el fin para los simpatizantes del fútbol es

crear un impacto social, que los reconozca como parte de una cultura y sociedad nueva, se puede decir que la comunicación es la sangre de la sociedad. Por eso es un revelador social. Las condiciones materiales de la comunicación constituyen el primer elemento del análisis, pero también sus efectos sobre la construcción de las sociedades (Mattelart, 1998). Siempre que los hinchas del fútbol cantan, saltan, hablan o muestran sus distintos logos y banderas están comunicando algo al mundo, ya sea desde su sentimiento, su identidad, su creencia o simplemente quieren comunicar su felicidad al ser parte de una nueva cultura, que los recibe con los brazos abiertos, que no los juzga y los hace sentir como parte importante del proceso cultural futbolístico.

#### **4. MARCO METODOLÓGICO**

La metodología de este trabajo es cualitativa, ya que, se plantea estudiar las diferentes cualidades de los hinchas y cómo estos van generando distintas narrativas para la creación de su identidad, para (Blasco, 2007) el método cualitativo es “La investigación que estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas”. Además de esto, el método cualitativo busca la medición de los distintos fenómenos sociales, se propone describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean vistos por los diferentes elementos que están dentro de la situación estudiada. Para (Sampieri, 2003) “La investigación cualitativa se enfoca a comprender y profundizar los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con el contexto”. Por consiguiente, el método cualitativo estudia las diferentes cualidades de los sujetos de estudio, con el fin de entender las distintas relaciones sociales y como su entorno natural afecta a su cultura y su diario vivir.

Una de las metodologías del método cualitativo es el estudio de casos, la metodología de esta investigación será la anteriormente mencionada, los estudios de caso en esta investigación serán la iglesia maradoniana y las barras de Independiente Santa Fe, el estudio de casos se entiende como “un tipo de investigación social que se caracteriza por la indagación empírica de los problemas de estudio en sus propios contextos naturales, los que son abordados simultáneamente a través de múltiples procedimientos metodológicos”. (Hartley, 1994)

Por otra parte, (Yin, 1994) propone que “la mayor fortaleza radica en que a través de este se mide y registra la conducta de las personas involucradas en el fenómeno estudiado”. Por su otra parte (Chetty, 1996) argumenta que el método de estudio de caso ha sido una forma esencial de investigación en las ciencias sociales, negocios internacionales, desarrollo tecnológico e investigaciones sobre problemas sociales.

El estudio de casos tiene como base la no generalización del sujeto de estudio, puesto que las particularidades de las personas son más importantes que las generalidades de las distintas sociedades, para (Stake, 1995) el estudio de casos es “el estudio de la particularidad, no la generalización, y de la complejidad de un caso singular, para llegar a comprender su actividad en circunstancias”, por consiguiente el estudio de caso otorga especial atención a la observación, reconstrucción y análisis de los casos investigados, e incorpora el punto de vista de los actores involucrados.

Las herramientas utilizadas de acuerdo los tres objetivos serán las siguientes

### **Base de datos**

Se entiende que una base de datos es un conjunto de datos que pertenecen al mismo contexto, almacenados sistemáticamente para su posterior uso (Gomez A. , 2007), por otra

parte, para una base de datos puede entenderse como un conjunto de datos almacenados entre los que existen relaciones lógicas y que ha sido diseñada para satisfacer los requerimientos de información de una empresa u organización. (Juarez, 2006).

La base de datos permitió saber cuáles personas estaban dispuestas a participar en la construcción de esta investigación, teniendo los distintos datos (Nombre, Nacionalidad, género y contacto) para tener un contacto directo con dichas personas. Esta base de datos ayudará a cumplir el objetivo de identificar los simbolismos socioculturales en la Iglesia Maradoniana y en las barras de Santa Fe.

### **Encuesta**

La encuesta se define como una “técnica que utiliza un conjunto de procedimientos de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población, del que se pretende explorar, describir y explicar una serie de características” (García, 2016).

Estas encuestas tuvieron como fin el saber las cualidades de los hinchas que ayudaron en esta investigación, además, aportaron datos para analizar los distintos patrones repetitivos hay en esta población. Por otra parte, son las herramientas para cumplir el objetivo de describir los rituales futbolísticos en las barras de Santa Fe y la Iglesia Maradoniana.

### **Observación participante**

Se comprende como observación participante como “métodos de investigación que involucran la interacción social entre el investigador y los informantes en sus contextos. Esta interacción nace de la inclusión del investigador en la realidad de las personas sujetos de estudios”. (Bogdan, 1984).

Esta observación permitió comprender y evidenciar a profundidad las distintas prácticas culturales que los hinchas realizan en sus distintos contextos sociales, por otra parte, conocer los distintos significados que le dan a estas prácticas y cómo estas influyen en su diario vivir. Esta observación no se pudo realizar por las distintas contingencias sanitarias del coronavirus, siendo imposible el desplazamiento a Argentina.

### **Observación no participante**

Se entiende la observación no participante como “el investigador observa sin participar con él sujeto, con esto se busca conseguir la mayor objetividad posible, ya que al no participar de forma activa con lo que se estudia, se puede observar en su estado natural”. (Holmes, 2013), tal observación permitió evidenciar las distintas actividades que los hinchas realizan en su diario vivir y cómo estas se ven afectadas a partir de la creación de la cultura futbolística. Por otra parte, ayudaron a resolver los objetivos de Identificar los simbolismos socioculturales en la Iglesia Maradoniana y en las barras de Santa Fe y Describir los rituales futbolísticos en las barras de Santa Fe y la Iglesia Maradoniana.

### **Entrevista semiestructurada**

La entrevista semiestructurada “sigue el modelo de una conversación entre iguales, donde el propio investigador es el instrumento y no lo que está escrito en el papel” (Álvarez C. , 2011), estas buscan describir los distintos sentimientos y experiencias vividas por los hinchas que han llegado a convertir lo profano del fútbol en algo sagrado para ellos, a partir de la creación de una identidad y las distintas cualidades de esta cultura. Estas entrevistas ayudaron a resolver los objetivos de identificar los simbolismos socioculturales en la Iglesia Maradoniana y en las barras de Santa Fe. Describir los rituales futbolísticos en las barras de

Santa Fe y la Iglesia Maradoniana e interpretar la construcción de la identidad cultural desde la relación entre la Iglesia Maradoniana y las barras de Santa Fe.

#### **4.1 Análisis de la información**

El análisis de la información en esta investigación está dividido en tres momentos, estos tres momentos se basan en los tres objetivos específicos de la investigación que son:

- Identificar los simbolismos socioculturales en la Iglesia Maradoniana y en las barras de Independiente Santa Fe.
- Describir los rituales futbolísticos en las barras de Independiente Santa Fe y la Iglesia Maradoniana.
- Interpretar la construcción de la identidad cultural desde la relación entre la Iglesia Maradoniana y las barras de Independiente Santa Fe.

En estos tres momentos se explicarán las distintas herramientas que se utilizaron para cumplir dichos objetivos, como se utilizaron y cómo las categorías de la investigación se articulan en el cumplimiento de los objetivos específicos.

#### **Simbolismos socioculturales:**

Para identificar los diferentes simbolismos socioculturales en la iglesia maradoniana y en las barras de Independiente Santa Fe se utilizó una encuesta a 67 personas, 19 entrevistas semiestructuradas a personas pertenecientes a ambos grupos y una observación no participativa, estas herramientas sirvieron para descubrir que ambos grupos tienen simbolismos similares.

Se entienden los simbolismos como:

| Autores     | Definición                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Saussure    | No es signo. El símbolo nunca es completamente arbitrario, no está vacío, hay un rudimento de lazo natural entre significante y significado, pero está ausente del objeto. El símbolo es de naturaleza icónica.                                                                              |
| Peirce      | Es un representamen, un signo. Es parte de la triada índice, icono y símbolo. Su pertenencia a la segundidad le adscribe a la contigüidad con el objeto al que denota en virtud de una asociación de ideas que permiten que el símbolo se interprete como referido a dicho objeto.           |
| Barthes     | Una representación psíquica, analógica e inadecuada.                                                                                                                                                                                                                                         |
| Lotman      | El símbolo, tanto en el plano de la expresión como en el del contenido, siempre representa cierto texto; es decir, posee cierto significado único cerrado en sí mismo. Es un contenido que sirve de plano de expresión para otro contenido, más valioso culturalmente.                       |
| Eco         | Los símbolos están relacionados arbitrariamente a su objeto.                                                                                                                                                                                                                                 |
| Lévi-Straus | Expresión de determinados aspectos de la realidad. Pertenece a la dimensión del inconsciente.                                                                                                                                                                                                |
| Geertz      | Todo signo interpretable es símbolo. Todo lo que sirve de vehículo de una concepción.                                                                                                                                                                                                        |
| Turner      | Lo que tipifica, representa o recuerda algo por la posesión de las cualidades análogas, por medio de la asociación de hecho o de pensamiento. Es una marca, un mojón, algo que conecta lo desconocido con lo conocido.                                                                       |
| Leach       | Es una relación de representación intrínseca entre dos elementos de contextos culturales diferentes. Símbolo y signo son subcategorías de signum.                                                                                                                                            |
| Durand      | El símbolo como signo que permite que un significado inefable e invisible y por eso debe encarnar concretamente esta adecuación que se le evade, y hacerlo mediante el juego de las redundancias míticas, rituales, iconográficas, que corrigen y completan inagotablemente la inadecuación. |
| Freud       | Centra el símbolo a alusiones imaginarias de los órganos sexuales masculino y femenino. Utiliza la palabra signo como “efecto-signo”.                                                                                                                                                        |
| Metzner     | Una unión que conecta dos elementos dispares que nuestra psique.                                                                                                                                                                                                                             |
| Jung        | Una palabra idea, objeto que representa algo más que su significado inmediato y obvio.                                                                                                                                                                                                       |
| Cassirer    | El símbolo es la expresión del espíritu que encarna en un elemento sensible en el que busca reconocerse.                                                                                                                                                                                     |
| Fregtman    | El conocimiento simbólico plantea una decisión entre sujeto y objeto conocido entre, pensador y pensamiento, demarca una forma de relación dualista.                                                                                                                                         |
| Pérez. I    | El símbolo es una representación figurada de la realidad.                                                                                                                                                                                                                                    |
| Giménez     | El símbolo como producto cultural y convencional.                                                                                                                                                                                                                                            |

|         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Norbert | El símbolo puede percibirse literalmente como una imagen o una pintura de aquello a lo que representa.                                                                                                                                                                                               |
| Tena    | Convención formal del concepto que se transmite.                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Paoli   | El símbolo es mediación, es referencia percibida para orientarnos a algo que no alcanzamos a columbrar ni a comprender. El símbolo opera como una referencia heurística que tiende a generalizarse. Es a partir de esa tendencia que definimos el sentido, y se hace posible definir un significado. |

Tabla 1

Se entiende la identidad como:

| <b>Autores</b> | <b>Definición</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Taylor         | La identidad, es resultado de interacciones negociadas en las cuales se pone en juego el reconocimiento. Comprendida de esta forma, ella supone tres niveles de análisis: el reconocimiento de sí mismo, el reconocimiento hacia otros y el reconocimiento de otros hacia nosotros.                                                                                                                                              |
| Goffman        | Desde su óptica, una misma persona tiene conductas variables según los contextos de interacción social y sobre todo en los contactos cara a cara. En esa interacción se presenta la influencia recíproca de cada uno sobre las acciones del otro; hay un actuar para el otro.                                                                                                                                                    |
| Alonso         | Se entiende la identidad como una forma de expresión de la cultura, como un aspecto crucial de la reproducción cultural. La identidad así es la cultura internalizada en sujetos, subjetivada, apropiada bajo conciencia de sí en el contexto de un campo ilimitado de significaciones compartidas con otros.                                                                                                                    |
| Ortiz          | La identidad es histórica y situacional al mismo tiempo. Este hecho la distancia de cualquier apreciación existencialista que sobre ella se pudiera suponer. Es más, una forma de subjetivación que se constituye en escenarios de socialización, desde donde se construyen significados sociales de pertenencia. De esta forma un sujeto se piensa a sí mismo y al contexto en el que se sitúa, y en tal sentido se autodefine. |
| Hall           | La identidad es un proceso que actúa a través de la diferencia, entraña un trabajo discursivo, la marcación y ratificación de límites simbólicos. Necesita lo que queda afuera, su exterior constitutivo, para consolidar el proceso.                                                                                                                                                                                            |
| Grimson        | Las identidades nacen y se construyen siempre tomando conciencia de la diferencia, es decir en relación con los otros.                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Ricoeur        | La identidad inacabada nace desde la representación y la narración del “sí mismo”. Esa narrativa es siempre a partir de un ahora donde cobra sentido un pasado. Identidad tiene para Ricoeur el sentido de una categoría de la práctica, supone la respuesta a la pregunta ¿quién ha hecho tal acción, ¿quién es el autor?                                                                                                       |

|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Arfuch    | La identidad se constituye a través del relato, al dar un orden (el de la trama) al conjunto de acontecimientos contingentes que conforman nuestra existencia. Pero, como intervalo entre dos polos, la identidad no está cerrada, oscila entre esas dos formas de continuidad temporal. La permanencia no está dada por un carácter inmutable, ni es una categoría vacía. Se constituye en el intervalo entre cierta persistencia de los rasgos personales y la respuesta ética frente a la pregunta del otro. |
| Navarrete | Entendemos a la identidad como un concepto aporético en tanto que tiene la condición de necesidad y a la vez de imposibilidad, es decir, es un concepto necesario, pero a la vez imposible de una representación precisa y definitiva.                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Kant      | Es la actividad del sujeto trascendental la que permite, por medio de los procesos de síntesis, identificar diversas representaciones (en un concepto), solo la noción trascendental de identidad hace posible un concepto de identidad.                                                                                                                                                                                                                                                                        |

Tabla 2

A partir de los diferentes simbolismos socioculturales utilizados por las barras de Independiente Santa Fe y la iglesia maradoniana se crea una identidad, estos distintos simbolismos refuerzan la identidad creada a partir de los pensamientos y características de los equipos de fútbol. Se comprende que la identidad está unida a las culturas y subculturas vividas por el individuo “el concepto de identidad no puede verse separado de la noción de cultura, ya que las identidades sólo pueden formarse a partir de las diferentes culturas y subculturas a las que se pertenece o en las que se participa” (Gimenez, 2004). A partir de la investigación se descubre que las barras de Independiente Santa Fe y la iglesia maradoniana tienen los siguientes simbolismos socioculturales:

- **Camiseta:** La camiseta de los distintos equipos de fútbol es la prenda que más identifica a los clubes y a los hinchas, puesto que es el estandarte visual con la que los jugadores se diferencian al momento de disputar un partido de fútbol, en estas camisetas se encuentra representado los simbolismos más importantes del equipo, estos son los colores, el nombre de la institución y el escudo, en las camisetas

también se pueden encontrar eslogan o frases representativas del equipo y de la ciudad de la cual son, por otra parte, se puede visualizar las distintas publicidades que ayudan a la marca del equipo a tener un mayor poderío económico, las camisetas son las prendas más vendidas por los distintos equipos, los modelos de las camisetas varían cada temporada, los hinchas esperan la salida de esta prenda para comprarlas y así sentirse más identificado con su equipo de fútbol; por estas razones las camisetas se convierte en el simbolismo que llega a representar de forma completa a los equipos de fútbol.



*Imagen 1 Camiseta de Independiente Santa Fe campeón Copa Sudamericana 2015. Foto tomada por Daniel González Guerrero.*



*Imagen 2 Eslogan de Independiente Santa Fe alusivo a ser el primer campeón de Colombia. Foto tomada por Daniel González Guerrero.*



*Imagen 3 Eslogan más importante de Independiente Santa Fe, por la fuerza que siempre ha expresado toda su hinchada. Foto tomada por Daniel González Guerrero.*



*Imagen 4 La fuerza de la fe fue el eslogan de Santa Fe para conseguir el título de la Copa Sudamericana. Foto tomada por Daniel González Guerrero.*



*Imagen 5 Camiseta de Boca Juniors en honor al fallecimiento de Diego Armando Maradona. Foto tomada por Daniel González Guerrero.*

- **Escudo:** Los escudos son el segundo simbolismo más representativo para los hinchas, estos han llegado a tatuarse en su cuerpo el escudo de su equipo como representación de amor y de fidelidad para con su equipo, muchas veces los

escudos tienen un significado en particular, ya sea con la historia del club o con la historia de la ciudad a la cual representan, el escudo del club casi siempre se encuentra al lado izquierdo de la camiseta, esto está asociado a sentir el escudo al lado del corazón como algo significativo que representa a la hinchada, los escudos de los equipos tienen en él, las iniciales o el nombre completo del equipo, convirtiéndose así en el segundo simbolismo más completo para todos los clubes de fútbol.

Los escudos con el pasar de los años han evolucionado, siendo modificados en formas pero nunca llegan a cambiar los colores o la esencia del significado de este, sus grandes cambio se dan en las formas del contorno de este, por otra parte, en los escudos se pueden ver los diferentes logros de los clubes, estos logros son representados con estrellas, con las cuales se evidencian los diferentes títulos que el equipo ha logrado en su historia; los hinchas del fútbol siempre que tienen puesta su camiseta besan en el escudo para resaltar el amor, la pasión y ese sentimiento que llega a unirlos con el club de sus amores.



*Imagen 6 Escudo de la Roma, donde se evidencia la historia del nacimiento de la ciudad. Foto tomada por Daniel González Guerrero.*



*Imagen 7 Escudo del Arsenal de Inglaterra donde se destaca un cañón de ahí nace su apodo "The Guners". Foto tomada por Daniel González Guerrero.*



*Imagen 8 Escudo de Independiente Santa Fe donde se resaltan los colores del equipo y sus títulos en Colombia. Foto tomada por Daniel González Guerrero.*



*Imagen 9 Escudo de Boca Juniors, se resaltan las iniciales del nombre del equipo, sus colores y los distintos títulos que ha ganado en el fútbol argentino. Foto tomada por Daniel González Guerrero.*

- **Colores:** Los colores en los equipos nacen del gusto de las personas que crearon la institución, en el año de 1941 los fundadores de Independiente Santa Fe decidieron

que los colores del equipo serían blanco y azul, su primer camiseta fue blanca con una línea azul cruzada que con el pasar de los partidos se fue desvaneciendo, de ahí comenzaron a utilizar el color verde en su segunda camiseta, cuando las noticias del fútbol inglés comenzaron a llegar a Colombia, los fundadores de Santa Fe decidieron cambiar los colores de la institución, comenzaron a utilizar el rojo y el blanco, estos colores los tomaron del equipo inglés Arsenal que vestía con estos colores, desde ahí comenzaron a utilizar estos colores que se convirtieron en representativos del club; muchas veces los hinchas se convierten en simpatizantes de algún equipo por sus colores, tienen como color favorito el mismo color que algún club utiliza en su escudo o camiseta y por esta sola razón se convierten en hinchas del club, esta afirmación. Para (Reyes M. , 2021), (Álvarez A. E., 2021), (Gomez M. R., 2021), (Benavides, 2021), (Ramírez A. M., 2021), (Rojas, 2021), (Iopez, 2021), (Becerra, 2021) los colores fueron una de las razones más importantes para que ellos se hicieran hinchas de su equipo.

Los distintos colores se convierten en un simbolismo muy representativo de los hinchas, puesto que, defienden y usan en su diario vivir los colores que representan a su equipo y tratan de evitar el uso de los colores representativos de los equipos rivales en las prendas que usan en su vida cotidiana.

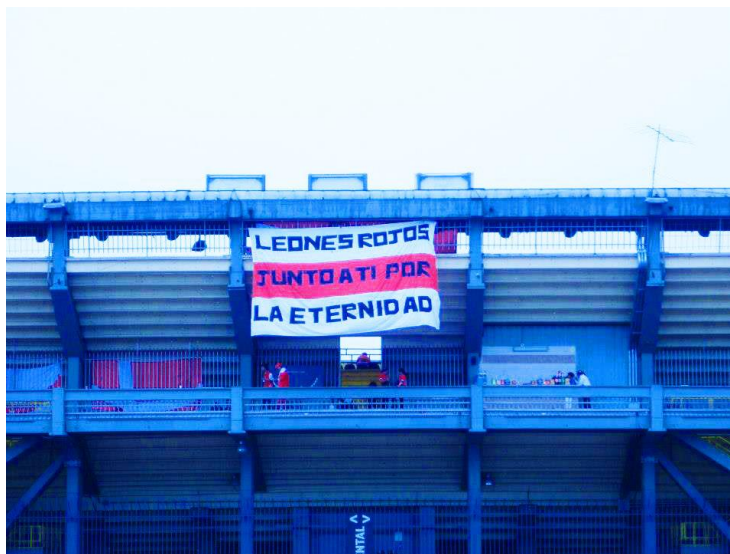
- **Banderas:** Las banderas o los mal llamados por los hinchas de Colombia como trapos, sirven como estandarte cuando se va al estadio, los hinchas al dirigirse al estadio van con distintas banderas con mensajes o imágenes alusivas a sus equipos, por otra parte, muchas veces en estas también se pueden ver varias frases o eslogan representativos del equipo.

Estas banderas siempre tendrán los colores del equipo y son el símbolo que ayuda a engrandecer el espectáculo del fútbol en los instantes previos al partido.

Muchas veces las distintas barras de los equipos se reúnen horas antes del inicio del partido para preparar el espectáculo de la salida de su equipo, en estas salidas las banderas son las que más resaltan, puesto que, a veces son tan grandes que pueden cubrir gran parte del estadio.

Independiente Santa Fe llegó a tener un récord en América latina, con la bandera más grande realizada en este continente, esta bandera cubría medio estadio, en ella resaltan los colores rojo y blanco junto al eslogan “la fuerza de un pueblo”, que representa toda la fuerza de voluntad, la garra y la entrega que ha caracterizado a Santa Fe a lo largo de los años.

Por su parte los hinchas de la iglesia maradoniana usan banderas con el rostro de Diego Armando Maradona, estas las usan como estandartes de la iglesia, algunas de estas banderas tienen la figura de Diego como si fuera un ente superior o un dios, con el poder de cumplir cualquier milagro a sus fieles seguidores, además de la iglesia maradoniana los hinchas de Diego usan banderas con la figura del diez de la selección argentina realizando grandes proezas futbolísticas. En estas banderas lo que más resalta es su rostro y la camisetas más representativas que Diego alcanzó a defender en su vida futbolística.



*Imagen 10 Bandera de Santa Fe utilizada en la final del año 2012. Foto tomada por Daniel González Guerrero.*



*Imagen 11 Banderas de Independiente Santa Fe donde se resaltan los colores, el escudo del equipo y el de Bogotá. Foto tomada por Daniel González Guerrero. Foto tomada por Daniel González Guerrero.*



Imagen 12 Distintas banderas alusivas a Santa Fe utilizadas en el estadio, resaltando la historia del equipo y las distintas ciudades donde el equipo tiene hinchas. Foto tomada por Daniel González Guerrero.



Imagen 13 Imagen del Homenaje por muerte de Diego Maradona, foto recuperada del grafico.com



Imagen 14 Bandera de Maradona alusiva a que los argentinos lo consideraban como un dios, foto recuperada del [diariolanacion.com](http://diariolanacion.com)



Imagen 15 Homenaje de Boca Junior en la Bombonera tras la muerte de su ídolo, foto recuperada de [bocajuniorsoficial.com](http://bocajuniorsoficial.com)

- **Murales:** Los murales son un símbolo muy representativo para los hinchas, estos murales también tiene implícito el contexto social en la zona en la cual está hecho, en Colombia como en Argentina muchas hinchadas tienen su propio territorio en las distintas ciudades y estos murales son las representaciones de las limitaciones

de las zonas, otras veces estos murales son realizados como una muestra cultural de la ciudad o del país, en estos dibujos realizados por los mismos hinchas u otras veces por artistas profesionales, son utilizados como representación de la zona en la cual están dibujados, otras veces se realizan en honor al equipo por algún triunfo o proeza realizada.

En estos murales podemos encontrar frases y dibujos alusivos al equipo de fútbol, sus colores representativos y a veces el nombre de la zona en la cual fueron realizados.

En Argentina los murales de Maradona están alrededor de todo el país, no hay una ciudad que no tenga algún mural de él, estos murales son representativos del país y sirve como simbolismo de identificación con todo el pueblo argentino, además de existir estos murales en argentina, hay muchos murales de Diego alrededor de todo el mundo, países como Australia, Líbano y Escocia son algunos de los países más llamativos en donde se podrán encontrar murales de Diego según (Reyes N. , 2021) quien es el creador y actual administrador de la página de Instagram Murales de Maradona, “estos murales son la representación de todo el pueblo argentino, sirven para engrandecer todo lo que él hizo como futbolista y mostrarle al mundo todo lo que el argentino es capaz de hacer”.

Los murales son una representación clara de la cultura del fútbol y de cómo esta es capaz de romper fronteras, siempre serán un simbolismo sin igual por lo representativos que pueden llegar a ser para los distintos equipos de fútbol y para todos sus hinchas.



Imagen 16 Mural alusivo a Independiente Santa Fe en la localidad de Fontibón en Bogotá, se resalta el estadio, su hinchada, sus colores y su escudo. Foto tomada por Daniel González Guerrero.



Imagen 17 Mural alusivo a Independiente Santa Fe en la localidad de Soacha en Bogotá, se resalta los hinchas que viven en esta localidad, la importancia de la música en el fútbol, el escudo y los colores del club. Foto tomada por Daniel González Guerrero.



*Imagen 18 Mural alusivo a Independiente Santa Fe en la localidad de Bosa en Bogotá, se resalta el líder de la barra de la localidad, el león como mascota del equipo, su escudo y sus colores representativos. Foto tomada por Daniel González Guerrero.*



*Imagen 19 Mural de Diego Maradona en Dundee Escocia, realizado por el artista Syke, imagen recuperada de la página en Instagram de Murales de Maradona*



Imagen 20 Mural de Diego Maradona en Sunshine Australia, realizada por el artista Lushsux, imagen recuperada de la página en Instagram de Murales de Maradona



Imagen 21 Mural de Maradona en el Norte del Líbano, realizado por el artista Elkoufeyi, imagen recuperada de la página en Instagram de Murales de Maradona

- **Estadios:** Los estadios de fútbol son el punto de encuentro de todos los hinchas, en donde se da la magia del fútbol, todos los hinchas tienen formas distintas de expresarse en el estadio, algunos van en familia, otros van solos pero siempre es como una especie de requisito ir con alguna prenda alusiva al equipo, si en dado caso no se tiene una prenda alusiva al equipo al menos tiene que tener una prenda del color del club; por otra parte, en el estadio el ambiente es diferente se respira una ambiente de hermandad, de un sentimiento que une a miles de personas, que se reúnen cada fin de semana a ver un partido del club de sus amores, el estadio es utilizado por las aficionados como un sitio en el cual no hay diferencias y se pueden olvidar los problemas sociales que se viven, en países como Colombia y Argentina la situación social que se vive es muy complicada, puesto que, se tienen muchos problemas a nivel social, por este tipo de problemas el estadio se convierte en un espacio de evasión a estas problemáticas, según (Barroso, 2021) “el estadio es como un templo, un templo que te ayuda a librarte de todos los males que vives en el día a día, un espacio en el cual puedes ser libre”.

Muchas hinchas consideran el estadio como un templo o un santuario que se transforma en algo sagrado, por los sentimientos y pasiones que se viven en este, ya que, en este lugar pueden llegar a vivir experiencias que en ningún lado podrán llegar a experimentar, por esta razón los estadios se convierten en algo de suma importancia y representativo para todos sus hinchas, volviéndose en un simbolismo irremplazable, puesto que, todos los equipos tienen un estadio en donde juegan de local y a partir de esto se considera como la casa del club y la de todos sus hinchas.



*Imagen 22 Los hinchas a la espera del comienzo del partido. Foto tomada por Daniel González Guerrero.*



*Imagen 23 El Nemecio Camacho "El campin" desde la carrera 30. Foto tomada por Daniel González Guerrero.*



*Imagen 24 La mítica barra de Independiente Santa Fe la Guardia Albi-Roja Sur minutos antes de que su equipo saliera campeón. Foto tomada por Daniel González Guerrero.*



*Imagen 25 La hinchada de Independiente Santa Fe en el estadio, donde se resalta las banderas y los colores que los caracterizan. Foto tomada por Daniel González Guerrero.*



*Imagen 26 La bombonera minutos antes de que Boca Juniors saliera a la cancha. Foto recuperada de CNN.com*



*Imagen 27 La hinchada de Boca en el espectáculo de bienvenida a sus jugadores. Foto recuperada de Conmebol.com*



*Imagen 28 La bombonera minutos antes de la final de la Copa Libertadores entre Boca Juniors y River Plate.  
Foto recuperada de Conmebol.com*

### **Rituales futbolísticos:**

Para describir los distintos rituales futbolísticos en la iglesia maradoniana y en las barras de Independiente Santa Fe se utilizó una encuesta a 67 personas, 19 entrevistas semiestructuradas a personas pertenecientes a ambos grupos y una observación no participativa, estas herramientas sirvieron para descubrir que ambos grupos tienen rituales futbolísticos que comparten.

Se entiende la cultura como:

| Autores              | Definición                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Edward Tylor         | La cultura o civilización, tomada en su sentido etnográfico amplio, es ese todo complejo que incluye conocimientos, creencias, arte, moral, costumbres y todas las demás capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de una sociedad. |
| Bronislaw Malinowski | Es esencialmente un aparato instrumental por medio del cual el hombre se encuentra en la posición de poder hacer frente a los problemas concretos que tropieza en su ambiente, en el curso de la satisfacción de sus necesidades.                     |

|                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ruth Benedict          | Cada cultura desechaba elementos incongruentes, modificaba otros en beneficio propio e inventaba unos terceros consonantes con su gusto, esto da como resultado un pensamiento y una visión del mundo.                                                                                                                                                                                                                                          |
| Ralph Linton           | La cultura de cualquier sociedad es la suma total de sus ideas, las reacciones emotivas condicionadas y las pautas de conducta habitual que los miembros esa sociedad han adquirido por instrucción o imitación y que comparten en mayor o menor grado.                                                                                                                                                                                         |
| George Murdock         | Es un conjunto de hábitos consuetudinarios del pensamiento y de la acción, junto al equipo material y de sociedad, como un grupo de gente organizada y relativamente autónoma que comparte una cultura.                                                                                                                                                                                                                                         |
| Talcott Parsons        | La cultura es un discurso simbólico colectivo. Versaba sobre conocimiento, creencias y valores, cada miembro comparte una parte de su cultura y cada cultura tiene una cultura única e irrepetible.                                                                                                                                                                                                                                             |
| Claude Lévi-Straus     | Llamamos cultura a todo conjunto etnográfico que desde un punto de vista de la investigación presenta respecto a otras, diferencias significativas, el termino cultura es empleado para agrupar un conjunto de diferencias significativas cuyos límites coinciden aproximadamente.                                                                                                                                                              |
| Clifford Geertz        | Considero que la cultura es esa urdimbre y que el análisis de la cultura ha de ser, por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones, interpretando expresiones sociales que son enigmáticas en su superficie.                                                                                                                                                          |
| Marvin Harris          | Pautas de conducta y pensamientos aprendidas y compartidas características de un grupo social, el conjunto aprendido de tradiciones y estilos de vida, socialmente adquiridos de los miembros de una sociedad, incluyendo sus modos pautados y repetitivos de pensar, sentir y actuar.                                                                                                                                                          |
| Adam Kuper             | Para entender la cultura, la debemos deconstruir. Se debería separar las creencias religiosas, los rituales, el conocimiento, los valores morales, las artes, los géneros retóricos y demás, en vez de atarlos todos en un solo hato etiquetado como cultura, al separar estos elementos, se obliga a explorar las configuraciones cambiantes de las relaciones mutuas entre lenguaje, conocimiento, técnicas, ideologías políticas y rituales. |
| Javier San Martín Sala | Toda cultura consta de un nivel tecno económico, de unos principios de regulación de las relaciones entre los individuos del grupo y en ultimo termino de esquemas de interpretación del mundo y de la sociedad.                                                                                                                                                                                                                                |
| Eugenia Ramírez        | Entiendo la cultura precisamente como el proceso no lineal de creación y reorganización, descripción y redesccripción colectivas de las condiciones de existencia de los seres humanos.                                                                                                                                                                                                                                                         |
| James Boggs            | La cultura es una abstracción y representación de los principios ordenadores que gobiernan una clase de sistemas concretos de un dominio de orden sistémico, Y son estos principios ordenadores, o sistemas de símbolos, los que organizan a los colectivos humanos.                                                                                                                                                                            |

|                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Marcel Mauss    | La cultura es un conjunto de fenómenos sociales, aquello que permite que el individuo se integre a una sociedad dada y se exprese a través de conductas y actitudes típicas.                                                                                                                     |
| Pierre Bourdieu | las culturas resultan de una construcción de las interacciones entre sus miembros, es decir, del contacto entre las personas. En términos generales, el constructivismo resalta la experiencia vivida por los actores sociales, afirmando que la realidad no se descubre, sino que se construye. |

Tabla 3

Se entiende la Religión como:

| Autor                    | Definición                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Friedrich Schleiermacher | La religión es como un sentimiento de absoluta dependencia, lo que de manera explícita sitúa la esencia de la noción dentro del individuo y en un plano no discursivo, es decir, no social.                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Rank Otto                | La religión debe ser considerada como esencialmente individual, como una creencia interna a la que el creyente enseguida proporciona una expresión exterior.                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Wigglesworth Smith       | Para entender el fenómeno de la religión de manera apropiada hay que abandonar la palabra religión en favor de la idea de fe.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Karl Marx                | la religión consiste en ideas y valores producidos por los seres humanos en el curso de un desarrollo cultural, pero erróneamente proyectados en fuerzas divinas o dioses. Como los seres humanos no entienden por completo su propia historia, tienden a atribuir a la acción de los dioses valores y normas creados socialmente.                                                                                                                           |
| Émile Durkheim           | Durkheim define la religión en términos de una distinción entre lo sagrado y lo profano. Los objetos y símbolos sagrados, sostiene, se tratan como separados de los aspectos rutinarios de la existencia, el ámbito de lo profano.                                                                                                                                                                                                                           |
| Sigmund Freud            | La religión es una neurosis que, en ocasiones, se acerca peligrosamente a la locura. Para Freud la religiosidad era una amenaza para la libertad y la verdad, en última instancia, para la felicidad de los seres humanos.                                                                                                                                                                                                                                   |
| Friedrich Nietzsche      | El origen de la religión es el miedo. Es decir, los sentimientos de angustia e impotencia que el ser humano desarrolla a lo largo de su vida. La religión nunca ha pretendido decir la verdad; de hecho, ha caído en el mismo error de la metafísica, reivindicando para sí la trascendencia y el mundo sobrenatural. El cristianismo sería un simple platonismo de naturaleza popular, una filosofía y una moral vulgares para personas débiles y esclavos. |
| Max Weber                | La religión no es necesariamente una fuerza conservadora; por el contrario, los movimientos de inspiración religiosa han producido transformaciones sociales dramáticas en numerosas ocasiones. Así, el protestantismo en particular el puritanismo fue la fuente de la concepción religiosa que se encuentra en el Occidente moderno.                                                                                                                       |

|                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Mircea Eliade          | Lo sagrado es la esencia de lo religioso. la religión abarca el ámbito de las manifestaciones de lo sagrado, entendiendo que están vinculadas a una experiencia humana de carácter religioso, y es una experiencia de carácter religioso porque, a través de esas mediaciones, manifestaciones de lo sagrado, la persona se comunica con algo distinto que está más allá de su manifestación. |
| Jim Stone              | Una religión es un sistema de prácticas racionalizado por creencias tales que la realización de tales prácticas por un sujeto hace que se encuentre en una relación respecto de un principio del universo o bien constituye por sí misma el bien humano más alto, o bien es instrumentalmente útil para conseguir ciertos bienes.                                                             |
| Tomis Kapitan          | Una religión es la aceptación de una teoría acerca del mal, del bien, de la transformación requerida para vencer el mal y participar en el bien, y de las actitudes y prácticas requeridas para esta transformación.                                                                                                                                                                          |
| Caroline Schaffalitzky | La religión es una creencia de un carácter importante y con un alto grado de internalización de una teoría acerca de algo sobrenatural, con un alcance amplio y con consecuencias normativas y prácticas.                                                                                                                                                                                     |
| Niklas Luhmann         | La religión es una forma de expresión de la tendencia a la sociabilidad de todos los individuos. Expresa en última instancia la potencialidad de una relación social.                                                                                                                                                                                                                         |
| Roberto Cipriani       | El núcleo esencial de la religión se encuentra precisamente en este conjunto de valores sobre los cuales se basa la posibilidad de compartir perspectivas y prácticas y que permite reunir a católicos y no católicos, creyentes y no creyentes, en el mismo terreno de la acción social.                                                                                                     |
| Ludwig Feuerbach       | La religión es el reflejo de la esencia humana en sí misma. Dios es una creación humana. A Dios atribuye el hombre sus propias cualidades humanas y en Dios refleja los deseos humanos no realizados. Lo que el hombre necesita, desea y no puede lograr, es lo que el hombre proyecta en Dios.                                                                                               |
| William Bainbridge     | La religión se refiere a sistemas de compensadores generales basados en suposiciones sobrenaturales.                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Markus Davidsen        | Las religiones son creencias, prácticas, experiencias y discursos que asumen la existencia de agentes, mundos y/o procesos sobrenaturales.                                                                                                                                                                                                                                                    |

Tabla 4

Se entienden los rituales como:

| Autor          | Definición                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Erving Goffman | Los rituales son prácticas sociales simbólicas que tienen por objeto recrear a la comunidad, reuniéndola en la celebración de un acontecimiento. El rito revive la cohesión del grupo y por lo tanto también contribuye a la construcción de su identidad. |

|                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Martina Schrader-Kniffki | Ayudan a soportar sentimientos de miedo e inseguridad surgidos de la situación lábil de las fases de paso, se aplica el concepto de ritual a lo profano y habla de los llamados rituales de la cotidianidad.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Émile Durkheim           | Las representaciones religiosas son representaciones colectivas que expresan realidades colectivas; los ritos son maneras de actuar que no surgen sino en el seno de grupos reunidos, y que están destinados a suscitar, a mantener o rehacer ciertas situaciones mentales de ese grupo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| David Held               | El ritual se relaciona con las pequeñas ceremonias de la cotidianidad y, en lo antropológico tiene que ver con la regulación, el control y la dominación simbólica de las situaciones. Por ello, los rituales tienen un carácter ceremonioso de representación y son fijos. En nuestra cultura son rituales las visitas, la despedidas, los pésames, las fiestas de cumpleaños y numerosos otros más cercanos a lo religioso, como los casamientos, los bautizos y los entierros. En estos últimos, al ritual religioso se añaden las costumbres que, en cada lugar, acompañan a estas prácticas. |
| Álvaro López Lara        | El ritual, más que un suceso extraordinario, es parte constitutiva de la vida diaria del ser humano; la vida cotidiana está conformada por ritualizaciones que ordenan nuestros actos y gestos corporales y aparecen como cultura encarnada, cuya expresión es el dominio del gesto, de la manifestación de las emociones y la capacidad para presentar actuaciones convincentes ante otros.                                                                                                                                                                                                      |
| Joseph Evans Grimes      | Los rituales son formas de acción simbólica compuestas solamente por gestos que representan la puesta en acción de ritmos evocadores, que constituyen actos simbólicos dinámicos y posturas que conllevan un silenciamiento simbólico de la acción.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Claude Lévi-Strauss      | Los gestos que componen las actividades ceremoniales intervienen en loco verbi, reemplazando las palabras. El ritual condensa bajo una forma concreta los procedimientos, que, de otra forma, serían discursivos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Víctor Turner            | En muchos sentidos, el rito siempre implica un gasto de atenciones respectivas y reciprocas, de aquellos que, los unos frente a los otros, están involucrados en este proceso. Se necesita dar tiempo y los recursos necesarios y éste produce un continuum de signos que se constituyen en un discurso autónomo, por consiguiente, los símbolos constituyen las moléculas del rito.                                                                                                                                                                                                              |
| Yves Winkin              | El rito proporciona una forma y una substancia que no son otras que las de la cultura. La cultura, es todo lo que se necesita saber para pertenecer” Ningún otro contexto social mejor que el “canal ritual” permite integrar saberes, ver estados y funciones “llegada la noche”.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Carlo Severi             | La experiencia ritual no transmite directamente los mensajes, ella establece en principio un contexto relacional en el cual ciertos mensajes, que contrastan con la experiencia cotidiana, pueden ser formulados. Estos mensajes pueden parecer incomprensibles e incluso                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

|                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                    | absurdos a los participantes de la ceremonia, sin embargo, son un elemento crucial.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Jean Cazeneuve     | La mayor parte de los momentos de ansiedad de la vida, individual o comunitaria, son encuadrados por ritos, precisamente destinados a contener este stress. El principio de ritualidad tiene por objetivo controlar las turbulencias intersticiales que encuentran los individuos y las comunidades en el curso de su desarrollo.                                                                                                              |
| Robert Redfield    | El ritual es considerado una expresión del conocimiento tradicional, la puesta en práctica del saber mágico y religioso los rituales son una especie de mixtura de elementos prácticos, mágicos y religiosos.                                                                                                                                                                                                                                  |
| José Carlos Aguado | El ritual representa un espacio y tiempo socialmente establecido, en los cuales se reproducen identidades sociales. El ritual trasciende las sociedades primitivas, pues no es posible verlo únicamente como ceremonias especiales en dichas sociedades, sino que, al permitir la reproducción cultural, se presenta en las prácticas cotidianas no ceremoniales.                                                                              |
| Rodrigo Diaz       | El ritual es una práctica privilegiada, donde se infieren los procesos mentales del hombre primitivo, o donde se vuelcan dichos procesos. Desarrolla la concepción del ritual relacionada con la codificación del ritual en acciones rituales; como las representaciones colectivas de la sociedad, sus cosmovisiones, sus valores y sus símbolos axiomáticos.                                                                                 |
| Roy Rappaport      | El ritual es la ejecución de secuencias más o menos invariables de actos formales y expresiones no completamente codificadas por quienes los ejecutan. Esta definición está enfocada a los rituales religiosos, pues señala que no es posible que una sola definición comprenda toda la gama de rituales que existen; el ritual permite la perpetuación de la vida social y que puede concebirse como el acto social básico para la humanidad. |
| Peter Mc Laren     | El ser humano está ontogenéticamente constituido por el ritual, nadie permanece fuera de su jurisdicción simbólica, no podemos despojarnos de nuestros ritmos rituales puesto que penetran el núcleo de nuestro sistema nervioso.                                                                                                                                                                                                              |

Tabla 5

Los rituales futbolísticos son representaciones sociales que los hinchas hacen para el bien de su equipo, estos distintos rituales muchas veces están ligados a lo espiritual y a lo religioso y a veces se transforman desde algo banal en algo sagrado, este proceso entre lo profano y lo sagrado se da a partir de las creencias y las ideologías de sus hinchas, ya que, los hinchas crean distintos rituales a partir de sus experiencias vividas, por consiguiente estos rituales pueden cambiar dependiendo del resultado obtenido usando o realizando todo

este tipo de cábalas. Los rituales futbolísticos más representativos para la iglesia maradoniana y la hinchada de Independiente Santa Fe son:

- **Ritual de las camisetas:** El ritual de las camisetas se basa en utilizar una camiseta en específico alusiva a su equipo, con el fin de que su equipo vuelva a ganar, creyendo así que si usan cierta camiseta su equipo ganara como la última vez, volviéndola así en un ritual que durará hasta que su equipo pierda. Los distintos equipos de fútbol cada temporada sacan al mercado distintas camisetas del equipo, ya sean las que utilizan los equipos en los partidos o su indumentaria de entrenamiento, siempre que los hinchas adquieren una camiseta de su club afirman la creación y el nacimiento de un nuevo ritual o cábala. Siempre que su equipo juega los hinchas portan orgullosos la camiseta de su club, si ese día su equipo gana al siguiente partido vuelven a utilizar la misma camiseta, muchos de los hinchas llevan más allá este ritual, no solo usan la misma camiseta, sino que también dejan de lavarla con el fin de que no se les vaya la “suerte”. Este ritual finaliza en el momento en que el equipo pierde, cuando eso sucede los hinchas cambian de camiseta con la idea de que si cambian de camiseta la suerte de su equipo volverá, por consiguiente, este ritual está en constante cambio y tiene una renovación constante pero su idea y finalidad siempre será la misma. Por otra parte, este ritual tiene varias excepciones para algunos hinchas, las cuales se deben tener en cuenta si se quiere lograr el mayor beneficio para el equipo, según (Baquero, 2021) “Nunca se puede estrenar una camiseta en el estadio, si esto se hace causa mala suerte en el equipo”. Para (Soler, 2021) “Si el equipo juega de local está prohibido ponerse la segunda equipación, si la uso hago alusión a que le estoy haciendo fuerza a nuestro rival”.

- **Rituales religiosos:** La mayoría de los hinchas tiene alguna afinación hacia alguna religión, este ritual se basa en pedirle a los distintos dioses, ángeles o seres celestiales que les ayude a su equipo de fútbol a conseguir buenos resultados, salir de algún bache o conseguir algún título, algunos hinchas pertenecientes a la fe católica tienen el ritual de pedir misas en favor de su equipo, en especial cuando están en situaciones difíciles o tienen compromisos de suma importancia, varios hinchas aprovechan algunas festividades católicas para ir a la iglesia a agradecer por los buenos resultados de los equipos, las festividades que se utilizan con más frecuencia por los hinchas son semana santa y las misas del señor de los milagros, estas festividades tienen un gran poder espiritual para los hinchas y es por esto que son utilizadas para pedir por el bien de la institución. Otras veces los hinchas le piden a la virgen Maria que su equipo gane, a cambio de esto ofrecen algún tipo de ofrenda. “Cuando Santa Fe estuvo a puertas de descender le pedí a la virgen que Santa Fe comenzara a ganar, si esto ocurría subía Monserrate a pie” (Baquero, 2021). El ritual religioso puede llegar a variar dependiendo de la religión que practique el hincha, pero la finalidad sigue siendo la misma.



*Imagen 29 Foto de la misa del señor de los milagros. Foto recuperada del Instagram oficial de la LGARS.*



Imagen 30 flyer informativo sobre la realización de una eucarística para Independiente Santa Fe. Foto recuperada del Facebook oficial de la LGARS



Imagen 31 flyer informativo sobre la realización de una eucarística para Independiente Santa Fe. Foto recuperada del Facebook oficial de la LGARS

- **La Oración:** El ritual de la oración va de la mano con el de la religión, la única diferencia que hay entre estos dos es que el ritual de la oración se puede realizar en cualquier lugar, no es necesario realizarlo en una iglesia, este ritual es de suma importancia para los hinchas, ya que en el estadio momentos antes, durante y al

finalizar el encuentro se puede evidenciar como varias personas realizan oraciones para que su equipo consiga el resultado que necesita, estas oraciones no son solo para los distintos dioses de alguna religión, ya que muchas veces los hinchas realizan oraciones a hinchas o familiares ya fallecidos, “En la final del 2015 en los penaltis le hice una oración a mi abuela que había muerto recientemente, le pedí que por favor Santa Fe ganara el torneo y desde ese momento sentí su presencia conmigo y terminamos siendo campeones” (Benavides, 2021). Cuando los partidos son más dramáticos y generan una gran tensión en los hinchas es cuando se ve en repetidas ocasiones este ritual, las personas consideran que esta ayuda divina puede colaborar para que su equipo logre el propósito en el partido.

- **Ritual de la ropa:** El ritual de la ropa se basa en usar la misma ropa cada vez que se vaya al estadio o que el equipo gane, este ritual se ve renueva cada vez que el equipo pierda, cuando un equipo está en una situación adversa los hinchas comienzan a crear e inventar cábalas nuevas, este ritual se diferencia al ritual de las camisetas ya que, las camisetas de los equipos no entran dentro de este ritual, las prendas de vestir que entran en este ritual son los pantalones, los tenis, las chaquetas y cualquier otro accesorio que se lleve puesto ese día en el que el equipo ganó o salió de un mal momento. “Cuando Santa Fe estaba en un bache futbolístico decidí ir con mi hija a un partido al estadio, nosotros hace mucho tiempo no íbamos, ese día fui con un jean azul, un chaleco rojo, ese día ganamos rompiendo esa mala racha, desde ese día siempre que íbamos al estadio me iba con el mismo jean y chaleco”. (Muñoz A. , 2021). “Siempre que voy al estadio voy con la misma gorra, es algo que nunca me puede faltar cuando juega mi equipo, siento que con ella tenemos más suerte” (Barroso, 2021).

- **Ritual de la compañía:** El ritual de la compañía se basa en transformar a un acompañante en una cábala, muchos hinchas tienen la costumbre de ver los distintos partidos de fútbol acompañados por varias personas, si el partido termina en victoria para su equipo al siguiente partido se repite el mismo grupo de personas que estuvieron viendo el partido, este ritual puede realizarse en el estadio o en algún otro lugar en donde se pueda ver el partido, cuando una persona llega nueva al círculo de personas que tienen este ritual y su equipo pierde, se califica a la nueva persona integrante del grupo de tener mala suerte y no se le vuelve a invitar a ver el encuentro con sus amigos por miedo a que su equipo vuelva a perder, este ritual tiene una mayor repercusión en el estadio, puesto que si se invita a una persona que nunca ha ido al estadio y ese día el equipo gana, esa persona queda como nueva cábala para la persona que la invitó, perdiendo el “poder” en el primer partido en que el equipo pierda. “Yo siempre voy con mi familia al estadio, cuando el equipo estaba mal decidimos volver para poder alentarlos, ese día invitamos por primera vez a mi prima menor, quien nunca había ido al estadio, ese día ganamos, rompimos esa mala racha y desde ese día mi prima se convirtió en nuestra cábala” (Muñoz D. , 2021).
- **Oración a Diego:** El ritual de la oración a Diego Armando Maradona nace a partir de que varios hinchas argentinos consideran a este jugador como un dios por las distintas proezas que realizó como futbolista, desde el fallecimiento del jugador sus fieles han potenciado la idea de rezarle y pedirle favores a Diego, estas peticiones son únicamente futbolísticas, ya que tienen la certeza de que Maradona es el dios del fútbol , “Hay veces que yo le rezo a Diego, le digo Diego por favor que ganemos hoy, si ganamos te prometo que te hago una ofrenda en la iglesia”. (Reyes

N. , 2021), “Siempre que vamos al estadio le pido al Diego que nos ayude y en especial cuando es un partido contra River, el Diego siempre nos ayuda contra las gallinas” (Ortiz P. , 2021). Para los hinchas maradonianos Diego Armando Maradona no solo ayuda a Boca y Argentinos Juniors que fueron los equipos argentinos de sus amores, el solo venerarlo como dios del fútbol hace que el ayude a cualquier equipo de fútbol. En la pasada Copa América se evidenció como el narrador y el comentarista de la cadena DIRECTV Sports en los partidos de la selección Argentina Juan Pablo Varsky y Gustavo Kuffner le pedían a Maradona que la selección ganara, repitieron en varias transmisiones “Diego por favor ayúdanos”, “Diego ilumina a esta selección a salir campeona”; luego de la consagración de la “Albiceleste” muchos periodistas y analistas deportivos dijeron que esta Copa también la había ganado Diego, que desde el cielo él había ayudado a la selección a salir campeona luego de 28 años.

- **Ritual del lugar:** El ritual del lugar consiste en tener un puesto fijo ya sea en el estadio, en la casa o en el lugar donde se vean los partidos del equipo, esta cábala nace a partir de la superstición de la suerte, muchos hinchas llevan muchos años comprando la boleta para ingresar al estadio en el mismo asiento, argumentan que desde ese lugar sienten que tienen suerte y han visto en muchas ocasiones a su equipo campeón, es por esta razón que siempre compran el mismo boleto, cuando este ritual se realiza en la casa los hinchas acostumbran a elegir un lugar o una silla en particular para ver el encuentro, consideran que el ver el partido desde ese lugar de la casa le dará buena suerte a su equipo, por otra parte, este ritual también ayuda a formar lazos de amistad en el estadio, puesto que las personas que van constantemente se conocen con sus vecinos de asiento, formando así una nueva

amistad formada por los lazos del fútbol . “Yo llevo más de 20 años yendo al estadio y siempre voy al mismo asiento, en ese lugar he visto grandes triunfos de Independiente, triunfos que seguiré viendo desde ese mismo lugar”. (Romero, 2021).

- **Ritual del estadio:** El ir al estadio se ha convertido en un ritual para todas las personas que van constantemente, este ritual se ha pasado de generación a generación, puesto que, los hinchas cuando tienen hijos comienzan a llevarlos al estadio desde muy pequeños, con el fin de crear ese amor incondicional con su equipo, el estadio se ha transformado en el templo para todos los hinchas que esperan anheladamente la llegada el fin de semana para poder asistir, ya que sienten que en este lugar son libres, sus problemas desaparecen y llegan a sentir una felicidad absoluta, el estadio es un segundo hogar para los hinchas, en el cual viven experiencias que en ningún otro lugar encontrarán, el asistir al estadio a alentar a su equipo es una tradición que permanecerá por siempre, a partir de todas las innovaciones que los estadios han tenido con la evolución de este deporte, el ir al estadio es un ritual que se puede realizar solo o se puede ir con toda la familia, donde grandes y chicos pueden asistir con el objetivo de vivir y experimentar esas sensaciones que el estadio de fútbol puede brindar. “Ir al estadio me hace muy feliz, en esas dos horas siento como si mis problemas desaparecieran, siendo una felicidad que en ningún otro lado puedo sentir” (Amaya, 2021). “Siempre he ido al estadio con mi papá, siento que es un espacio único que tenemos los dos como hinchas, un espacio que espero poder compartir algún día con mis hijos” (Gomez L., 2021).

- **Ritual de los cánticos:** Los cánticos son uno de los rituales más personales y diferentes que tienen las distintas hinchadas, ya que cada uno tiene distintos cantos para alentar a su equipo durante el partido, estos cantos ayudan a apoyar a los jugadores con el fin de conseguir la victoria, cada canción tiene un ritmo y una letra diferente, todos los equipos tienen varias canciones que los han acompañado durante muchos años, canciones que hacen parte de su identidad como equipo “El cantar las canciones en el estadio me hace sentir parte de una comunidad única, en donde todos estamos unidos por una misma pasión” (Medina, 2021); este ritual no sólo puede realizarse en el estadio, puesto que se puede realizar en las distintas caravanas en pro del equipo o en las distintas reuniones que hacen las personas pertenecientes a las barras, estas canciones con el pasar de las temporadas se van convirtiendo en himnos al ser un simbolismo de vital importancia para todos los equipos. Cada canción creada tiene un significado, al tener varias canciones se van cantando una tras otra durante los partidos, este ritual también ha ido avanzando con el paso de los años, a tal punto de que varias barras han sacado CDS con las distintas canciones representativas del equipo, con el objetivo de que los hinchas más pequeños y los que no asisten a los estadios constantemente se aprendan estas canciones, así se sentirán parte de la hinchada de su equipo.

### **Identidad Cultural:**

Para interpretar cómo se va construyendo la identidad cultural en la iglesia maradoniana y en las barras de Independiente Santa Fe se utilizó una encuesta a 67 personas, 19 entrevistas semiestructuradas a personas pertenecientes a ambos grupos y una observación

no participativa, estas herramientas colaboraron para definir que en el fútbol es un ente generador de múltiples culturas y nuevas sociedades, las cuales se van adaptando a cada pensamiento e ideales formados por cada equipo.

Se entiende la cultura como:

| Autores              | Definición                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Edward Tylor         | La cultura o civilización, tomada en su sentido etnográfico amplio, es ese todo complejo que incluye conocimientos, creencias, arte, moral, costumbres y todas las demás capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de una sociedad.                                  |
| Bronislaw Malinowski | Es esencialmente un aparato instrumental por medio del cual el hombre se encuentra en la posición de poder hacer frente a los problemas concretos que tropieza en su ambiente, en el curso de la satisfacción de sus necesidades.                                                      |
| Ruth Benedict        | Cada cultura desechaba elementos incongruentes, modificaba otros en beneficio propio e inventaba unos terceros consonantes con su gusto, esto da como resultado un pensamiento y una visión del mundo.                                                                                 |
| Ralph Linton         | La cultura de cualquier sociedad es la suma total de sus ideas, las reacciones emotivas condicionadas y las pautas de conducta habitual que los miembros esa sociedad han adquirido por instrucción o imitación y que comparten en mayor o menor grado.                                |
| George Murdock       | Es un conjunto de hábitos consuetudinarios del pensamiento y de la acción, junto al equipo material y de sociedad, como un grupo de gente organizada y relativamente autónoma que comparte una cultura.                                                                                |
| Talcott Parsons      | La cultura es un discurso simbólico colectivo. Versaba sobre conocimiento, creencias y valores, cada miembro comparte una parte de su cultura y cada cultura tiene una cultura única e irrepetible.                                                                                    |
| Claude Lévi-Straus   | Llamamos cultura a todo conjunto etnográfico que desde un punto de vista de la investigación presenta respecto a otras, diferencias significativas, el termino cultura es empleado para agrupar un conjunto de diferencias significativas cuyos límites coinciden aproximadamente.     |
| Clifford Geertz      | Considero que la cultura es esa urdimbre y que el análisis de la cultura ha de ser, por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones, interpretando expresiones sociales que son enigmáticas en su superficie. |
| Marvin Harris        | Pautas de conducta y pensamientos aprendidas y compartidas características de un grupo social, el conjunto aprendido de tradiciones y estilos de vida, socialmente adquiridos de los miembros                                                                                          |

|                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                        | de una sociedad, incluyendo sus modos pautados y repetitivos de pensar, sentir y actuar.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Adam Kuper             | Para entender la cultura, la debemos deconstruir. Se debería separar las creencias religiosas, los rituales, el conocimiento, los valores morales, las artes, los géneros retóricos y demás, en vez de atarlos todos en un solo hatillo etiquetado como cultura, al separar estos elementos, se obliga a explorar las configuraciones cambiantes de las relaciones mutuas entre lenguaje, conocimiento, técnicas, ideologías políticas y rituales. |
| Javier San Martín Sala | Toda cultura consta de un nivel técnico económico, de unos principios de regulación de las relaciones entre los individuos del grupo y en último término de esquemas de interpretación del mundo y de la sociedad.                                                                                                                                                                                                                                 |
| Eugenia Ramírez        | Entiendo la cultura precisamente como el proceso no lineal de creación y reorganización, descripción y redesccripción colectivas de las condiciones de existencia de los seres humanos.                                                                                                                                                                                                                                                            |
| James Boggs            | La cultura es una abstracción y representación de los principios ordenadores que gobiernan una clase de sistemas concretos de un dominio de orden sistémico, Y son estos principios ordenadores, o sistemas de símbolos, los que organizan a los colectivos humanos.                                                                                                                                                                               |
| Marcel Mauss           | La cultura es un conjunto de fenómenos sociales, aquello que permite que el individuo se integre a una sociedad dada y se exprese a través de conductas y actitudes típicas.                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Pierre Bourdieu        | las culturas resultan de una construcción de las interacciones entre sus miembros, es decir, del contacto entre las personas. En términos generales, el constructivismo resalta la experiencia vivida por los actores sociales, afirmando que la realidad no se descubre, sino que se construye.                                                                                                                                                   |

Tabla 6

Se entiende la identidad como:

| <b>Autores</b> | <b>Definición</b>                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Taylor         | La identidad, es resultado de interacciones negociadas en las cuales se pone en juego el reconocimiento. Comprendida de esta forma, ella supone tres niveles de análisis: el reconocimiento de sí mismo, el reconocimiento hacia otros y el reconocimiento de otros hacia nosotros. |
| Goffman        | Desde su óptica, una misma persona tiene conductas variables según los contextos de interacción social y sobre todo en los contactos cara a cara. En esa interacción se presenta la influencia recíproca de cada uno sobre las acciones del otro; hay un actuar para el otro.       |
| Alonso         | Se entiende la identidad como una forma de expresión de la cultura, como un aspecto crucial de la reproducción cultural. La identidad así es la cultura internalizada en sujetos, subjetivada, apropiada bajo conciencia de                                                         |

|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|           | sí en el contexto de un campo ilimitado de significaciones compartidas con otros.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Ortiz     | La identidad es histórica y situacional al mismo tiempo. Este hecho la distancia de cualquier apreciación existencialista que sobre ella se pudiera suponer. Es más, una forma de subjetivación que se constituye en escenarios de socialización, desde donde se construyen significados sociales de pertenencia. De esta forma un sujeto se piensa a sí mismo y al contexto en el que se sitúa, y en tal sentido se autodefine.                                                                                |
| Hall      | La identidad es un proceso que actúa a través de la diferencia, entraña un trabajo discursivo, la marcación y ratificación de límites simbólicos. Necesita lo que queda afuera, su exterior constitutivo, para consolidar el proceso.                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Grimson   | Las identidades nacen y se construyen siempre tomando conciencia de la diferencia, es decir en relación con los otros.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Ricoeur   | La identidad inacabada nace desde la representación y la narración del “sí mismo”. Esa narrativa es siempre a partir de un ahora donde cobra sentido un pasado. Identidad tiene para Ricoeur el sentido de una categoría de la práctica, supone la respuesta a la pregunta ¿quién ha hecho tal acción, ¿quién es el autor?                                                                                                                                                                                      |
| Arfuch    | La identidad se constituye a través del relato, al dar un orden (el de la trama) al conjunto de acontecimientos contingentes que conforman nuestra existencia. Pero, como intervalo entre dos polos, la identidad no está cerrada, oscila entre esas dos formas de continuidad temporal. La permanencia no está dada por un carácter inmutable, ni es una categoría vacía. Se constituye en el intervalo entre cierta persistencia de los rasgos personales y la respuesta ética frente a la pregunta del otro. |
| Navarrete | Entendemos a la identidad como un concepto aporético en tanto que tiene la condición de necesidad y a la vez de imposibilidad, es decir, es un concepto necesario, pero a la vez imposible de una representación precisa y definitiva.                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Kant      | Es la actividad del sujeto trascendental la que permite, por medio de los procesos de síntesis, identificar diversas representaciones (en un concepto), solo la noción trascendental de identidad hace posible un concepto de identidad.                                                                                                                                                                                                                                                                        |

Tabla 7

Para hacer una interpretación de cómo nace la identidad cultural en la iglesia maradoniana y en las hinchadas de Santa Fe hay que tener claros los conceptos de cultura e identidad que se abordarán en esta interpretación los cuales son propuestos por varios autores; la cultura como lo plantea Edward Tylor son todos esos conocimientos, creencias, costumbres y todas las demás capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como

miembro de una sociedad, la cual tiene unas cualidades que la hacen distinta a las demás culturas, por otra parte, Talcott Parsons propone que toda cultura es única e irrepetible, ya que genera unos sentimientos y unos valores que no se pueden replicar, por último Pierre Bourdieu añade a la definición de cultura el hecho de que esta se crea a partir de las vivencias y experiencias con las demás personas de la comunidad.

Por su parte la identidad se define como lo plantea Alonso en la expresión de la cultura, la cual se va generando a partir de las experiencias que vive el hombre en una sociedad, y lo van marcando con unos valores, creencias y simbolismos, puesto que como lo propone Goffman una persona tiene la capacidad de generar conductas variables según los contextos de interacción social y sobre todo en los contactos cara a cara; por último Grimson añade a la definición de identidad un aspecto de vital importancia para esta investigación el cual es que la identidad se construye a partir de las diferencias y la relación con el otro, formando así una cultura con una misma identidad para todas las personas que pertenezcan a esta.

La construcción de la identidad cultural en todos los hinchas se da a partir del contexto cultural en el que se encuentran, ya que, no todos los hinchas tienen el mismo proceso de formación para crear su identidad, esta se ve influenciada por estos contextos socioculturales que afectan la forma de ser de cada hincha, por otra parte, la cultura futbolística es un proceso que se ha transformado en una tradición familiar, puesto que la familia influye en la creación de esta identidad a partir de volver hincha a los niños desde muy pequeños, convirtiendo así esto en una tradición que pasará de generación en generación.

Esta identidad generada por los equipos de fútbol se forma a partir de los distintos simbolismos socioculturales que tiene cada club, los colores, las banderas, los cánticos, los escudos ayudan a reforzar esa nueva identidad que se crea con la pasión y el amor hacia un equipo, muchos hinchas encuentran al fútbol como una vía de escape a la realidad en la que viven, sintiéndose parte de algo nuevo, de una nueva sociedad que le abre las puertas a cualquier persona, que es diferente a los demás y que va transformando estos simbolismos en algo sagrado para todos sus hinchas.

El fútbol se puede considerar como una masa abierta, así como lo explica (Canetti, 1981) en donde esta no tiene límites y acepta a cualquier persona, al aceptar a cualquier persona se genera una construcción de masa en donde su crecimiento es su mayor virtud y al mismo tiempo su debilidad, ya que este tipo de masas tienden a desintegrarse a partir de los distintos pensamientos dentro de ella; al ser distintos las metas cambian siendo estas la principal característica de unión que poseen las masas.

La creación de estas masas o sociedades se dan a partir de la prisa que tienen las personas de pertenecer a algo nuevo y donde la mayoría de las personas están, por otra parte, la mayor característica de las masas es su sed de crecimiento, en donde el querer destacar sobre los demás se convierte en su mayor objetivo.

A partir de esto se considera que en el fútbol hay muchas culturas que son generadoras de identidad, se puede llegar a pensar que el fútbol tiene una sola cultura, pero no es así, ya que al ser una masa abierta se van generando nuevos pensamientos y sociedades, puesto que cada equipo y cada hincha es distinto al otro, creando así distintas culturas que tienen cosas en común pero donde lo que más resalta son las diferencias entre ellas, estas

diferencias son creadas gracias a los símbolos siendo estos los principales entes de diferenciación entre cada barra, hinchada o cultura, pues que cada símbolo representativo es diferente al de los otros equipos.

Como consecuencia de esto se puede llegar a pensar que así se haga parte de una sociedad como hincha de un mismo equipo, la identidad de cada persona es distinta, ya que cada hincha, barra, o sociedad vive el fútbol de manera distinta, generando así una identidad diferente sin importar de que se tengan los mismos valores o colores, puesto que cada persona va generando su propia identidad a partir de las experiencias vividas dentro de cada cultura.

El fútbol es un masificador de culturas, siendo esta una cultura única que tiene varias subculturas con símbolos, creencias, ritos y valores diferentes que son las que se van generando a partir de cada pensamiento y vivencia por los distintos hinchas, experiencias que son vividas en las prácticas culturales, como la ida al estadio, la participación en caravanas, las camisetas, los banderazos, etc. Son estas vivencias las que van formando de a poco la identidad de los hinchas; a partir de que todos los hinchas no tienen las mismas experiencias en estos espacios, se van generando estas subculturas alrededor del fútbol creando distintas identidades que se caracterizan por tener simbolismos socioculturales diferentes.

Los simbolismos juegan un papel fundamental en la construcción de estas nuevas culturas, siendo estos los que más caracterizan a las personas pertenecientes a estas, a partir de los sentimientos y las emociones que los aficionados viven y experimentan gracias a ellas, las camisetas de los equipos de fútbol son el mayor simbolismo que tienen los hinchas de fútbol, ya que con estas se sienten identificados y parte de algo, puesto que en

las camisetas se pueden resaltar los símbolos más característicos de los equipos de fútbol, que son el escudo, los colores y el nombre; al portar la camiseta los aficionados sienten distintos sentimientos como amor, pasión, y honor, estos sentimientos son el complemento que logra unir a los aficionados a su equipo de fútbol, para entender estos sentimientos hay que tener claro que las nuevas sociedades o culturas una vez constituidas tienen la intención de crecer con rapidez, destacándose entre las demás, construyendo nuevos simbolismos que siempre serán representativos para ellos, convirtiéndose así en algo sagrado, un cántico, una bandera o cualquier otro simbolismo viven la misma transformación que las camisetas, a partir del cambio de lo profano a lo sagrado teniendo como base los distintos sentimientos que sienten los hinchas hacia estos objetos que los representa, puesto que se crean con la intención de generar diferencias entre las demás culturas.

Como consecuencia de esto los aficionados sienten la necesidad de defender y hacer respetar las camisetas y los demás simbolismos, es por esto que se sienten tan orgullosos de portarlos, convirtiéndolos en prácticamente algo fundamental para ellos, transformando así algunos objetos profanos en algo sagrado que los identifica y los hace sentir parte de una nueva cultura que los acepta y los representa.

Es por esta transformación de lo profano a lo sagrado que un jugador de fútbol se puede transformar en un dios para toda una sociedad, que lo endiosa, lo venera, le hace distintos rituales y le reza a él para que le vaya bien a su equipo, Diego Armando Maradona es considerado un dios a partir de sus distintas proezas como futbolista y porque hace sentir a todos sus seguidores identificados con su historia de vida, a partir de su humildad y la representación que tuvo para el pueblo argentino y gran parte de Italia.

A partir de considerarlo un dios, los aficionados al astro argentino dejan a un lado todos sus errores como persona, estando a su lado siempre y aun después de fallecido, ya que, a

partir de su muerte, ese amor y pasión que sienten hacia “El Diego” ha ido en aumento, considerando su ausencia en algo divino, en algo que los acerca más a ser escuchados por su dios, que les puede llegar a ayudar en todas sus oraciones y plegarias.

## **4.2 Resultados**

Se realizó 9 entrevistas semiestructuradas a hombres y mujeres de Colombia en la cual se les preguntaron las siguientes preguntas:

¿De qué equipo es hinch?

¿Por qué se hizo hinch de este equipo?

¿Por qué escogió el fútbol como deporte favorito y no otro deporte?

¿Qué significa para usted el fútbol?

¿Qué significa Santa Fe para usted?

¿Por qué es tan importante la camiseta, el escudo y los distintos símbolos de su equipo?

¿Cuál cree que es el objetivo de los distintos simbolismos del equipo?

¿Considera que su identidad es influenciada por su equipo de fútbol?

¿Qué relación encuentra entre el fútbol y lo religioso?

¿De dónde cree que nace la pasión por el fútbol en Colombia?

¿Por qué cree que el fútbol es una de las pocas cosas que puede juntar a los colombianos?

¿Dejaría que un hijo suyo fuera hinch de Millonarios o Nacional?

¿Tiene algún ritual o cábala que siempre realice cuando ve fútbol?

Por otra parte, se realizaron 10 entrevistas semiestructuradas a hombres y mujeres de Argentina en la cual se les preguntaron las siguientes preguntas:

¿De qué equipo es hinch?

¿Por qué se hizo hinch de este equipo?

- ¿Por qué escogió el fútbol como deporte favorito y no otro deporte?
- ¿Qué significa para usted el fútbol?
- ¿Qué relación encuentra entre el fútbol y lo religioso?
- ¿Qué significa Maradona para usted?
- ¿Por qué cree que el argentino es tan pasional con el fútbol?
- ¿De dónde cree que nace esta pasión?
- ¿Por qué es tan importante la camiseta, el escudo y los distintos símbolos de su equipo?
- ¿Considera que su identidad es influenciada por su equipo de fútbol?
- ¿Por qué fundaron la iglesia maradoniana?
- ¿Cuáles son los objetivos de esta iglesia? Y ¿que une a las personas alrededor de estos objetivos?
- ¿Por qué razón Maradona es un dios para sus hinchas?
- ¿Los fieles a esta iglesia le piden favores o milagros a Maradona?

También una encuesta a 66 personas de ambos países, donde se les realizaron las siguientes preguntas Nombres y apellidos, Correo electrónico, Nacionalidad, ¿Utiliza algún apodo como hincha del fútbol?, ¿De qué equipo es hincha?, ¿Hace cuantos años es hincha de ese equipo?, ¿Por qué razón se hizo hincha de ese equipo?, ¿Qué rasgos lo caracterizan como hincha de ese equipo?, ¿Con que frecuencia va al estadio?, ¿Hace parte de alguna barra?, ¿Hace parte de algunas actividades de la barra? (caravanas, reuniones, actividades sociales, marchas, etc.), ¿En qué tipos de actividades participa?, Para usted ¿Qué significa participar en las actividades que caracterizan a una barra?, ¿De qué manera siendo hincha se configura su subjetividad para la participación como ciudadano en el campo de lo público?, Desde su punto de vista, ¿qué diferencias hay entre un hincha perteneciente a una barra y un hincha que no pertenece a alguna barra?, ¿Cómo ha influido en su diario vivir hacer parte de una barra?, ¿Por qué razón no pertenece a una barra?,

¿Considera usted que no ser parte de una barra lo hace menos apasionado por su equipo?,  
¿No pertenecer a una barra lo ha afectado como aficionado al fútbol?

Estas encuestas se utilizaron para crear una base de datos que ayuda a la identificación de cada persona, puesto que, se tienen los datos de la nacionalidad y el contacto con las personas que colaboraron en esta investigación, por último, se realizó una observación no participativa con el fin de evidenciar las distintas actividades que realizan los hinchas del fútbol. Gracias a estas herramientas se cumplieron a cabalidad los objetivos específicos propuestos en la investigación, ya que se pudieron identificar todos los simbolismos socioculturales en la Iglesia Maradoniana y en las barras de Independiente Santa Fe.

El 100% de los entrevistados y encuestados respondieron que estos simbolismos son, las camisetas, los colores, las banderas, los cánticos, las barras, los escudos, las mascotas y los sobrenombres, por otra parte, en la observación no participativa se pudo evidenciar que la mayoría de las personas que van al estadio utilizan alguna prenda alusiva a su equipo fortaleciendo estos simbolismos socioculturales creados por los distintos equipos de fútbol.

Cabe resaltar que todos los equipos de fútbol tienen simbolismos que son parecidos pero que al mismo tiempo son diferentes, puesto que estos simbolismo buscan generar identidad en los hinchas, la cual se basa en creencias y pasiones que tiene como característica ser diferente a las demás.

A partir de estas mismas herramientas se llegó a comprender la importancia de los rituales futbolísticos que cada hinchista puede llegar a tener, estos rituales o cábalas son creadas a partir de las experiencias vividas por la persona, uno de estos rituales es el ritual de la camiseta, esta cábala se trata de colocarse una camiseta en especial el día en el que se va al estadio, como bien lo expresaba uno de los entrevistados “Siempre que voy a la

cancha voy con la misma camiseta, no importa si está sucia o rota”, otro ritual es el de ir al estadio a ver y alentar al equipo del cual uno es hincha, la mayoría de los encuestados y entrevistados confirmó que ir al estadio es una experiencia que se va transformando en un tradición y en un ritual “Siempre tengo la cábala de ir a la cancha, estar siempre en las buenas y en las malas”.

Existe un ritual que es bastante particular, este se da cuando una familia se reúne a ver un partido de fútbol y tienen unos sitios específicos donde cada miembro tiene su lugar y de él no se puede mover “Si estamos en la casa, cada uno tiene su silla, nadie se mueve hasta que se acaba el partido”; este ritual va de la mano con el ritual del domingo de fútbol, este ritual se da cada domingo, puesto que en este día se disputan la mayor cantidad de partidos en las distintas ligas del mundo, para los hinchas este día es fundamental, puesto que aplazan compromisos o actividades familiares para poder ver los encuentros “El domingo de fútbol no se negocia, si tenemos que hacer algo con mi señora lo aplazamos, primero está mi equipo”.

Se consideran que las cábalas y los distintos rituales son el fiel reflejo de lo que es el fútbol, a partir de que todas estas se van formando y creando a partir de las pasiones que vive y siente la persona por su equipo de fútbol, uno de los rituales más importantes para los fanáticos es el ritual de la oración, que consiste en rezarle a cualquier santo para que a su equipo le vaya bien, este ritual no tiene barreras religiosas, ya que se puede realizar sin importar a qué santo se le rece, por otra parte hay personas que hacen peticiones a dioses a cambio de algo “yo le prometí a la virgen María que si Santa Fe no descendía, subía Monserrate a pie”.

Este ritual de la oración también se puede realizar con el simple hecho de darse la bendición antes de que comience el encuentro, por otra parte, cuando se está en juego un

partido importante los hinchas de los equipos tienen la tradición de realizar eucaristías antes del encuentro, con el fin de que a su equipo le vaya de la mejor forma posible en ese partido.

Con el ritual de la oración se llega al punto de endiosar y venerar a los jugadores de fútbol, convirtiéndolos en algo sagrado, transformándolos en algo profano en algo sagrado, la leyenda de Diego Armando Maradona en Argentina es real, su historia y sus proezas futbolísticas fueron las encargadas de crear a un dios para todo el pueblo argentino, que ve en él a un héroe que siempre estuvo a la orden de salvar y luchar por su pueblo.

Con el nacimiento de este dios se creó una iglesia para todos sus fieles, que están orgullosos de venerar todas sus hazañas futbolísticas, esta iglesia se generó a partir de la pasión de todo un pueblo que está agradecido con él, por ser un abanderado y dejar en alto el nombre de su país, la historia de Maradona se conoce en toda Argentina, un niño pobre y humilde que debutó en las canchas de barro como cualquier otro, que con su talento superó todas sus dificultades, Diego Armando Maradona simboliza al argentino puro es “Humilde, frentero y muy humano por eso lo queremos tanto”.

Para el 99% de los argentinos entrevistados y encuestados Maradona es “Maradona significa mucho, cuando yo era chico yo no quería ser Superman, el hombre araña no, yo quería ser Maradona jugar un mundial y ser el icono de argentina”, “El fanatismo maradoniano es el ADN que uno lleva en la sangre como argentino, los maradonianos no exageramos nuestro amor, es un amor que llevamos dentro”, “Maradona es un mito y una leyenda ahora que no está, es un amor que se lleva muy adentro”, “Para nosotros Maradona es el dios del fútbol”, “Maradona es lo más grande que hay”, “El diego es lo más grande que tenemos”, “Maradona es la persona que más nos representa a los argentinos”, “Diego para mí es una filosofía de vida, diego es un escalón más a toda la pasión del fútbol”, “Es la

única persona que me emociona", "El Diego nos defendió después de la guerra de las Malvinas", "Yo quiero a mis papás, pero Diego es algo distinto".

Como cualquier otro dios se le reza y se le piden milagros, estos rezos se hacen en especial para que Diego puede ayudar al equipo, es por esto que Maradona es un dios distinto a los demás, ya que es el único dios del fútbol, "Si le rezo a Maradona, a veces le digo diego danos una mano, ayúdanos". Su muerte fue un suceso que golpeó a todo el pueblo argentino "Con la muerte de él se fue una parte muy grande de mi vida", pero con ella se comenzó a sentir más cerca el contacto que se podía generar con él, al ya no estar en el plano terrenal, a través de las oraciones sus fieles aficionados podrían generar un contacto espiritual con él.

En el mundo del fútbol existen millones de rituales o cábalas que hacen sentir a los aficionados más seguros de sí mismos y de qué están haciendo todo lo posible para ayudar a su equipo, hay rituales desde ir al estadio siempre con la misma persona, comer siempre en el mismo lugar antes del partido hasta usar la misma ropa interior siempre que juega el equipo, estos rituales son creados a partir de la pasión y de las distintas creencias de los aficionados.

Con la realización de estas herramientas se llegó a evidenciar el cómo se va formando la identidad en los hinchas, a partir del equipo el cual es hincha y como este puede llegar a influenciar la creación de esta identidad, el 96% de los encuestados y entrevistados aseguró que su amor por el fútbol y por su equipo nació a partir de una herencia familiar, la cual viene desde hace muchas generaciones en su familia, este legado casi siempre es inculcado por los hombres, ya sea por los papás o por los abuelos, "A mí me comenzó a gustar el fútbol gracias a mi abuelo, veía todos los partidos que pasaban por televisión con él".

La identidad de los hinchas se va creando a partir de las experiencias vividas como aficionado de fútbol, se puede afirmar que cada persona sueña con ser y sentirse parte de algo, que lo acepte como son, sin tener la necesidad de ser juzgados, el fútbol les brinda esa posibilidad a todas las personas que son amantes de este deporte, las personas se vuelven parte de estas nuevas sociedades y culturas a partir de las diferencias que estas tienen respecto a las otras, ya que se podría decir que todos los equipos tienen escudos, banderas, colores, cantos y otros simbolismos que los identifican, pero no se ha llegado a comprender que así sean los mismos simbolismos, cada uno de ellos es distinto a los demás, creando así infinitudes de identidades, puesto que todos los aficionados al fútbol son distintos, a partir de que su amor por el club varía con el nivel de pasión que la persona tenga hacia el equipo.

Para el 100% de los encuestados y entrevistados piensan que los simbolismos son la mayor herramienta de identidad que tienen como aficionados, ya que con ellas se sienten identificados y representados con ellos, sienten sentido de pertenecía, sienten la necesidad de defenderlos y sienten millones de sentimientos al momento de portarlos, "Las camisetas y el escudo es algo maravilloso, su color, sus estrellas, es todo", "Ponerse una camiseta de fútbol es como volver a nacer", "Los simbolismos nos representan, por eso es tan importante, las banderas son sagradas para nosotros, los simbolismos son parte de cada uno, es como la familia", "Los simbolismos sirven para identificarnos, el argentina usan los simbolismos como su documento de identidad", "Los simbolismos es algo que nos identifica, el escudo siempre estará por encima de todo", "Los simbolismos nos hacen únicos, porque nos hacen resaltar, creer en algo, es algo que se debe respetar y defender", "Los simbolismos son la representación de lo que uno ve, es algo que nos distingue de los demás".

Muchas veces se puede llegar a pensar en ideas descabelladas que los aficionados piensan y sienten como por ejemplo “Lo más loco que he hecho por boca es viajar cada domingo 3 horas para poder ver a mi equipo”, “Santa fe es mi vida entera, es mi todo”, “Santa fe es el amor más grande de mi vida, el que me ha dado las mayores alegrías en mi vida”, “Santa Fe es todo, santa fe es, fue y será algo más que un simple equipo de fútbol”, “Santa Fe significa amor, nunca había sentido un amor tan grande como el que siento por mi equipo”, “El fútbol es algo inexplicable, algo que va más allá de todo, es un cable por tierra que une a todos”, todos estos pensamientos son creados a partir de la pasión que siente esa persona hacia su equipo o hacia el fútbol en general, son pensamientos e ideas que no pueden ser criticadas por la sociedad, puesto que a veces la pasión puede dejar a un lado la racionalidad, es por esto que estos pensamientos son respetables y válidos.

Por otra parte, la identidad cultural es influenciada por el contexto social en el que se vive, puesto que no es lo mismo cómo se vive el fútbol en Colombia a cómo se vive en Argentina, es cierto que con el pasar de los años Colombia ha adoptado varias posturas y rituales que se veían en los aficionados argentinos, pero aun así su pasión por el fútbol es distinta, puesto que ellos mismos se consideran como personas que son muy pasionales y su pasión más grande es el fútbol, para los argentinos encuestados y entrevistados el fútbol es “El fútbol es algo que tienes incorporado desde chico”, “El fútbol es mi vida entera, para mí el fútbol es todo”, “En argentina uno tiene el fútbol como deporte principal, prácticamente nacemos con una pelota debajo”, “Somos más devotos al fútbol que a la religión”; en cambio para el colombiano el fútbol es algo inmenso que tiene la posibilidad de hacer vivir a la persona muchos sentimientos al mismo tiempo, sentimientos que ningún otra cosa puede hacerlos vivir, el fútbol para el colombiano no tiene una clara definición, estas fueron algunas de sus respuestas “El fútbol puede significar unión, compañerismo, puede ser vida,

algo que puede cambiar mi estado de ánimo”, “El fútbol es una religión”, “El fútbol es una serie de emociones encontradas”, “El fútbol es un estilo de vida, es pasión, es cultura, es todo”, “El fútbol es una pasión, es alegría, tristeza porque a veces es muy difícil”; es por esto que siempre se tiene que tener en cuenta el contexto cultural de la persona, en donde las diferencias siempre serán resaltadas.

Una de las cosas que tienen en común los aficionados es el amor hacia su equipo, pueden llegar a definir el fútbol así tengan algunas diferencias, pero en lo que sienten por su equipo el 100% de los encuestados y entrevistados afirmaron que el amor hacia su equipo es “Mi equipo es todo, Boca me ha inculcado esa pasión que uno siente con el fútbol”, “Soy hincha de Gimnasia, porque así soy yo, no me interesa si ganamos o perdemos”, “Santa fe es parte de la vida de uno, no me imagino ser hincha de otro equipo, es un amor muy raro”, “Es un amor fiel, uno no sabe de dónde viene, es como estar enamorado”.

Con esta investigación se pudo evidenciar que la identidad de las personas si es afectada por su equipo de fútbol, porque algunos aficionados se ven afectados emocionalmente con los resultados conseguidos por su equipo, “Mi identidad si ha sido influenciado por mi equipo, mi estado de ánimo cambia a partir de cómo le va a mi equipo”, “Cuando le va mal a mi equipo es muy duro seguir como si nada en mi vida diaria”, “Mi estado de ánimo depende del fútbol, en toda la semana estoy pensando en el siguiente partido de mi equipo”, “Mi manera de ser ha sido influenciada por mi equipo”.

Por último, se evidenció que el fútbol no reconfigura el término de cultura, el fútbol lo que hace es crear una nueva cultura, en donde se van generando distintas subculturas que son alimentadas por los distintos simbolismos socioculturales que son creados por los aficionados, a partir de sus experiencias y pasiones sentidas por su equipo de fútbol.

## 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El fútbol puede tener varias definiciones las cuales son creadas a partir de los pensamientos de las personas hacia este deporte, el fútbol puede ser considerado como un deporte, como una práctica deportiva, como cortina de humo, como pan y circo para el pueblo, como un objeto de dominación utilizado por los políticos, pero también puede considerarse como un estilo de vida, como una vía de escape a las distintas realidades que se viven, como una oportunidad de expresar muchos sentimientos, como una distracción y de acercamiento con el otro, o simplemente el fútbol puede considerarse como una religión “El fútbol es como la religión, las religiones tienen fieles y el fútbol también los tiene, así que se puede considerar al fútbol como una religión”, en sí el fútbol no tiene una definición clara, es tan grande el concepto de fútbol que cualquier persona puede crear y generar una nueva definición.

Por estas razones el fútbol es considerado como el deporte rey, como algo que se puede encontrar en cualquier lugar del planeta, que posee el poder de juntar culturas enteras alrededor de un espectáculo, erradicando el problema de la desigualdad. Con el pasar de los años el fútbol se ha ido transformando de profano a sagrado para los aficionados, puesto que su vida ha comenzado a depender de este, sus sentimientos, sus emociones, sus estados de ánimo son controlados por los distintos resultados que se dan en los partidos.

El fútbol puede considerarse como una vía de escape a la realidad que viven las personas, puesto que muchos aficionados sienten que al ver un partido de fútbol el mundo se detiene y solo importa el partido, el fútbol es una herramienta que brinda entretenimiento, que puede acaparar los pensamientos de los aficionados cuando se

aproxima un partido de vital importancia, dejando todo lo diferente al fútbol en un segundo plano.

A partir de las desigualdades sociales el fútbol se convierte en un ente que puede llegar a cerrar momentáneamente estas brechas, puesto que en él no existen las clases sociales, ya que todos los aficionados son considerados iguales, además de esto el fútbol tiene la capacidad de unir países sin importar las diferencias políticas, sociales o económicas que se tengan, ya que a partir de las selecciones nacionales, todo un país puede llegar a unirse, con el fin de alentar a sus compatriotas que están disputando un encuentro en representación de todo una nación.

Es por esto que el fútbol ya no puede considerarse como un simple deporte, ya que se está dejando a un lado las distintas culturas que se han venido creando con el crecimiento de este a nivel mundial, culturas que han convertido un deporte en algo lleno de mitos y leyendas, que crean proezas en el terreno de juego. Estas culturas son creadas a partir de las pasiones, sentimientos y emociones que sienten los aficionados por este y por su equipo, el fútbol al ser tan pasional va convirtiéndose en algo indispensable para un gran porcentaje de la población mundial.

A partir de la creación de nuevas culturas y sociedades se evidencia que la base de estas son los simbolismos, los cuales generan identidad y fidelización con los distintos equipos, al crear una identidad se busca que estos simbolismos tengan como mayor característica el ser distintos a los demás, puesto que el ser humano siempre está en busca de pertenecer a una sociedad que le brinde cosas diferentes, con el fin de resaltar dentro de las demás sociedades.

Estos simbolismos son la carta de presentación de cada aficionado, puesto que es algo que representa los ideales y pensamientos de las personas, el simbolismo más importante para los hinchas es la camiseta, puesto que esta tiene en ella muchos simbolismos, como los colores, los escudos y los eslogan, es por esto que para los aficionados al fútbol las camisetas son el simbolismo que más los representa, identifica y diferencia a comparación a los demás equipos.

Estas nuevas culturas pueden llegar a tener los mismos simbolismos, ya que todos los equipos de fútbol tienen banderas, escudos, colores, camisetas, mascotas que los representan, pero hay que tener claro que cada uno de estos simbolismos es diferente a los demás y es por esto que las pequeñas diferencias son su mayor característica.

Los simbolismos también pueden ser considerados como una máquina de hacer dinero, que se aprovecha de las pasiones y sentimientos de sus hinchas al momento en el que retan a los aficionados de ver que tanto amor pueden expresar hacia su equipo, esto se ve reflejado en cada inicio de temporada en donde todas las camisetas de fútbol cambian de aspecto para generar mayores ganancias para el club, es por esto que las camisetas son tan importantes en la estabilidad del marketing del equipo, al ser modificadas cada temporada crean una necesidad para sus hinchas de seguir sintiéndose parte de algo a partir de adquirir la nueva camiseta, por esta razón las camisetas son el simbolismo más importante para los aficionados, puesto que con ella demuestran que son parte de algo diferente, que se sienten identificados con esos simbolismos y que aman a su club.

Al ser culturas creadas a partir de la pasión son capaces de generar rituales alrededor de un equipo de fútbol transformando en sagradas muchas acciones realizadas en pro del bien de su club, con la creación de estos distintos rituales se entra a un espacio en donde lo

religioso y la fe tienen un gran poder, puesto que estos dos elementos le brindan una herramienta de seguridad al aficionado de pensar de que si hacen algunas acciones estarán haciendo lo posible por conseguir la victoria para su equipo.

Otro aspecto que se crea a través de la pasión y los sentimientos de los aficionados es el surgimiento de dioses futbolísticos, que son los encargados de realizar proezas dentro de la cancha, este es el caso de Diego Armando Maradona, que fue uno de los mejores jugadores del mundo, que realizó grandes actuaciones dentro de las canchas de fútbol, estas actuaciones fueron creando de a poco una leyenda para todo el pueblo argentino, que comenzó a creer que Maradona era un dios para ellos, a partir de cómo era su forma de ser, siendo la representación general del argentino, ya que su historia es la de un niño como cualquier otro, que comenzó a jugar en potreros y que con su talento comenzó a superar todos sus problemas sociales y económicos, que con el paso del tiempo se convirtió en la bandera de un país al siempre luchar por sus ideales y pensamientos, a partir de todas las mentiras creadas en la guerra de las Malvinas por la dictadura en su país; al momento de ganar el partido ante Inglaterra en el mundial de 1986 Maradona se transformó en un dios que representa a todo un pueblo, que ve en él un ídolo que está dispuesto a batallar las distintas problemáticas que su nación no puede pelear.

A partir del nacimiento de este dios argentino se creó una iglesia en su honor, que tiene el objetivo de venerar y transmitir toda la pasión que sienten sus fieles hacia su ídolo, esta iglesia es lo más pasional que se ha visto en el mundo futbolístico, ya que nunca se había evidenciado la creación de una nueva religión, que tiene mandamientos y celebraciones como cualquier otra religión en el mundo, esto demuestra que la pasión de los aficionados al fútbol no tiene límites ni barreras, puesto que muchos hinchas llegan a un punto que no

tienen las herramientas necesarias para expresar sus sentimientos hacia un equipo, un jugador o simplemente hacia el deporte que aman.

Todos los aficionados al fútbol tienen un templo en común, un lugar que les abre las puertas cada fin de semana para poder encontrarse con lo que más los apasiona, los estadios son el lugar en donde todos los hinchas se encuentran para alentar a su equipo, en donde se ha transformando en un espacio en donde las distintas problemáticas sociales desaparecen por un lapsus de tiempo, puesto que la mayoría de los hinchas expresan que al momento de ir al estadio lo único en lo que piensan es en estar alentando a su equipo mientras se disputa el partido, por otra parte es una zona en donde se pueden compartir con amigos y familiares a los que los une una misma pasión.

La familia y las herencias juegan un rol fundamental en la creación de estas pasiones que sienten los aficionados al fútbol, puesto que la gran mayoría de aficionados aseguran que su amor por su equipo nació desde muy pequeños, gracias a las distintas enseñanzas que sus padres y abuelos tuvieron con ellos, es por esto que el fútbol se ha convertido en una herencia familiar que ha sido transmitida de generación en generación.

Esta herencia también va acompañada por la pasión, ya que muchos hinchas aseguran que no permitirían que un hijo suyo fuera hincha de otro equipo, puesto que se sentirían traicionados y harían todo lo posible por enseñar e inculcar ese amor por su equipo; muchas veces esta herencia es radical al momento de ser transmitida desde muy pequeños a los niños, quitándoles la oportunidad a los niños de poder elegir el equipo que quieren seguir.

Este caso se ve constantemente en Argentina, porque al ser un país tan pasional con el fútbol, inculcan este amor hacia los niños desde muy temprana edad, siendo el fútbol la

primera opción para todos los hombres, en esta nación, creando así una leve discriminación con las personas que no encuentran una afinidad con el fútbol.

Cabe resaltar que estas herencias siempre son impartidas en su mayoría por los hombres, ya que las mujeres son más liberales con la escogencia de los gustos en sus hijos, en cambio los hombres si sienten la obligación de formar a sus hijos a partir del amor hacia un equipo de fútbol, con el crecimiento a lo largo de los años del gusto de las mujeres por el fútbol esta tradición se ha traspasado también por ellas, en un menor nivel pero con la misma intención de formar y vivir experiencias con sus hijos alrededor de los resultados adquiridos por su club.

El contexto sociocultural impone unas diferencias que se ven marcadas en las formas de expresarse de los hinchas, convirtiéndose así en una características que los diferencia, a partir de que todos los aficionados al fútbol son distintos, no existe en el mundo un aficionado igual al otro, puesto que su pasión es distinta y el cómo vive el fútbol lo hace diferente.

Estas pasiones son diferenciadas por sus contextos culturales, a partir de que su cultura es expresada en el ámbito futbolístico, con esta investigación se evidencia cómo las culturas de la nacionalidad, de la religión, de la región y del estrato marcan una diferencia en las pasiones que sienten los aficionados, puesto que todos tienen un concepto de fútbol totalmente distinto, que es generado por sus experiencias vividas.

Como consecuencia de lo anterior se evidencia que el fútbol no reconfigura la cultura, el fútbol lo que hace es generar una nueva cultura, que tiene dentro pequeñas subculturas o sociedades que se crean a partir de las pasiones y sentimientos impartidos por los hinchas,

que ven a este deporte como algo que está por encima de todo, que tiene el poder de crear nuevas sociedades que se caracterizan por ser distintas y únicas en el mundo, sociedades que les brindan la posibilidad a las personas de pertenecer a algo nuevo, que los ayuda a la creación de su identidad, en busca del crecimiento como sociedad; esta identidad se ve claramente influenciada por los distintos equipos de fútbol a partir de sus resultados y la necesidad de sentirse bien y cómodos en un espacio donde los problemas desaparecen.

Es claro que el fútbol es un ente creador de nuevas culturas y sociedades, a partir de la transformación de lo profano a lo sagrado, en donde sus simbolismos se transforman en algo sagrado e identificativo para todos sus hinchas, esta transformación se da a partir de las pasiones, unas pasiones que se evidencian no tener techo para realizar distintos rituales en pro para el bien del club.

Con esta investigación se evidencia que es imposible el seguir pensando que el fútbol es un simple deporte, que tiene un inicio y un final al momento en que se termina el partido, ya que se pudo identificar que no tiene un claro final, que es utilizado como cortina de humo para distraer al pueblo de las distintas problemáticas, que es un estilo de vida que se transforma en algo sagrado para sus aficionados, en donde los simbolismos sufren una transformación de conceptos como consecuencias de las pasiones, a partir de esto se abre a una puerta gigante a seguir investigando en cómo el fútbol ha cambiado la vida de las personas, es por esto que me pregunto Si Colombia y Argentina han adoptado cosas creadas en Inglaterra país que creó este deporte, ¿Qué definición le darían los ingleses al fútbol?, ¿Su pasión es la más desbordada que hay?, ¿Por qué el fútbol inglés es considerado el mejor de todo el mundo?, ¿Qué subculturas se han creado en Inglaterra a partir del fútbol?, ¿Por qué el fútbol es tan importante para los ingleses?.

Por otra parte investigar en otros países europeos la importancia del fútbol, como por ejemplo, como la mafia italiana se apoderó de todo el fútbol en este país, como en Rusia la política se vio influenciada en la guerra entre aficionados del CSKA y el Spartak, como el fútbol club Barcelona es una bandera de liberación para todo el pueblo de Cataluña que viene luchando hace años por su independencia de España, como en Ucrania un equipo de fútbol gobernaba en la política a través de sobornos a partir de la exportación de misiles nucleares, oro y platino, como la guerra de la religión entre católicos y protestantes se pasó al ámbito futbolístico a partir del clásico de Escocia entre Rangers y Celtic, y en especial como las dos guerras mundiales han dejado repercusiones en todo el continente europeo que han dejado hechos violentos en partidos de fútbol.

Como el fútbol es algo universal sería interesante seguir investigando en distintos lugares del mundo donde se supone que el fútbol no es tan importante para su población, pero que tienen matices bastante característicos que le dan un toque místico al fútbol, por ejemplo, investigar en Nigeria el ¿Por qué la magia negra y la brujería van de la mano con el fútbol?, ¿Por qué razón los nigerianos se sienten tan identificados con los equipos ingleses, al tal punto de matar en nombre de su equipo? ¿Por qué el fútbol fue capaz de detener una guerra civil en Costa de Marfil?, ¿Por qué Roger Milla le devolvió las esperanzas a Camerún y es considerado como un salvador?

Estas preguntas y posibles próximas investigaciones son herramientas que resaltan el pensamiento de que el fútbol no puede ser catalogado con una sola definición, puesto que este abarca temas que son impensados, a partir de la lejanía que tienen, pero que aun así por la importancia que tiene y el impacto social que genera es capaz de adaptarse para muchas cosas, ya sean positivas o negativas.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- Aguado, J. C. (1992). *Identidad, ideología y ritual: Un análisis antropológico en los campos de educación y salud*. Mexico D.F: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Alabaceres, A. (2015). Fútbol, música y narcisismo: algunas conjeturas sobre "brasil, decime qué se siente" . *Universidad de Buenos Aires* .
- Alabaceres, P. (2005). Maradona, el fútbol, la patria, el peronismo y otros gremios paralelos: un héroe en disponibilidad . *Universidad de Buenos Aires*.
- Alonso, B. (2005). El juego de las diferencias. Lecturas sobre identidad y cultura. *III Jornadas de Jóvenes Investigadores*.
- Álvarez, A. E. (4 de Abril de 2021). (D. G. Guerrero, Entrevistador)
- Álvarez, A. E. (10 de Abril de 2021). (D. G. Guerrero, Entrevistador)
- Álvarez, C. (2011). Técnicas e instrumentos para la recolección de la información. En C. Álvarez, *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa Guía Didáctica* (págs. 132-148).
- Amaya, C. (16 de Mayo de 2021). (D. G. Guerrero, Entrevistador)
- Arfuch, L. (2002). *Problemáticas de la identidad*. Buenos Aires: Prometeo .
- Bainbridge, W. (1980). *future of religion*. University of California Press .
- Baquero, M. (17 de Abril de 2021). (D. G. Guerrero, Entrevistador)
- Barbero, J. M. (2005). *Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Fondo de Cultura Económica.
- Barroso, G. (23 de Abril de 2021). (D. G. Guerrero, Entrevistador)
- Barroso, G. (Abril de 23 de 2021). (D. González, Entrevistador)
- Becerra, J. (16 de Mayo de 2021). (D. G. Guerrero, Entrevistador)
- Benavides, W. (11 de Abril de 2021). (D. G. Guerrero, Entrevistador)
- Benedict, R. (1934). *Patterns of Culture*. Nueva York .
- Bidegain, H. U. (2020). *Mi vida y el palacio* . Bogotá: Planeta.
- Blasco, J. E. (2007). *Metodologías de investigación en las ciencias de la actividad física y el deporte*. España: Editorial Club Universitario.
- Bogdan, S. T. (1984). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación: la búsqueda de significados*. Nueva York: Paidós.
- Boggs, J. (1974). *Revolution and Evolution in the Twentieth Century*. Detroit .

- Borges, J. L. (1978). (R. AN, Entrevistador)
- Bourdieu, P. (1979). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. París.
- Canclini, G. (1990). *Culturas híbridas*. Mexico : De bolsillo .
- Canetti, E. (1981). *Masa y Poder*. España: Muchnik Editores.
- Canetti, E. (1981). *Masa y Poder*. Barcelona: OMEGALFA.
- Cazeneuve, J. (1996). *La sociología del rito*. Paris.
- Chetty, S. (Octubre-Diciembre de 1996). El método de estudio de caso para la investigación en pequeñas y medianas. *International small business journal*.
- Cipriani, R. (1997). *Manual de sociología de la religión*. Siglo XXI Argentina.
- CNN. (20 de Agosto de 2018). *CNN*. Obtenido de CNN.
- Conmebol. (13 de Abril de 2017). *Conmebol*. Obtenido de Conmebol.
- Conmebol. (11 de Noviembre de 2018). *Conmebol*. Obtenido de Conmebol.
- Díaz, R. (1998). *Teorías antropológicas del ritual*. España: Anthropos y Universidad Autónoma Metropolitana.
- Durkheim, É. (1925). *La educación moral*.
- Eliade. (1956). *Lo sagrado y lo profano*. Madrid: Guarrama.
- Eliade, M. (1968). *Mito y realidad*. Madrid: Guadarrama.
- Elkoufeyi. (s.f.). *Maradona*. Murales De Maradona, Norte De Líbano .
- Feuerbach, L. (1846). *Esencia de la religión*. Páginas de Espuma.
- Freud, S. (1923). *El yo y el ello*.
- Galeano, E. (1995). *El fútbol a sol y sombra*. Uruguay: Siglo XXI.
- Gallego, J. A. (2010). Los hechos del 6 y el 7 de noviembre de 1985. En J. A. Gallego, *Informe final de la Comisión de la Verdad sobre los hechos del Palacio de Justicia* (págs. 109-175). Bogotá: Editorial Universidad del Rosario.
- García, M. (2016). La encuesta. En F. A. Modesto Escobar, *El análisis de la realidad social*: (págs. 141-170). Madrid: Alianza Universidad Textos.
- Geertz, C. (1973). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- Geertz, C. (1973). *La interpretación de las culturas*. California .
- Giddens, A. (2002). *Modernidad e identidad del yo*. Rio De Janeiro: Península .
- Gil, D. (13 de Mayo de 2021). (D. G. Guerrero, Entrevistador)

- Jimenez, G. (2004). Culturas e identidades. *Revista Mexicana de sociologia* , 77-99.
- Giordano, C. M. (2017). El fútbol, opio para el pueblo . (A. Sports, Entrevistador)
- Goffman, E. (2001). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Goffman, E. (2009). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Madrid : Amorrortu Editores España SL.
- Gomez, A. (2007). *Base de datos*. Mexico: Pearson.
- Gomez, L. (20 de Abril de 2021). (D. G. Guerrero, Entrevistador)
- Gomez, M. R. (7 de Abril de 2021). (D. G. Guerrero, Entrevistador)
- Grafico, E. (25 de Noviembre de 2020). *El Grafico*. Obtenido de El Grafico.
- Grimes, J. E. (1971). *The thread of discourse*. The Hague.
- Grimson, A. (1999). Relatos de la diferencia y la igualdad. *Los bolivianos en Buenos Aires*.
- Hall, S. (1983). *Estudios culturales*. Ediciones Paidós.
- Hall, S. (2003). *¿Quién necesita 'identidad'?* Buenos Aires: Amorrortu.
- Harris, M. (1998). *Theories of culture in postmodern times*. Brooklyn .
- Hartley, J. (1994). Estudio de caso en la investigación de organizaciones. *Editorial SAGE*.
- Held, D. (1999). *Global Transformations: Politics, Economics and Culture*. New York: Stanford University Press.
- Holmes, A. (2013). Observación directa. En V. FR, *Enciclopedia de los trastornos del espectro autista*. Nueva York: Springer.
- Horby, N. (2008). *Fiebre en las gradas*. Londres: Anagrama.
- Huerta, E. (20 de Mayo de 2021). (D. G. Guerrero, Entrevistador)
- Huizinga, J. (1938). *Homo ludens*. Gallimard.
- Juarez, M. (2006). *Las bases de datos* . Mexico: Pearson.
- Juniors, B. (30 de Noviembre de 2020). *Boca Juniors pagina oficial*. Obtenido de Boca Juniors pagina oficial.
- Kant, I. (2007). *Crítica de la razón práctica* : . Buenos Aires: Lozada.
- Kapitan, T. (1989). Devine on Defining Religion. *Faith and Philosophy* 6, 207-214.
- Kuper, A. (2001). *Cultura: La versión de los antropólogos*. Estados Unidos .

- Kuper, S. (1994). Fútbol contra el enemigo. En S. Kuper, *Fútbol contra el enemigo* (págs. 261-293). contra.
- Lara, Á. L. (2010). Erving Goffman: microinteracción y espacio social. *Veredas Especial*, 115-136.
- Laren, P. M. (2007). *La escuela como un performance ritual*. Mexico: Siglo XXI Editores Unidos.
- Lévi-Straus, C. (1952). *Raza y cultura: Raza e historia*. Belgica : Catedra.
- Lévi-Strauss, C. (1971). *L'Homme nu*. Plon.
- Linton, R. (1945). *Cultura y personalidad*. Filadelfia .
- lopez, C. A. (25 de Abril de 2021). (D. G. Guerrero, Entrevistador)
- Luhmann, N. (1997). *Teoría de la sociedad*.
- Lushsux. (s.f.). *Maradona*. Murales De Maradona, Sunshine Australia.
- Malinowski, B. (1926). *Crimen y costumbre en la sociedad salvaje*. Inglaterra.
- Marx, K. (1885). *El Capital Tomo II*.
- Mattelart, A. (1998). *Teorias de la comunicación*. SAGE Publications Ltd.
- Mattelart, A. (2004). *Introduccion a los estudios culturales*. Paidós.
- Mauss, M. (1947). *Manual de etnografía*. París .
- Medina, P. (30 de Abril de 2021). (D. G. Guerrero, Entrevistador)
- Muñoz, A. (Mayo de 16 de 2021). (D. G. Guerrero, Entrevistador)
- Muñoz, D. (16 de Mayo de 2021). (D. G. Guerrero, Entrevistador)
- Murdock, G. (1949 ). *Social Structure*. Pensilvania.
- Nacion, L. (30 de Noviembre de 2020). *La Nacion*. Obtenido de La Nacion.
- Navarrete, Z. (2008). Construcción de una identidad profesiona. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 143-171.
- Nietzsche, F. (1895). *El Anticristo*. Ein philosophisch-historischer Kommentar.
- Nussbaum, M. (2006). *El ocultamiento de lo humano*. Buenos Aires: Katz.
- Ortiz, P. (12 de Mayo de 2021). (D. G. Guerrero, Entrevistador)
- Ortiz, R. (1996). Otro territorio. Ensayos sobre el mundo contemporáneo. *Universidad Nacional de Quilmes*.
- Otto, R. (1924). *El trauma del nacimiento*.

- Parsons, T. (1951). *The social system*. Colorado.
- Ramírez, A. M. (17 de Abril de 2021). (D. G. Guerrero, Entrevistador)
- Ramírez, E. (2009). *Evolución, cultura y complejidad: la humanidad que se hace así misma*. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces .
- Rappaport, R. (2001). *Ritual y religión en la formación de la humanidad*. España: Cambridge University Press.
- Redfield, R. (1930). *tepoztlán, a mexican village*. Mexican Folkways: University of Chicago Press.
- Reyes, M. (2 de Abril de 2021). (D. G. Guerrero, Entrevistador)
- Reyes, N. (19 de Abril de 2021). (D. G. Guerrero, Entrevistador)
- Ricoeur, P. (1996). *Sí mismo como otro*. Mexico : Siglo XXI.
- Rojas, F. M. (19 de Abril de 2021). (D. G. Guerrero, Entrevistador)
- Romero, F. (13 de Mayo de 2021). (D. G. Guerrero, Entrevistador)
- Sala, J. S. (1985). *La antropología: ciencia humana, ciencia crítica*. Barcelona: Montecinos .
- Sampieri, R. H. (2003). *Metodología de la investigación*. México : Mcgraw Hill.
- Schaffalitzky, C. (2014). On Essentialism and Real Definitions of Religion. *Journal of the American Academy of Religion*, 1-26.
- Schleiermacher, F. (1799). *On Religion: Speeches to its Cultured Despisers*.
- Schrader-Kniffki, M. (2003). ¿Señales de vitalidad? El uso de las lenguas indígenas en espacios de traducción públicos y semi-públicos. *Dialnet*, 98-107.
- Serrano, M. M. (1982). *Teoría de la comunicación*. Mcgrawhill.
- Severi, C. (1994). *Naven ou le donner à voir. Essai d'interprétation de l'action rituelle*. Paris: éditions du CNRS.
- Solano, M. A. (2019). Lenguaje de las barras bravas para la apropiación del territorio . *Universidad Santo Tomas* .
- Soler, J. (20 de Abril de 2021). (D. G. Guerrero, Entrevistador)
- Stake, R. (1995). *Investigación con estudio de casos*. Madrid: Morata.
- Stone, J. (1991). A Theory of Religion. *Religious Studies* 27, 337-351.
- Syke. (s.f.). *Maradona*. Murales De Maradona, Dundee Escocia .
- Taylor, C. (1985). *What is human agency*. Cambridge: Cambridge University Pres.

- Taylor, C. (1993). *El multiculturalismo y la “política del reconocimiento”*. Mexico : FCE.
- Todd, L. E. (2014). La religión es la esperanza del pueblo. *Milenio*.
- Triviño, A. (20 de Abril de 2021). (D. G. Guerrero, Entrevistador)
- Turner, V. (1990). *Le phénomène rituel. Structure et contre-structure*. Paris : PUF.
- Turner, V. (1999). *La Selva de los Símbolos*. Madrid: Siglo XXI.
- Tylor, E. (1981). *Cultura primitiva*. Madrid: Ayuso.
- Vargas, D. A. (2016). Caracterización de las prácticas de consumo cultural que se relacionan con el fútbol como evento deportivo en jóvenes seguidores de los niveles socio económicos 2,3,4 de un sector de Bogotá. *Universidad Santo Tomas*.
- Vargas, J. A. (2008). Pasión y razón en Thomas Hobbes. *Alpha*, 135-152.
- Weber, M. (1920). *Sociología de la religión*. Enrique Gavilán .
- Wigglesworth, S. (1920). *Smith Wigglesworth on Manifesting the Power of God*. Destiny Image Publishers.
- Winkin, Y. (2002). *Anthropologie de la communication*. Paris : Seuil.
- Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Ediciones Paidós.
- Yin, R. (1994). *Investigación de estudios de caso: diseño y métodos*. Londres: Editorial Sage.

## 7. ANEXOS

Anexo A:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1gwj0oQGskOowuT9L4inx3JyrWn7kdgEN/edit#gid=690283330>

Anexo B:

[https://docs.google.com/forms/d/1nEDzwAFI9R\\_We9-2INnLs5kd6fTqerevOmQDSwj9uQ/edit#responses](https://docs.google.com/forms/d/1nEDzwAFI9R_We9-2INnLs5kd6fTqerevOmQDSwj9uQ/edit#responses)

Anexo C: <https://www.youtube.com/watch?v=89LnartbaZk>

Anexo D: <https://www.youtube.com/watch?v=1z1YExqzkaE>

Anexo E: <https://www.youtube.com/watch?v=ABahBLR6s50>

Anexo F: <https://www.youtube.com/watch?v=TirWcAn4uZU>

Anexo G: <https://www.youtube.com/watch?v=Nh7cv8yKLP8>

Anexo H: <https://www.youtube.com/watch?v=DVPq40JBi18>

Anexo I: <https://www.youtube.com/watch?v=b5h1s4it8w0>

Anexo J: <https://www.youtube.com/watch?v=K4D7qyiha-U>

Anexo K: <https://www.youtube.com/watch?v=a1ddUICtqqk>

Anexo L: <https://www.youtube.com/watch?v=DVvRJRLR-aw>

Anexo M: <https://www.youtube.com/watch?v=TMQTZIU1eek>

Anexo N: <https://www.youtube.com/watch?v=4DZU8Vk50Nw>

Anexo Ñ: <https://www.youtube.com/watch?v=NCju2angXsY>

Anexo O: <https://www.youtube.com/watch?v=eCLKHBPR8Cc>

Anexo P: <https://www.youtube.com/watch?v=Ru-QYiWmJ8s>