

La proxemia comunicativa del fútbol en medellín

IVAN DARIO ESTRADA GONZÁLEZ

**Trabajo de grado para optar al título de
Comunicador Social Comunitario**

**Tutor: Emerson Mosquera Orejuela
Sociólogo**

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, HUMANAS Y EDUCATIVAS
COMUNICACIÓN SOCIAL CON ÉNFASIS EN C.S.C.**

MEDELLÍN

2002

LA PROXEMIA COMUNICATIVA DEL FÚTBOL EN MEDELLÍN

IVAN DARIO ESTRADA GONZÁLEZ

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, HUMANAS Y EDUCATIVAS
COMUNICACIÓN SOCIAL CON ÉNFASIS EN C.S.C.**

MEDELLÍN

2002

DEDICATORIA

A mi familia a quien me debo y les debo.

AGRADECIMIENTOS

El autor expresa sus agradecimientos a:

CARACOL RADIO.

EMERSON MOSQUERA OREJUELA. Sociólogo.

Nota de aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Medellín, de Octubre de 2002

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	6
1. JUSTIFICACIÓN	10
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
3. OBJETIVOS	14
3.1 GENERAL	14
3.2 ESPECIFICOS	14
4. MARCO TEÓRICO	15
4.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	15
4.2 LA CIUDAD PENSADA COMO APROXIMACIÓN CULTURAL	17
4.3 LO URBANO HACIA UNA EXTENSIÓN CULTURAL	19
4.4 ACERCAMIENTO ENTRE FÚTBOL Y CIUDAD DE MEDELLÍN	19
5. ENFOQUE TEÓRICO	21
5.1 REPRESENTACIONES PROXÉMICO – COMUNICATIVAS Y CULTURALES DEL FÚTBOL	21
5.1.1 El simbolismo proxémico del fútbol	21
5.1.2 El fútbol como expresión del signo	25
5.2 ALGUNOS ELEMENTOS PARA UN ESTUDIO PROXÉMICO – COMUNICATIVO DEL FÚTBOL	26
5.2.1 Espacios y escenarios proxémicos – comunicativos del fútbol	26
5.2.2 Relación proxemia – comunicación, una aproximación al fútbol en Medellín	28
6. DISEÑO METODOLÓGICO	34
6.1 ENFOQUE HISTÓRICO	34
6.2 PRINCIPALES ESCENARIOS PROXÉMICOS DEL FÚTBOL PROFESIONAL EN MEDELLÍN	35
6.3 ESPACIOS DE FÚTBOL EN MEDELLÍN	35
7. ANÁLISIS Y RESULTADOS	39

7.1 LA COMUNICACIÓN PROXÉMICA DE LOS SIGNOS UTILIZADOS POR LOS HINCHAS DE LOS EQUIPOS DE MEDELLÍN	48
7.2 CULTURA PROXÉMICA DE MEDELLÍN	51
7.3 VISIÓN PROXÉMICA DEL FÚTBOL	56
7.4 HACIA UNA MIRADA PROXÉMICA DEL FÚTBOL	60
7.5 UNA PROPUESTA ORGANIZATIVA PARA VER EL FÚTBOL	64
7.6 SEMBLANZA DE LOS AFICIONADOS	65
7.7 REFLEXIONES DE UN ESPECIALISTA EN PSICOLOGÍA	67
CONCLUSIONES	71
BIBLIOGRAFÍA	74
ANEXOS	76
PROYECCIÓN SOCIOCOMUNICATIVA A PARTIR DE UNA CRÓNICA PROXÉMICA DE UN CLÁSICO FUTBOLÍSTICO EN MEDELLÍN	77
GUIÓN VIDEO "PROXEMIA DEL FÚTBOL PROFESIONAL EN MEDELLÍN"	77

INTRODUCCIÓN

La palabra proxemia, no es un término reconocido por la Real Academia de la Lengua, por esto no aparece en ningún diccionario, su creador fue el lingüista germano – americano Franz Boas, de quien se dice llegó a hablar 103 idiomas y dialectos. La proxemia es conocida como un tecnicismo, que son aquellos términos que entran a suplir la ausencia de una palabra (en este caso el español) que defina el espacio geográfico, personal, social, es la proximidad, la proximidad temporal entre las personas.

Medellín es una ciudad ubicada en un amplio valle rodeada por montañas conocida por su amplio desarrollo industrial y comercial, es una ciudad moderna, organizada con amplias vías, comunicaciones, desarrollo urbanístico, transportes masivos "Metro" y un generoso espacio público en el cual se presentan una variada gama de actividades sociales, políticas, culturales y deportivas.

"Los paisas" como se les conoce a los habitantes de Medellín y en general del departamento de Antioquia, se identifican por ser personas sociables, emprendedoras y pujantes; "El paisa" como ningún otro tiene un exagerado sentido de pertenencia hacia su ciudad, capital que ha vivido un histórico proceso de urbanización considerable y en la cual se han presentado varios hechos en el acontecer social, político y cultural que dejan a Medellín como un interesante objeto de estudio analizada desde diferentes ópticas.

El más importante proceso de industrialización del país lo vivió Medellín en una época de conflictos y confrontaciones políticas entre los partidos tradicionales liberal y conservador desde las diferentes zonas rurales del departamento de

Antioquia llegaron numerosas personas que se escapaban de la violencia que en ese entonces se desataba en el campo y concurrían a esta ciudad en busca de resguardo y empleo, generando una enorme corriente social, cultural y política, como un agregado nuevo a la pequeña sociedad que por esos años de mil novecientos cuarenta y ocho era Medellín. Además de todo lo anterior, a la capital antioqueña se le sumó un factor económico determinante, el "moderno" sector textilero que tomaba vuelo y era líder en ese aspecto en el país y porque no en Suramérica, eran las nacientes textileras Coltejer y Fabricato que recibían numerosa mano de obra abundante y barata procedente del suroeste, nordeste, occidente y oriente.

El desarrollo, el progreso y el dinero trajeron algunas deformaciones sociales que encontraron un excelente campo de cultivo para producir una generación inconforme, agresiva e intolerante, desesperada con afán de dinero y con dificultades para laborar, estudiar y tener niveles aceptables de vida.

Todo esto generó una sociedad nueva, diferente en sus gustos y aficiones, con otras expectativas de vida.

Los jóvenes de hoy en Medellín son los niños de una época oscura, triste y desagradable de ese lamentable capítulo de la guerra entre el narcotráfico (liderado por Pablo Escobar) y el Estado, época de muertes, persecución y violencia expresada y vivida en calles y hogares de esta ciudad. Recuerdos, heridas y testimonios que no se olvidan, no sanan y no cesan de relatarse.

El deporte y particularmente el fútbol como disciplina deportiva de mayor participación no es ajeno a esto. Los conflictos, celebraciones y situaciones que se derivan de esta subcultura que comunica mucho de la ciudad. Estas expresiones salidas de un escenario deportivo dicen enormemente de la ciudad y sus gentes, son el reflejo de la vida en las familias y su trato y convivencia, es lo cotidiano de

barrio y las enseñanzas que allí se adquieren, es la sumatoria de conductas, expresiones, sentimientos, comportamientos, culturas, costumbres que comunican y reflejan la vivencia de la masa abierta que desfoga todo esto antes, durante y después de un partido de fútbol.

Los sitios públicos de la ciudad y más los aledaños al estadio Atanasio Girardot no son "fríos" testigos de esta expresión de ciudad, por ellos nos damos cuenta de lo sucedido, de lo que está pasando y lo que se quiere comunicar por parte de niños, adolescentes, jóvenes y adultos, hombres y mujeres que son conocidos en todo el mundo como hinchas o fanáticos.

Los espacios del fútbol, son los espacios de la sociedad, es la geografía del espacio humano que es de todos y no es de nadie, que es el espacio para todo y para nada, que transita todo el que quiere y nadie respeta, es el espacio del encuentro casual o preparado de toda hora y todo clima.

Hoy la ciudad comunica algo diferente cuando presenta la programación del fútbol, la cotidianidad se rompe, una economía informal se agita, su acontecer es muy diferente, el colorido, el bullicio, la congestión vehicular dice que algo ocurre en la ciudad, con esto se expresa un nuevo concepto de ciudad, con esto se comunica una nueva dinámica urbana.

Este trabajo desarrolla los objetivos propuestos en torno a la identificación plena de los espacios y escenarios proxémicos comunicativos del fútbol en Medellín, acá se da cuenta de manera gráfica y teórica de esos sitios, muy particulares, de esta capital.

Los objetivos específicos están plenamente desarrollados uno a uno, dan cuenta de la propuesta de manera tajante, sitios, simbología, signos y la intención comunicacional de cada con su análisis respectivo.

El lenguaje, como vehículo comunicacional también tiene su campo de estudio, sus variantes, formaciones y sentido en ese elemento fundamental de los espacios, personas, hechos “guerras”, que son consecuencia del fútbol.

Esta propuesta reúne y ofrece una descripción investigativa completa sobre la temática en estudio.

1. JUSTIFICACIÓN

La importancia de este trabajo de investigación se precisa desde criterios tales como el deseo de humanización del espacio y/o los escenarios en todas las diferentes representaciones simbólicas o manifestaciones figurativas que se tienen de él. De la misma manera, la integración espacio-cultura-proxemia del fútbol es un eje fundamental, que facilita el proceso de identificación de las colectividades. Pero, el fenómeno de la no integración espacio – temporal de la gran ciudad, y por lo tanto su falta de identidad cultural, ha proporcionado la pérdida de referentes simbólicos comunes a la colectividad. Esa es una consecuencia inevitable del proceso de atomización que sufre la ciudad, pues se diluye tremendamente el reconocimiento de “el otro”, la aceptación de la expresión libre del interlocutor. Se abriría el camino al contexto de la controversia y la pluralidad. Medellín visto en esta relación es una sumatoria de pueblos pero sin la adecuada comunicación e integración.

Estar en Belén, Buenos Aires, el Poblado, Manrique, Castilla, La América, y Robledo; produce la sensación de estar en un pueblo antioqueño pero con la carencia de su propia administración, es decir que se puede hacer una recolección de retratos sobre la ciudad donde se capten la imagen que tienen no solo sus habitantes permanentes sino quienes la habitan temporalmente. Otra gama de análisis se desarrollaron a partir de los testimonios, de los que se puede colegir que son muy variadas las imágenes, dada la diferencia de colectividades. Con ello se puede hacer un estudio que genere impacto social, respecto a la organización del fenómeno.

Se puede hacer un despliegue de instrumentos comunicativos que permitan realizar una aproximación al asunto para lograr un acercamiento de una proxemia comunicativa de la cultura del fútbol. Teniendo en cuenta el logro de relaciones recíprocas, que generen un clima de convivencia en unos espacios y escenarios ecológicamente respetados.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Plantearnos como objeto de estudio la proxemia comunicativa, implica postular que “Las distribuciones espaciales determinan el comportamiento proxémico comunicativo de una colectividad” y que “el hombre crea su espacio, más aún sus escenarios, pero el espacio y los escenarios afectan al hombre”. Se puede afirmar que dichos argumentos enunciativos sirven dialécticamente para afirmar la relación hombre – entorno. En estos términos el hombre es un ser biológico, simbólico, semiótico, en tanto que es semántico, sintáctico y pragmático – social, es decir que crea y transforma constantemente sus espacios y escenarios y a él mismo. Mientras que por entorno se considera el espacio físico y cultural dentro del cual el hombre se mueve.

El presente trabajo parte de la investigación documental, de la investigación de campo, de la división de la ciudad de Medellín por comunas, para indagar en los escenarios naturales.

En tal virtud la proxemia estudia la creación del espacio social, y la forma como el hombre lo percibe. Dicho espacio puede percibirse a través de dos vías: Una que consiste en recorrer el espacio tomando conciencia de él; es dinámica. La otra estática, permite por inmovilidad, reconstruir alrededor de ella los eventos sucesivos que se presentan respecto a un fenómeno social.

Se pretende destacar entonces, la capacidad de representación simbólica que desde la proxemia comunicativa del fútbol se presenta en la ciudad de Medellín como medio cultural y que recrea diferentes tipos o formas de ver o percibir dicha realidad. La misma percepción no sólo se ubica a nivel de la consciencia; se

instala también a nivel del inconsciente. No se ve ni se escucha todo lo que se quiere ver, o escuchar, si no aquello que los actores (sujetos sociales) estén dispuestos física y mentalmente a ver o escuchar.

No obstante el deporte del fútbol guarda una relación inversamente proporcional entre: Lo que es racional para unos, es irracional para otros y viceversa. En el sentido: No todo el que palpa siente, ni el que degusta gusta, ni el que mira ve, ni el que oye escucha.

La percepción es más profunda que los meros sentidos. Pero en el escenario de la proxemia comunicativa se entrecruzan múltiples formas de percepción y ésta a su vez hace parte de una red múltiple de escalas de valores que se entretejen de orden ético, estético, moral, económico, social y cultural.

3. OBJETIVOS

3.1 GENERAL

Identificar los espacios y escenarios proxémicos – comunicativos del fútbol en Medellín.

3.2 ESPECIFICOS

- Indagar respecto a los símbolos y códigos comunicativos que representan el fútbol en la ciudad de Medellín.
- Investigar el lenguaje comunicacional utilizado por la afición del fútbol en la ciudad de Medellín.
- Ubicar en un mapa de Medellín los espacios y escenarios proxémicos-comunicativos del fútbol.

4. MARCO TEÓRICO

4.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Hacer referencia a las ciudades hoy, es dar cuenta de la imagen que tenemos de ella, es siempre algo “anacrónico”, nos dice Borges; porque los elementos que buscamos en ella han sido sustituidos por otros, “El café ha degenerado en bar; el zaguán que nos dejaba entrever los patios y la parra son ahora un borroso corredor con un ascensor en el fondo”.

No es de sorprendernos cuando nos encontramos con un nuevo condominio donde antes se levantaba una casona colonial, o cuando vemos una invasión tugurial donde verdeaba la arboleda de un cerro, o cuando se construye una urbanización donde había una hacienda, o cuando se despliega una autopista borrando el viejo camino de arrieros y vaquería. Lo sorprendente es el paso rápido del anacronismo a nuevos elementos como el viaducto, que integran gradualmente la vieja y la nueva imagen que tenemos de la ciudad.

Sin embargo, las grandes ciudades colombianas de hoy constituyen la congregación de varias sociedades combinadas complejamente.

Allí se tejen contradictoria y conflictivamente ciertas supervivencias de la sociedad tradicional con la sociedad industrial, y más recientemente con la denominada sociedad de consumo, post – industrial o post – moderna.

Esta post – modernidad en dos o tres décadas ha venido a yuxtaponerse y combinarse con la sociedad industrial, aún sin que se hayan superado y extinguido

supervivencias tradicionales. Inconclusa la tarea de la transición de la vieja sociedad agraria hacia la industrial moderna, y sin que esta haya copado plenamente con sus relaciones propias, todos los espacios y actividades sociales, sobreviene de pronto otra tradición: De la sociedad industrial hacia la sociedad de consumo, hacia la post – modernidad.

En ciudades como Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Cartagena, donde la post – modernidad despliega fundamentalmente su dominio dándose algunos cambios en sus patrones de vida, sus formas de existencia social, sus valores, sus comportamientos y sus normas morales no obedecen ya al espíritu de un patriciado señorial sin que hayan desaparecido las desigualdades y los conflictos sociales propios de la sociedad tradicional y del industrialismo, penetrando básicamente la llamada “Sociedad de consumo” que expone ante las masas de la pobreza absoluta y relativa, todo el “inmenso arsenal de mercancías” seductoras de la postmodernidad.

Todo este mundo de las mercancías entra al movimiento de la moda, de la novedad, de lo efímero, de lo banal, de lo frívolo y se constituye en razón de la existencia y en el sentido de la vida del hombre post – moderno, si fuese posible hablar de razón y de sentido de la sociedad de consumo.

Lo “concreto cotidiano” es el objeto de sus luchas. Y lo concreto es la forma predominante de su pensamiento, denominado “prosaico” por la mirada culturista. El pensamiento es como sus vidas: No hay separaciones tajantes entre sus tiempos. El tiempo laboral, el familiar, el lúdico, el de la invocación divina... no se separan a lo largo del hilo cronológico del reloj. Se entremezclan, solo que en cada momento pueden variar sus acentos y proporciones. El vendedor ambulante, el zapatero, el lotero, el mecánico del taller informal mientras venden y laboran, también conversan con el amigo o el cliente, hacen chistes, oyen música, toman un refresco, invocan a sus santos, hablan de fútbol resuelven asuntos

domésticos, lanzan piropos a la chica que pasa... prácticas que no cabrían en el espacio disciplinario de la fábrica.

Ahora bien, en su devenir histórico ¿Cómo pensar el contexto colombiano, cuando se puede considerar “un país de ciudades” así se presenten las más sólidas contradicciones que dinamicen sus cambios: Económicos, demográficos y político – culturales, que acorde con esa mutación histórica capacite al hombre para vivir el cambio y, sobre todo, para que enriquezca la experiencia y la potencia, de tal manera que contribuya a mejorar hacia el futuro las condiciones de existencia del ciudadano en general y, en particular?. Reflexionemos sobre los tópicos siguientes para encontrar la dinámica en mención.

4.2 LA CIUDAD PENSADA COMO APROXIMACIÓN CULTURAL

En Colombia, no se ha asumido la ciudad capital (Bogotá) con reconocimiento identificador nacional, pues ésta no proyecta de ninguna manera esa capacidad aglutinante que sí presentan las otras grandes capitales latinoamericanas. El sentido de pertenencia territorial se distribuye a todo lo ancho y largo del territorio, en el que se localizan los centros urbanos con que cuenta el país. La dificultad de centralización, de raigambre, bien podría ser más significativa de lo que aquí se insinúa cuando sólo se hace relación en grado sumo a la identidad dependiente de la región geográfica – cultural que controla englobando a las mismas urbes el sentido de arraigo, dándole a los habitantes colombianos los apelativos de: Costeños, paisas, llaneros, santandereanos, etc. Antes que barranquilleros, medellinenses, o cucuteños.

Esta incapacidad de la capital para generar y condensar las tendencias identificatorias nacionales, para sublimarlas, sólo demuestra la persistencia que en el desarrollo nacional ha tenido el llamado regionalismo que como se sabe, más que geográfico ha dejado sentir su peso en el lado de la política y la economía.

Se constataría así que, más que configurarse un contexto para la unificación nacional, en términos ideológicos lo que se ha desarrollado es la profundización de la intolerancia política e ideológica como rasgo fundamental y característico de la conciencia colombiana.

A diferencia de Colombia en las demás naciones latinoamericanas el nivel de primacía es tan alto que casi una sola ciudad logra concentrar la más significativa cantidad de cada uno de ellos, la capital logra concitar el interés y la consideración de los ciudadanos, estableciendo así una relación tan estrecha que hacia fuera se proyecta una gran identidad nacional con los mayores centros urbanos.

Es el caso de los argentinos con Buenos Aires o el de los mexicanos con México D.F., o el de los venezolanos con Caracas que se convierten en proverbiales.

Los brasileños se identifican con Río de Janeiro, Sao Paulo, Bahía y más aun Brasilia. Esas ciudades tienen los mismos problemas físicos y materiales que presentan las colombianas y sus diferencias, si acaso, sólo se establecen en términos de la cantidad o extensión que en cada una de ellas presentan esas deficiencias.

Y sin embargo lo que resalta, en relación con lo que acabamos de plantear, es la capacidad que tienen de identificar a sus ciudadanos; generan sentimientos de pertenencia tan grandes que llevan a sus habitantes a considerarse ciudadanos de la ciudad – país.

En este sentido la mayoría de los países latinoamericanos no tienen sino una sola ciudad, pero tienen ciudad; y la ven como su espacio representativo. Incluso, cuando se oye en una extrapolación no exenta de exageración, que Argentina es Buenos Aires, se percibe que en esa expresión hay un reconocimiento no sólo espacial sino social, hay una corroboración geográfica y práctica. Es decir existe

toda una percepción cultural que singulariza la relación determinante y se asume con todas sus consecuencias. Lo mismo ocurre con Río de Janeiro o con México D.F. para citar solo los casos más protuberantes.

Con esto se demostraría una de las contradicciones más significativas de la vida contemporánea del país y que está en la base de su incompreensión del fenómeno urbano y de su ignorancia sobre el hecho de la ciudad.

4.3 LO URBANO HACIA UNA EXTENSIÓN CULTURAL

Ante esa carencia de un espíritu identificador con que hemos planteado a Bogotá como ciudad capital de Colombia, sin duda una de las más importantes del continente, más contradictorio se vuelve la palpable carencia de una conciencia urbana que caracterice el devenir nacional.

Es decir, ha habido un simple erigir de edificaciones y planes con el único pragmático interés de que sirvan como ámbito ordenador de la producción o tratando de soslayar el concomitante espíritu ciudadano que el desarrollo de la ciudad conlleva y que se ubica en la libertad política y el enriquecimiento y potenciación cultural.

4.4 ACERCAMIENTO ENTRE FÚTBOL Y CIUDAD DE MEDELLÍN

Con el proceso de configuración de la ciudad de Medellín se han presentado varios momentos de relaciones socioculturales, un primer momento del fútbol aficionado concomitante con la época del llamado “fútbol dorado”, que no se sustrae de los aspectos circundantes de identidad y de actitudes extremas (carnaval, bullicio, arengas agresivas, broncas, zambras, conflictos de todo orden).

Con la organización del fútbol a nivel profesional y establecidas federaciones adscritas a la FIFA, se difundió ampliamente a nivel nacional y a nivel regional, pero claro, éstos se acentúan. Los niveles de identidad a perpetuidad de presidentes de federaciones, de equipos y a los aficionados a identificar sus equipos con sentimientos de pertenencia tan grandes que representan una pasión y un fervor análogo a su ciudad: Deportivo Cali, Deportivo Pereira, Junior de Barranquilla, los Millonarios de Bogotá, Deportivo Independiente Medellín, etc., que profundizan la intolerancia deportiva e ideológica deteriorando la conciencia loable que se puede tener del deporte del fútbol a nivel nacional.

No obstante cuando nos referimos a las Relaciones Proxémicas del Deporte del Fútbol en Medellín, se intenta captar imágenes sobre la manera como las colectividades perciben el fútbol en el escenario de la ciudad que habitan y disfrutan. Entonces, cualquiera que sea la identidad que se tenga del fútbol hoy debe dar cuenta de la emoción que despierta, de los elementos, del ritual, que se han modificado puesto que, es una industria globalizada, televisada, vendida sobre afecciones y símbolos locales.

5. ENFOQUE TEÓRICO

Tratar de explicar de manera conceptual y teórica las “Relaciones proxémicas – comunicativas del fútbol”, es intentar captar las imágenes sobre la manera como los colectivos de Medellín perciben los espacios y los escenarios de la ciudad que habitan.

Se parte de postular que la “distribución espacial” determina el comportamiento proxémico de una colectividad a partir de relaciones tales como: Cultura – símbolo, realidad y signo, el signo y las experiencias predictivas. Reflexionadas a partir de competencias lingüísticas y competencias comunicativas que contribuyan a clarificar preguntas que expresen la imagen sobre lo que sabe, lee, escucha, ve, escribe o pronuncia, o mejor las diferentes representaciones simbólicas o manifestaciones figurativas que tienen que ver con la humanización. En tal virtud examinemos los ejes temáticos planteados.

5.1 REPRESENTACIONES PROXÉMICO – COMUNICATIVAS Y CULTURALES DEL FÚTBOL

5.1.1 El simbolismo proxémico del fútbol

Los comportamientos proxémicos de las colectividades implican en esencia tener presente la evolución de su cultura, entendida ésta como un tejido de producción material y simbólica en continuo movimiento. Hablar de la cultura proxémica del fútbol es reseñar las diferentes representaciones sociales e imaginarios comunicativos de las colectividades expresan Sanders Pierce, Charles TOYN

BEE, como también Konrad LORENZ”. Han demostrado que todos los procesos culturales progresan como los sistemas de los otros seres vivos sin ningún plan previsto, parten de la suposición de que el transcurrir de la humanidad es un proceso unitario y agregan que la función cognitiva de una civilización, su adquisición y el acumulamiento de saber tiene lugar mediante procesos esencialmente análogos a la adquisición de saber en el desarrollo ontogenético”¹.

Esto es notable e insospechado porque la inteligencia y el discernimiento del individuo intervienen como facultades adquirientes de saber en la acumulación de conocimientos supraindividuales y tradicionales, en este contexto la ciudad de Medellín, presenta variadísimos elementos proxémicos comunicativos para abordar el fútbol.

Ahora bien, desde la psicolingüística, este logro se alcanza mediante el desarrollo coherente y sistemático de habilidades, es decir, de actividades cognitivas que permitan al sujeto asociar, comparar, globalizar, y simbolizar la información dando lugar a un dominio del lenguaje que contribuyó a la formación del universo conceptual del hombre, como el soporte de su función cognoscitiva. Y por ello, gracias al lenguaje, el hombre conceptualiza, simboliza, interpreta y comunica el mundo. Por lo tanto, la competencia comunicativa hace referencia tanto al conocimiento como a la habilidad para utilizar dicho conocimiento, cuando se interviene en una comunicación sobre las cuatro habilidades comunicativas: escuchar, hablar, leer y escribir que fortalecen la construcción del sentido en los actos de comunicación.

La misma proxemia comunicativa permite una aproximación de los signos que como lo manifiesta SANDERS Pierce, Charles (1980 p.51) “Signo es algo que está en vez de otro, representa alguna otra cosa y es entendido o interpretado por

¹ PIERCE Sanders, Charles. La ciencia de la semiótica. p. 48

alguien”². Atendiendo a esta reflexión teórica se puede afirmar retomando la entrevista a CRUYFF Johan realizada por VALDANO, que el fútbol no es el fútbol como signo sino “El fútbol ya no es sólo un juego sino una identidad industrializada, un símbolo frágil que hace camisetas marcadas con la moda de la temporada, con el número que ya no significa un lugar en el campo sino otra mercancía, con el nombre del jugador para leer en la pantalla de televisión, y el nombre del patrocinador que se adueñó de un sentimiento”³.

El criterio explicativo de la teoría relacional de los signos plantea que, un signo es la relación de tres componentes, representación, objeto, intérprete; es decir, el medio, el objeto representado y la huella que se crea en la conciencia de alguien, o de algo, si se tratare de un instrumento receptor. PROSS HARRY (1985 Pág. 16) resignificó, el signo expresando: “Ese algo”, puede ser una causa con determinadas características, puede ser una gestualidad, un espacio temporal, como cuando se guarda un minuto de silencio para designar algo distinto.

El carácter general de algo excluye solamente una determinación que apunta a la interpretación, no al medio. El que algo esté en vez de otro, sólo puede equivaler a lo siguiente: Algo está ahí, algo que no es “nada” y, se da todavía otro algo y este algo no es, a su vez, nada”⁴. Aplicando este referente teórico a la entrevista ya mencionada se pueden corregir otras proxemias como iniciativas del fútbol dadas las manifestaciones del interlocutor “ A pesar de entrar en estas ingratas redes globales del ocio y del capital, el fútbol es el sentimiento que más junta en todo el mundo... y junta por su simpleza, la claridad de sus reglas, su arraigo popular, su vitalidad de significados, sus rituales de seguimiento, y es que el fútbol es tan simbólico, agregamos sígnico, que no importa el gol, ni el triunfo, ni el negocio... interesan las posibilidades de significación que brinda al reunir más allá

² Ibíd., p. 51 - 52

³ VALDANO, Jorge. España es un país casi federal con demasiadas mentalidades diferentes: Entrevista a Johan Cruyff. Periódico El País. Julio 17, 2000. p. 63.

⁴ PROSS, Harry. Estructura simbólica del poder. Madrid: E. Gustavo Gili. 1985. p. 98

de clases sociales, sexos, posiciones políticas; el fútbol junta en lo simple, en lo elemental, en el sentimiento.

Añadimos, en lo semiótico, que nuestro interlocutor reseñó así. Si se habla de fútbol se encuentran amigos más allá de las lenguas y de las culturas, un nombre suscita todo una red de emociones: No hay duda, el fútbol es el tema más simbólico es tal vez más importante, que el que juega. Sin embargo, se tiene que jugar para poder seguir imaginando.

La apropiación de signos es un proceso continuo de semiosis en el que está sumergido el hombre en su existencia. Objetos y signos son perecederos, estando también sujeta la conciencia interpretante tendiente a ser fugaz. Los medios (o signos) en el sentido estricto están ligados entre sí, y esta red de signos es el medio a través del cual se experimenta la realidad. Lo que se conoce con el nombre de conciencia crítica es la distancia del que interpreta en la relación con el objeto y el signo. La realidad de los signos es la realidad de las relaciones sociales, en tanto que los efectos son signos de sus causas. O sea, que por un lado los signos dan la seguridad de que hay algo, que está en lugar del otro algo, pero, al mismo tiempo, transmiten también la inseguridad de un continuo cambio.

En la red de signos en que se mueve el hombre de cualquier colectividad se pueden distinguir dos extensas clases; signos verbales y signos no verbales.

Los verbales se organizan en diferentes estructuras lingüísticas, objeto básico de la investigación lingüística. La filósofa norteamericana LANGER Susanne K, con relación al tema dice:

Que en el mundo físico, espacial y temporal, de nuestra experiencia, se dan cosas que no caben en el esquema gramatical del lenguaje. “Se trata sencillamente de

cosas que tienen que ser entendidas por otro esquema simbólico diferente al discursivo. El lenguaje no es, en absoluto, nuestra única producción articulada”⁵.

Langer menciona la foto como “símbolo no discursivo”, que puede alcanzar una concordancia mayor con su objeto razón por la cual la foto de carné resulta más apropiada para identificar a una persona que la descripción de la misma. La foto es intraducible: Sin palabras.

5.1.2 El fútbol como expresión del signo

El signo en el fútbol pasa por el negocio del entrenamiento, de la venta de identidades para obtener sentidos en un mundo sin nada que ate ni inspire.

Los jugadores son efímeros en un equipo, ya no pertenecen a un sentimiento – camiseta. La televisión decide sobre los ídolos. ¡Queda muy poco a que aferrarse!. Para ser hincha quedan dos opciones: O hincha del estadio y de barra brava, identidad primaria esencial, o de televisión y camiseta – moda, un acto de referencia social, nada más. Autores como ECO, GIRAUD, DE SAUSSURE, se acercan al signo diciendo “Un signo es un estímulo, es decir una sustancia sensible cuya imagen mental está asociada en nuestro espíritu a la imagen de otro estímulo que ese signo tiene por función evocar con el objeto de establecer una comunicación”. “El signo es una simple señal, común al animal”.

“Es una entidad psíquica de dos caras”, o sea, “La combinación del concepto o imagen conceptual con la imagen acústica”... Pero no se pueden perder las consideraciones que señala PROSS “La violencia simbólica es la denominación de la fuerza para dar vigencia o validez o aceptación de sentido, sobre otras personas, por medio de signos (es decir simbolizar), con el resultado que los destinatarios se identifiquen con el sentido de lo que se afirma”.

⁵ LANGER, Sussane K. Nueva clase de la filosofía. Citado por PROSS, Harry. Estructura

5.2 ALGUNOS ELEMENTOS PARA UN ESTUDIO PROXÉMICO – COMUNICATIVO DEL FÚTBOL

5.2.1 Espacios y escenarios proxémicos – comunicativos del fútbol

Si bien, el espacio constituye uno de los principales factores en la conformación de la “personalidad”, indudablemente hay que considerarlo ligado a una cultura y por lo tanto, a específicas formas de percepción, se puede afirmar que lo que el hombre es y hace está relacionado estrechamente con la experiencia del espacio. La sensación humana del espacio, el sentido espacial del hombre, es una síntesis de muchas impresiones sensoriales (visuales, auditivas, cinestésicas, olfativas, y térmicas), a la proxemia del fútbol que proponemos hay que agregar ¿ Qué imagen le crea al hincha del fútbol leer, escuchar, hablar, ver, escribir la palabra fútbol?. Cada una de ellas está moldeada por la cultura, a cuyos patrones responden. Es lo que permite aseverar que personas que se han levantado en culturas diferentes viven en mundos sensoriales diversos no perciben el cántico, la arenga, la animación de un hincha del Medellín respecto a un hincha del comando sur, lo mismo puede decirse que no narra un locutor de Medellín, igual al de Bogotá, Cali, Barranquilla, cada uno percibe a través de la connotación, significativa de su lengua. Y la lengua hace parte de una cultura. Estudiar la cultura de la proxemia significa investigar el empleo que la gente hace de su aparato sensorial, en diferentes estados emocionales, durante la realización de diferentes actividades, en relaciones distintas y en ambientes y contextos diferentes.

La distribución del espacio puede ir en detrimento de sanas relaciones proxémicas entre las personas de una colectividad. Al parecer los estrechamientos son elementos que sumados a condiciones socioeconómicas y al sentimiento de

desarraigo sin regreso, producto del desplazamiento, la visita de una colectividad procedente de una capital diferente, el comentarista de determinado grupo radial visitante genera un ambiente de relaciones proxémicas bastante tenso, propicio para el desborde que se traduce en violencia o actividades violentas. En algunos escenarios del deporte del fútbol con grandes conglomerados, por el clima y ambiente del momento pueden ocurrir tragedias, infartos, pérdida del conocimiento, agotamiento, desbandadas o agresiones. La densidad de la población por sí misma no es buena ni mala, sino que son más bien la excesiva estimulación y las rupturas de las relaciones sociales las que, como consecuencia generan la transgresión y superposiciones de las distancias personales individuales, conducentes al colapso de la población.

Cabe anotar que en algunos estadios como el Campín de Bogotá, Nacional tenga mayor apoyo proxémico comunicativo proferido por la barra nacionalista que en algunos partidos en Medellín, desde los análisis transaccionales de la psicología con KILPATRICK y MCHARG, en la obra “El hombre y su entorno” sustentaron que “Ninguna especie puede existir sin un medio adecuado, ninguna puede existir en un medio de su exclusiva creación, ninguna especie puede sobrevivir, salvo como miembro que no quebrante la comunidad ecológica en que vive. Cada miembro tiene que adaptarse a los demás miembros de la comunidad y al medio, para subsistir. Y el hombre no queda excluido de tal prueba”⁶. Desde esta orientación el hombre jamás podrá despojarse de su propia cultura, ni prescindir de ella, pues han penetrado hasta las raíces mismas de su sistema nervioso, determinando la forma de consciencia de su mundo circundante. La mayor parte del legado cultural yace oculto y queda fuera del control de la voluntad, constituyendo la trama y la urdimbre de la existencia humana como lo afirma Edward T. Hall en su obra “La dimensión oculta”⁷.

⁶ *Ibíd.* p. 45

⁷ *Ibíd.* p. 45

Incluso cuando se elevan al plano de lo consciente pequeños fragmentos de cultura, es difícil cambiarlos o modificarlos, y no sólo por lo que experimentan de un modo estrictamente personal, sino también porque las personas, en general, no pueden actuar o entrar en mutua interacción de modo significativo y sensato, salvo por medio de la cultura. Esta es la intencionalidad eje que guía el presente trabajo de investigación para que en los espacios, escenarios y actores del deporte objeto de estudio alcancen una proxemia del fútbol que eleve los niveles de significación.

5.2.2 Relación proxemia – comunicación, una aproximación al fútbol en Medellín

BOAS, Franz acuñando el término de proxemia dice que ésta estudia la creación del espacio social y personal, y la forma como el hombre lo percibe, y establecía las bases de que la comunicación constituye el alma, la esencia de la cultura y, por ende de la vida misma. WHORF-SAPIR agrega que necesariamente habrá que tener en cuenta la relación lenguaje – pensamiento en la percepción espacial, sostiene que el lenguaje es algo más que un medio de expresión del pensamiento, es elemento esencial en la formación del mismo. También sostiene que con los avances de la lingüística se puede afianzar la percepción que el hombre tiene del mundo que lo rodea y viene afirmada por la lengua que habla. La mente del hombre registra y estructura la realidad exterior de acuerdo al programa establecido por su lengua. HALL, Edward T, sostiene que los principios sentados por WHORF y sus colegas con relación al lenguaje son igualmente aplicables al resto del comportamiento humano y en realidad, a toda cultura, pudiéndose establecer que individuos pertenecientes a culturas distintas no sólo hablan lenguas diferentes sino que están situados en mundos sensoriales diferentes.

La filtración selectiva de datos sensoriales admite unas cosas y rechaza otras, de modo que la experiencia, tal como es percibida a través de un conjunto de pantallas sensoriales moldeadas culturalmente, resulta absolutamente diferente de la percibida a través de otro sistema de tamices culturales. El medio ambiente arquitectónico y urbano que los pueblos crean son la expresión de sus respectivos

procesos de tamización. Es posible saber la forma en que los diversos individuos emplean sus sentidos, partiendo para ello de su respectivo medio ambiente y de la manera en que aparece alterado por el hombre. Ello significa que no se puede contar con la experiencia como punto estable de referencia, puesto que se produce en un medio que ha sido configurado por el hombre mismo.

Paradójicamente, si el desarrollo produce nuevas tecnologías, éstas, a su vez repercuten sobre el modelo de desarrollo: Vale, decir que la tecnología no es neutral. Así, las nuevas tecnologías de la comunicación han derribado el paradigma dominante que consideraba todo desarrollo de la comunicación principalmente en términos de transferencia de información en un sólo sentido de organismo gubernamental al pueblo. Esa función era compatible con las teorías de la comunicación en boga hasta finales de los años setenta, según las cuales el proceso comunicativo era de naturaleza unidireccional.

La situación hoy día luce muy distinta. El modelo semiótico – textual representa un instrumento más adecuado para comprender los rápidos y cuantiosos cambios que acontecen en el proceso comunicativo. Según ese enfoque, los destinatarios no reciben un solo mensaje sino un conjunto – textual descodificado a partir de prácticas textuales. De esta forma, es posible comprender los problemas de desplazamiento de la información en términos de la diversa cualidad de las competencias comunicativas de los emisores y de los receptores, así como la articulación diferenciada de los criterios de pertinencia y significatividad de los textos de los mass – media. En este caso los textos en referencia son los diferentes programas de radio y T.V., donde se habla de fútbol, los diarios, revistas, libros, videos y charlas informales donde se establecen debates, críticas y argumentos respecto al fútbol.

Con base en estos espacios y escenarios los individuos de distintas culturas, de la manera como se comportan individual y grupalmente (aficionados, barras, bastoneras, patrocinadores, dirigentes, jugadores, técnicos, entrenadores, utileros,

recogebolas, árbitros, jueces de línea, comentaristas, locutores...) respecto al medio y los objetos animados o inanimados que componen el fútbol proporcionando una serie de datos concretos sobre las diferencias existentes.

Sin embargo, lo que caracteriza la proxemia en relación con la comunicación, es que pese a que los sistemas culturales regulan, modelan la conducta en formas radicalmente diferentes, sus raíces profundas han de buscarse en la biología y la fisiología.

El hombre ha creado su propia dimensión cultural, la proxemística es sólo una parte. La relación entre el hombre y la cultura es tal, que en ella tanto el hombre como el medio participan para configurarse recíprocamente. El hombre dispone de la posibilidad de crear el mundo en que vive. Al crearlo, está determinando "El tipo de organismo que quiere ser". Ello significa que nuestros actores proxémicos del fútbol están creando diferentes tipos de personas en sus espacios y escenarios. La falta de comprensión de la relación existente ha confundido el desarrollo de dicha práctica.

Un efecto de la carencia de conciencia sobre la importancia de la relación espacial y el hombre del fútbol, es la destrucción que se genera de las representaciones que cada uno hace de él.

La identificación de las relaciones proxémicas del fútbol con la comunicación ha de servir a los habitantes de Medellín para el mantenimiento de un orden social que otorgue espacios y escenarios adaptados al desenvolvimiento armónico de dicha colectividad.

La proxemia comunicativa del fútbol como medio físico en que habitan los integrantes de la colectividad de Medellín, es básica para la convivencia armónica de todos los actores de este deporte como dijera Carrasquilla " Bien pueden tus habitantes, estos que hinchén el ámbito de tú recinto urbano, irritarse los unos

con los otros, bien pueden dedicarse mutuamente los peores de sus ceños, mal decir una mitad de la otra, como es de rigor en toda humana monotonía; pero si alguno de estos fastidiados detiene la mirada en el medio físico en que se agita, tendrá de serenarse, como el niño añorante a la vuelta de su madre. Tus gentes, Medellín hermosa, no necesitan unas de otras para aliviar sus tedios y pesares: Con tu naturaleza tienen”⁸.

Asumiendo una teoría de la comunicación en términos de pragmática social y en la dirección que acabamos de esbozar podría utilizarse para lograr una proxemia de la acción, si se logra mostrar de qué forma los actos comunicativos, esto es, los actos de habla, o manifestaciones verbales o no verbales, escritos y los equivalentes que cumplen la función de coordinar la acción contribuyendo así a la estructuración de las interacciones.

La intencionalidad del presente estudio a partir de los enfoques teóricos descritos, es lograr que tres generaciones disímiles aporten sus experiencias para elaborar una proxemia del fútbol en cuanto a representaciones simbólicas, significativas – sígnicas, escritas, orales, fotográficas, comentarios y todo pronunciamiento sobre la palabra fútbol, en tanto den cuenta de los espacios y los escenarios a partir del reportaje y la entrevista.

⁸ CARRASQUILLA, Tomás. Obras completas. Medellín: Bedout. 1992. p. 777

6. DISEÑO METODOLÓGICO

El carácter de la investigación es descriptivo – explicativo. Descriptivo pues se tiene la intención de identificar los espacios y escenarios proxémicos comunicativos del fútbol en Medellín, aspecto éste que como objetivo general se puede precisar puesto que el objeto de estudio puede representarse teniendo en cuenta la historia, como conocimiento de lugares donde grupos humanos actúan y se reconocen a través de sus representaciones sociales e imaginarias. Y explicativo por cuanto se toman decisiones para explicar la historia que se gesta en esos escenarios a partir de que se ubican en un mapa de Medellín las proxemias comunicativas del fútbol, se explican sus relaciones simbólicas, el lenguaje comunicacional desde los objetivos específicos a través de actores directos y expertos, que son los que materializan el fútbol y de la afición que expresa las diversas condiciones proxémicas.

6.1 ENFOQUE HISTÓRICO

El enfoque histórico se apoya en el estudio de fuentes sobre el tema, donde la investigación histórica es el estudio de las actividades que vinculan la dinámica de las estructuras – es decir, las modificaciones espontáneas de los hechos sociales de masas – o la que depende siempre, o más o menos a largo plazo, de la adecuación entre estos impactos discontinuos y las tendencias de los hechos de masas.

Por ello se tendrán para el análisis las siguientes unidades de análisis:

- La comunicación proxémica de los signos utilizados por los hinchas de los equipos de Medellín.
- Cultura proxémica de Medellín.
- Visión proxémica del fútbol.
- Hacia una mirada proxémica del fútbol.
- Una propuesta organizativa para ver el fútbol.
- Semblanzas de los aficionados.
- Reflexiones de un especialista en psicología.

6.2 PRINCIPALES ESCENARIOS PROXÉMICOS DEL FÚTBOL PROFESIONAL EN MEDELLÍN

1. Unidad Deportiva Atanasio Girardot.
2. Estación del Metro Estadio
3. La Mota (Avenida 80)
4. Belén
5. Heladería Linares (San Juan con Palacé)
6. Estación del Metro (San Antonio)
7. Apuesta Furia (La Playa con Junín)

6.3 ESPACIOS DE FÚTBOL EN MEDELLÍN

Hace quince años atrás la ciudad de Medellín era reconocida a nivel nacional como una gran plaza para el fútbol de afición alegre y participativa de la actividad futbolera. Era otra época y otras circunstancias sociales propias de unos años en los cuales se desataba una confrontación entre narcotráfico y Estado con hechos violentos y situaciones sociales lamentables para los jóvenes de ese entonces.

Los hinchas al fútbol rojos y verdes no tenían para esos años tan conocidos enfrentamientos y el mayor espacio proxémico de la ciudad era la Unidad Deportiva Atanasio Girardot con su ya conocido estadio, las esquinas de los barrios eran peligrosas porque rondaba la muerte en fugaces “carros fantasmas” de días y noches negras de incertidumbre y dolor.

En la ciudad, especialmente en el centro aparecieron sitios proxémicos para el fútbol como billares “El Gran Clásico”, ubicado en Palacé entre los Pasajes Junín y Astoria, Bar Atlenal en la calle San Juan en la América, Bar la Barcaza en Colombia con Cundinamarca, Mora Bar, Café la Bastilla entre otros. Eran estos tertuliaderos tradicionales que con la disculpa de una cerveza, unos tragos de aguardiente o algún “chico” de billar, se hablaba, se discutía y se jugaba, se lograba integración, sociabilidad gracias al fútbol.

Hoy es otra sociedad que cambia con los tiempos y es otra ciudad que se ha reorganizado y repensado, en varios aspectos su transformación es evidente y prueba de ello es el sentido de capital que ha tomado con la puesta en marcha del servicio “Metro”, el sistema masivo de transporte que generó una dinámica urbana diferente, es una nueva generación, son otros tiempos, es otra Medellín...

Hoy tenemos que hablar de escenarios proxémicos del fútbol profesional en Medellín, del Estadio Atanasio Girardot y un gran entorno. Caso el Centro Comercial Obelisco, Carrera 74 y Estaciones del Metro como Estadio, San Antonio, Estación Madera, Ayurá, Cisneros, sitios en los cuales se expenden boletas de fútbol, son antes y después de los partidos de balompié profesional, espacios de confrontación entre hinchas, que perjudica la normal actividad del servicio y posibilita que las directivas del Metro decidan no funcionar cuando se jueguen partidos de fútbol profesional, especialmente el día del clásico (DIM vs. Nacional).

Es entonces hoy el Estadio Atanasio Girardot ese gran escenario en el cual se libran tantas “batallas” simbólicas que nacen en un rectángulo verde y se irradian a miles y miles de personas, las cuales en su inconsciente transforman en realidad o mentira, ficción o verdad, vida o muerte. Son los imaginarios colectivos que toman todo lo dicho, es una afición que ante la atención a una narración, descripción, comentario en un discurso rastroso o elevado, parcial o imparcial en el desarrollo de la confrontación, constituye una relación espacial, imaginaria, simbólica, de acuerdo a lo que se comunica, se crea y se cree, se genera concepto y opinión, se actúa, es ahora esto lo más grave con sus ya conocidas consecuencias.

Un interesante espacio proxémico denominado de los nuevos tiempos entra a jugar un papel considerable en el ahora, es el “virtual”, aquí se interactúa a través del Internet, en el cual se intercambian opiniones, agresiones, hay acuerdos, desacuerdos, hay emociones y sentimientos evidentes como importante factor en lo social, estas dimensiones espaciales deben también ser parte del objeto del estudio de la proxemia.

Hoy en esta ciudad conformada por calles, lugares de fugaz paso, zonas de intercambio mercantil, en donde toma importancia en lo social el encuentro casual o pactado, la reiteración de la práctica del mercado y el intercambio de productos, es el espacio común, el escenario en donde se desenvuelve lo público, lo que corresponde a todos y donde la idea de propiedad no cuenta, allí se trabaja o se busca empleo, es una interminable medida del pavimento la cual recorren y habitan los aficionados al fútbol profesional.

En esta ciudad, la Avenida 80, tiene un sector llamado “La Mota”, gran escenario proxémico del fútbol en la actualidad, sitio en el cual los miles de aficionados adquieren sus boletas y lugar al cual acuden a presenciar por televisión los encuentros futboleros.

Otros lugares denominados expendios que además son parajes de la afición futbolera Heladería Linares en el sector de la Alpujarra Carrera 52 (Palacé) con la Calle San Juan # 53-50, Apuestas Furia (La Playa con Junín), Casino América Calle 44 # 86- 25, en el Barrio Belén Carrera 70 con la calle 29 y en el Centro de la Ciudad Calle 49 Ayacucho con Sucre, sector aledaño a la Beneficencia.

Según los encargados del manejo de la boletería para el ingreso de los aficionados al fútbol profesional en Medellín y personas que por varios años se han encargado de esta actividad comentaron que por diferentes motivos en el proceso evolutivo y transformador de la ciudad el fenómeno "Metro" ha cambiado notablemente las costumbres de los aficionados en los sitios de encuentro y adquisición del "papel". Antes, hace unos años las personas compraban los boletos en los bares del centro y billares, hoy es en las estaciones del Metro y de una vez se embarcan al Estadio Atanasio Girardot. El Sistema Metro transformó la costumbre y no permite que con la disculpa de comprar la boleta algunos los aficionados se encontrarán en un bar o billar en el centro de la ciudad para intercambiar conceptos sobre el fútbol, las novedades de los equipos de sus afectos y se abriera un espacio social del fútbol, antes los puntos de venta del centro de la ciudad eran los de mayor venta boletería. Hoy la situación de inseguridad en el centro de la capital antioqueña poco permite a estos espacios de intercambio y actividad social del fútbol local, cumplir con su objetivo para lo cual fueron edificados".

7. ANÁLISIS Y RESULTADOS

Sí se tiene en cuenta que la comunicación influye en todos los ámbitos relacionales de la sociedad, se puede deducir que en la proxemia del fútbol en cuanto a actores y escenarios, es decir, en todos los partícipes de este fenómeno; la comunicación incide de manera determinante. Precisemos:

Básicamente puede precisarse en una función de vigilancia y equilibrio ante las demandas del medio externo y del propio organismo.

Conciencia: Una de las funciones básicas consiste en hacer manifiestos los contenidos del pensamiento, convertirlos en objeto de la conciencia, operar evaluativamente y reflexivamente sobre ellos. Siempre es posible colocarse en un plano superior a los contenidos en proceso para someterlo a evaluación o juicio.

Contacto con la realidad: A partir de la información proveniente de los sentidos y de la memoria, establece patrones u organizaciones a fin de darle significado relevante a los datos según los procesos en curso. Esta actividad reduce la incertidumbre, el desbalance y permite un mejor ajuste.

Solución de problemas: Ante situaciones de conflicto, incertidumbre, obstáculos para el logro de metas la comunicación interpersonal permite el desarrollo de estrategias simbólicas, anticipa cursos de acción, evalúa y reformula métodos o las propias metas. Sirve como elemento de modulación y juicio del proceso de pensamiento, decisión, percepción ante una situación problemática.

Decisión: Partiendo del pensamiento, toma elementos para evaluar o supervisar el proceso de decisión: Valor asignado a las alternativas, probabilidades subjetivas, matrices de costos y pagos, experiencias anteriores, actuando de modulador y control en el proceso.

Evaluación y juicio: Quizás es la función más importante después de la significación. La comunicación intrapersonal actúa como elemento de control, de evaluación y juicio en los procesos conscientes y del pensamiento. Parte para ello de experiencias almacenadas o de productos representacionales generales paralelamente a los procesos en desarrollo. La posibilidad de proyectar representaciones futuras, permite adoptar correcciones y modular las distintas funciones.

Construcción y transformación simbólica: Comprende por una parte el mecanismo de elaboración de símbolos que anticipan elementos futuros, consecuencias o cursos de acción. Por otra, la construcción de símbolos y representaciones utilizando datos de la memoria, imaginación, el pensamiento permite satisfacer necesidades no alcanzables en lo inmediato.

Lúdica y expresiva: Producción espontánea de representaciones que dan lugar a intercambio de mensajes libres, permiten satisfacer necesidades de estimulación, incremento de la activación. Especie de juego simbólico en el cual se establecen relaciones asociativas arbitrarias que resultan no de la demanda inmediata de la situación estimulativa sino con el propósito de obtener satisfacciones momentáneas.

Además, la representación voluntaria, puede cumplir funciones catárticas, de descarga o equilibración.

Defensa o protección al ego: Utilizando mecanismos de vigilancia y compensación interviene en los procesos o situaciones que implican amenazas al yo, a la integridad personal. Bien alterando o modulando la información de entrada, aplicando mecanismos de reducción de la disonancia o de defensa, o reinterpretando la información, adecuando los estados o sistemas de creencias, cogniciones, etc. En este aspecto intervienen los sistemas de autopercepción, autoeficiencia, autoatribución. El sistema interviene como elemento de evaluación entre los datos y las creencias.

Control: Dado su carácter de asimilarse al nivel de la conciencia más elaborado o superior, la comunicación interpersonal puede intervenir en cualquiera de los procesos o representaciones conscientes o perceptibles. Opera como generadora de estrategias para controlar y armonizar el funcionamiento de los estados y procesos, tanto a nivel de la entrada de la información, como del funcionamiento de las unidades o de la salida o productos. Es otra de las funciones básicas.

Evaluación social: Una función que cubre muchas de las anteriores, está presente cuando el sujeto se encuentra ante otros individuos, recibiendo mensajes ante los cuales debe dar respuestas, prever consecuencias, validar sus contenidos, descifrar sus significados para emitir en consecuencia respuestas adecuadas que faciliten la comunicación con los otros.

Las funciones que se han mencionado en el fondo expresan el papel de control, evaluación y construcción que cumple la comunicación intrapersonal. Así mismo la proxemia comunicativa del fútbol.

De la misma manera, los efectos pueden entenderse en la práctica como se presentan los efectos en la comunicación interpersonal en los distintos estados y estructuras.

Obviamente la acción más importante se efectúa en el plano cognoscitivo, consciente, donde interviene como mecanismo de control, incorporando contenidos representacionales y sus contrapartidas, lo cual facilita la evaluación, previsión y juicio.

Al recurrir permanentemente a la memoria, establece nuevas asociaciones, modifica las estructuras asociativas de los datos almacenados, generando nuevas jerarquías que se convierten en experiencias que enriquecen el almacén de memoria del sujeto.

La relación con los mecanismos conscientes y la cognición permite intervenir y afectar el curso de dichos procesos, afectando además muchos de los estados del organismo y los fenómenos psicológicos: Atención, percepción, motivación, aspiración, disposiciones, etc. El nivel de efecto depende del contenido de los mensajes, las metas y las condiciones del sujeto.

Ante situaciones particulares cuando el intercambio se efectúa bajo demandas extremas o de amenaza, los efectos se pueden convertir en permanentes, afectando estructuras profundas fundamentalmente en el plano cognoscitivo y afectivo (creencias, valores, actitudes, percepciones, cogniciones, categorizaciones, etc.) o modificar pautas típicas de reacción sustituyéndolas o alterándolas. Finalmente se pueden reestructurar metas o los vínculos afectivos con ciertos dominios de la realidad.

Finalmente las consecuencias pueden manifestarse en niveles de reacción, en las tendencias a la acción, potencialidad de conducta o traducirse en respuestas manifiestas de tipo fisiológico, motor o verbal. Estas pueden introducir modificaciones en el medio o en las otras personas.

Si pensamos en el sujeto aislado, la comunicación intrapersonal tiene efectos intrínsecos a nivel de los distintos procesos en curso y en la memoria. Si consideramos que la comunicación interviene en las interacciones del individuo con los otros, adquiere una nueva dimensión por sus efectos sociales, operará como regulador de la comunicación interpersonal en sus distintos niveles o como evaluador en los procesos de comunicación colectiva.

En resumen los efectos de la comunicación intrapersonal se manifiestan de manera inmediata en cambios de estado, mediata en la alteración de las organizaciones cognoscitivas y afectivas. Operan sobre el medio a través de las consecuencias en los sistemas de recepción y respuesta del sujeto.

7.1 LA COMUNICACIÓN PROXÉMICA DE LOS SIGNOS UTILIZADOS POR LOS HINCHAS DE LOS EQUIPOS DE MEDELLÍN

Un signo es lo que muestra por sí mismo el sentido y lo que existe más allá de sí mismo, muestra también alguna otra cosa al espíritu. Hablar es transmitir un signo con ayuda de un sentido articulado.

De acuerdo a una interpretación psicológica y un estudio de los signos, símbolos, formas y colores de los escudos alusivos al Deportivo Independiente Medellín y Atlético Nacional se encontraron varios aspectos interesantes:

1. El contraste de colores en el fondo de las láminas (azul y roja) hace más ligero el tono encendido según los entendidos (test de Lucher). El rojo tiene un efecto más fuertemente excitante entre todos los colores, sí se aprecia de manera prolongada el color rojo, la respiración se puede acelerar y con esto aumenta el pulso y la presión sanguínea.

2. El rojo es el poder activo y así representa la conquista. El azul parte de un fondo casi imperceptible en algunas figuras perdiendo una característica de tranquilizante.

La dificultad no se presenta en la elección de colores, sino en una creación que tiene el sujeto frente a éstos, es decir, a una persona el rojo le puede significar amor, energía, vigor, para otra puede ser percibido como una amenaza convirtiéndose en irritabilidad, enojo y repugnancia. Este fenómeno podría despertar sentimientos encontrados en los seguidores, sí los colores utilizados se perciben como agradables o amenazantes.

Se sugiere la ubicación de los tonos rojos en equilibrio y así la percepción visual puede ser más tranquilizadora.

Es común en nuestro medio escuchar y ver noticias agresivas de los televidentes en palabras descriptivas e imágenes de televisión, saber de bombas, explosiones, armas de fuego, armas corto punzantes y conductas delictivas, a esto se agrega la presencia simbólica de imágenes que representan (cagarse... orinarse... mostrarle el trasero a...) con lo cual se promueve este tipo de conductas agresivas y su relación de identificación con los colores, escudo o bandera del equipo de su sentimiento, afecto o simpatía transformándose esto en un acto permisivo para los rivales o confrontando en este caso.

Sí los consumidores de estos distintivos (hinchas, aficionados, fanáticos, niños y adolescentes) tienen una alta dosis de pasión como estilo de vida poco a poco van a aceptar estas imágenes y su contenido será incorporado al inconsciente como un referente del rival, vale la pena tener en cuenta que son mentes frescas, de ligero pensar, y primaria reacción.

3. La utilización de cómics dentro de un diseño llama la atención porque sus características de personalidad (dentro de la construcción del personaje) poseen tendencias destructivas o malvadas.

Los personajes que aparecen casi siempre Barth y Homero Simpsom, el primero representa el hijo rebelde que siempre debe ser castigado y una notoria inadaptabilidad al sistema social, familiar y escolar, lo cual le genera una "identidad" de chico o niño problema, su padre que es una persona mayor, no es responsable de nada, tolerante y con muchos desacuerdos en su trabajo y familia.

Piolín: Es un aparente canario inofensivo, pero continuamente cambia su naturaleza, para mostrar conductas agresivas añade a este hecho expresiones agresivas.

La muerte: Símbolo del fin de la vida y representado siempre por un esqueleto con una línea negra.

4. Algunos cómics con símbolos satánicos, lo que haría pensar en la inclusión de sectas o pensamiento mítico – mágico.

5. Se observa una alta dosis de intolerancia y agresividad hacia los equipos.

6. Las fichas de Nacional: El color verde proyecta control y solidez, utilizando esta tonalidad en las láminas.

7. La presencia de imágenes populares de actores, héroes fortachones e invencibles rudos y crueles personajes de cine, denota la proyección de rudeza, fuerza y audacia que derrota al rival o estar listo para la confrontación.

8. Las imágenes en donde se utilizan calaveras, esqueletos es una distracción de la mente, es vivir después de la muerte y disfrutar así este estado, es tener agrado por algo después de la muerte o es morir por algo, felizmente.

7.2 CULTURA PROXÉMICA DE MEDELLÍN

Con el lingüista Juan Manuel Serna es de suma importancia recrear su pensamiento en una aproximación a la cultura proxémica de Medellín.

"Proxemia se debe asociar con territorialidad, Colombia es un país de regiones, se pueden distinguir doce a catorce regiones perfectamente delimitadas, ese espacio de territorialidad se acentuó mucho, primero con la gran extensión del país y segundo con las características que se llaman la indo o la fisonomía propia de los pueblos que quedaban aislados no tenían carreteras ni caminos, entonces cada localidad iba desarrollando una subcultura que era muy apropiada al medio ambiente geográfico. Si tomamos como base el concepto de cultura, que es la apropiación de cada hombre o que los grupos humanos hacen de su medio, entonces tenemos que en Colombia en este aspecto es muy fuerte".

Colombia fue un país agrícola de tipo rural que pasó de una vida en el campo y que tuvo una participación de la época de la violencia de 1948 y se pasó a un conjunto de subculturas urbanas en donde cada pueblo traía un concepto de territorialidad el cual lo tiene implícito. Era una especie de "marca" que no se borra fácilmente porque las ciudades latinoamericanas tienen unas características muy parecidas, a excepción de las del cono sur que son europeizantes, las ciudades latinoamericanas tienen un desarrollo muy rápido pero desordenado a diferencia de las del cono sur que por la influencia europea tienen un desarrollo lento pero sostenido, entonces el ambiente de las sociedades suramericanas es un ambiente

cambiante y se modifica como muchos conceptos. Está sometido a todas las influencias externas y ese es un problema muy grave para definir la identidad.

El problema de las barras bravas, el problema de las reacciones de *turba* que se dan acá, o sea, de grupos terciarios de masas, son fenómenos importados y tienen una causa principal que es la falta de identidad básicamente, porque inicialmente cuando estas ciudades eran parroquiales y la migración se presentaba de una manera cardinal era muy fácil determinar una zona de la ciudad como perteneciente a... Es el caso de Medellín cuyo oriente estaba poblado inicialmente por gente de Santuario, Marinilla, Rionegro... gente del oriente que se instaló allí.

Lo mismo aconteció con el sector occidental de la ciudad a donde llegaron personas de Santa Fe de Antioquia, San Jerónimo, Cañagordas etc., del occidente antioqueño. Bello es una población inmensa que viene de esas partes del noroccidente y nordeste que han formado núcleos muy grandes. El sur tiene la influencia de Caldas, La Pintada, Fredonia. Así se clasificó a Medellín, con una clase alta que se instalaba en barrios exclusivos como el barrio Prado, que debido al movimiento y su dinámica urbana fue invadido por zonas de tolerancia como *Lovaina*, la más importante de todas, que los desplazaron de allí, los mandaron a los sectores suburbanos del Poblado.

En el barrio Castilla que es una colonización que se hizo en la época de la violencia, fue allí donde se cumplió el primer desplazamiento fuerte en donde se instalaban hasta cuatrocientas familias por semana y eso formó una comuna muy heterogénea y muy problemática. Lo mismo pasó en la comuna nororiental, así tenemos dos comunas que de por sí, son ciudades dentro de las ciudades, la comuna nororiental tiene 700 mil habitantes y la comuna noroccidental tiene 500 mil habitantes, es decir, que las comunas podrían solamente elegir o cambiar la

administración de la ciudad si tuvieran conciencia e identidad, pero como no las tienen, no presentan ningún norte político, ni ninguna formación en este sentido.

Todos estos elementos confluyen para que la ciudad, y Colombia siendo un país de ciudades forme pequeños territorios y estos son fácilmente colonizados por el delito, por la actitud antisocial, el delito o el comportamiento antisocial. La marginalidad es un problema grave, es un problema de falta de oportunidades, es decir, no habiendo trabajo, sin empleo y con necesidades por responder y no estando a la mano ninguna asistencia ni responsabilidad del Estado, ellos se toman la justicia por su propia mano con el uso de la violencia y de las armas.

Allí hay un germen de violencia flotando en el ambiente a toda hora y es más efectivo que cualquier organización, ni las superinstituciones políticas, el Estado, ni la iglesia, la educación, han podido con estas organizaciones que tienen el poder de la fuerza física y en ese sentido en Medellín se están presentado problemas muy delicados y se debe hacer una acción muy fuerte por parte de todas las agencias de socialización para crear una cultura de convivencia y ciudadana.

Ahora toda fuerza negativa se puede volver positiva, es decir toda esa proxemia de los barrios de Medellín se puede aprovechar favorablemente para crear grupos fuertes que alrededor de algún tema, algún propósito, trabajen por él, en el mejoramiento de su nivel de vida.

Hay un ejemplo que es clásico, en 1935 Getulio Vargas llegó al poder en el Brasil y se dio cuenta que organizar las ciudades allí con sus fabelas y problemas sociales era algo gravísimo. No había puntos de unión, de homogeneización y encontró dos elementos importantes fútbol y zamba, y a través de esto organizó toda una nación porque los problemas de Brasil no los resolvieron las dictaduras militares, ni las medidas de fuerza, ni muchas otras medidas bondadosas, como la

de los grupos religiosos, sectas, sino la unidad alrededor de una pasión nacional que era el fútbol y un disfrute que era la zamba fielmente representado en el carnaval.

Eso mismo pasó en Argentina con el tango, aquí no tenemos desgraciadamente ese símbolo y se debe buscar un símbolo que una a la gente, que pertenezca a la cultura de masas, que no genere una competencia, no una rivalidad, la cual enfrenta.

Hoy en día, las altas clases emergentes son ignorantes, delictivas, tienen una raigambre delincuenciales basada en la economía de la coca, o del contrabando, de la extorsión y de muchas actividades ilícitas que han permitido que varios grupos asciendan de estatus social con movilidad vertical. Acá hay que instituir un contrapeso para ese tipo de economía, porque si ese hecho se sigue imponiendo, los problemas sociales seguirán siendo uno de los problemas más graves que tienen nuestras ciudades.

Desde el aspecto lingüístico hay mucho por hacer. Hay que buscar una especie de isoglosa o de lenguaje común en donde todo el mundo entienda. Alrededor de aquí se están formando los famosos lenguajes delictivos los cuales pertenecen a sectores marginales de la población y casi siempre están asociados con la violencia y el crimen, esa es su forma de identificación, la utilización de determinados términos, sin embargo, ese lenguaje que es apenas un código, empobrece la lengua, entonces lingüísticamente tiene muy poco bagaje y ese es un factor de violencia tremendo, la falta de lenguaje para hablar, dar excusas, pedir explicaciones, se necesita un lenguaje y si no lo tienen, entonces, casi siempre hablan las armas.

Se debe buscar a través del fútbol, los medios de comunicación o cultura de masas las formas de acercamiento, los medios de comunicación que están en

manos de cualquier persona que no tiene valores necesarios para informar en un medio masivo de comunicación.

El símbolo directo en sí mismo no es dañino, la bandera, el logo, están contaminados por la intencionalidad de quien lo usa, el problema es que por todo lo anterior, acompañado de algo muy grave como es el problema de identidad, cuando los jóvenes o las personas se identifican con un icono, logo o imagen y toman la parte negativa de esas imágenes, entonces es una incitación a la violencia, es lo que se llama el entusiasmo del neófito, del que apenas llegó y quiere demostrar que es muy fuerte, violento o simplemente por que el logo lo incita y es lo que aparece acá, se reclutan jóvenes sin identidad y los hacen marchar detrás de un símbolo y eso es lo peligroso, muchachos sin ningún contenido de valor, personalidad, que son utilizados por su lenguaje agresivo y estos sin ninguna orientación por parte de patrones que deben regir a una sociedad.

Ahora, mal que bien, existen controles sociales, policía y estos tipos aprovechan la masa, en donde la personalidad se disuelve para cometer sus fechorías. Cuando son varios, se desfogan, ante las carencias económicas, sociales, familiares, en contra de una sociedad representada por fuerzas represivas como la policía.

El logo es un icono que puede llegar a lo profundo del inconsciente, porque como es un símbolo directo, no necesita mucha explicación ni mucha aclaración, ni racionalización, sólo comunica algo de buenas a primeras a un individuo de carácter débil, apenas en formación o influenciado de una u otra situación, alucinógeno o conducta antisocial lo pone en función de una acción violenta.

El mismo logo también puede voltear las actitudes y hacer que la gente se agrupe alrededor de algo. Ese es el problema, acá no existe nada que nos agrupe, no hay identidad común y se necesita mucho liderazgo para que aglutine, eso lo

están utilizando gentes que no tienen mensajes para dar. Se debe crear una simbología visual, que es la más directa porque se ve, pero el mensaje permanece, el trabajo de convicción de que la gente se agrupe alrededor de cosas importantes puede lograr efectos positivos.

Prueba de la inadecuada utilización e interpretación del símbolo como elemento comunicacional es lo utilizado y retomado del rock, además nosotros no tenemos ninguna cultura de rock, no conocemos nada del punk, no pertenecemos a esas corrientes, estilo de vida y demás, por muchísimas razones sociales, económicas, culturales, históricas. Nada nos une a ello, entonces cuando algo llega del exterior eso es lo que se llama xenofilia.

La proxemia del fútbol en Medellín existe porque hay una delimitación de espacios de algo que es popular en donde se agrupa mucha gente, es el sector alrededor del estadio Atanasio Girardot, son los sitios de consumo de alimentos y bebidas cercanos al escenario del fútbol profesional. Son los lugares en donde se venden los boletos para ingresar a los partidos, son las calles, estaciones del Metro, sitios en los cuales se dan cotidianamente encuentros casuales o programados de hinchas del fútbol profesional.

Siendo el fútbol el medio más apropiado para homogeneizar, generar identidad, de una sociedad, falta liderazgo, eso aún está por hacerse.

7.3 VISIÓN PROXÉMICA DEL FÚTBOL

Continuamos la dinámica desde una visión proxémica del fútbol, donde el narrador deportivo “El Paisita” Luis Fernando Múnera dice: “Ya no se da con tanta intensidad esa comunicación y encuentro amigable, social entre aficionados en los sitios aledaños al Estadio Atanasio Girardot, posterior a un partido de fútbol

circunstancia que era tradicional, una tarde de Domingo, en las “conocidas carretas” o “ventorrillos de licor”. Lo preocupante de todo esto es que para los hijos de ellos esto es un contrasentido, se ha probado que el mal alrededor del Estadio es por peladitos y estos deben tener papá y esto se devuelve contra ellos mismos, definitivamente todo es educación... Si, falta mucha educación uno no puede pedirle al gobierno que eduque los hijos de uno, el gobierno educa mal, se enseña mucha geografía, mucha historia, pero poca educación en todos los aspectos: educación sexual, educación social, además se tiene que hacer con ejemplos claros, son los expertos que tienen que saber como se educa a una persona y más aún joven ya que estos rechazan los consejos, se ríen de la literatura entonces debe ser una educación más práctica, clases sobre drogas y en las clases deben de estar los exdrogadictos, a los colegios se deben llevar personas en sillas de ruedas. Ejemplos crueles, vivos y crudos para mostrarles a los muchachos, los pelaos han perdido el miedo por los padres, el respeto. Los jóvenes de hoy se van para el estadio y se dejan colectivizar, los muchachos a los 12 años de edad ya fuman y son hombres... Yo creo que a las personas hay que formarlas y educarlas ejemplarizándolas y esa manera de educarla la debe de tener el gobierno, entonces la culpa también es del gobierno, pero la educación primaria tiene que partir en la casa, los papás ahora no saben y ni les importa en donde y con quien están sus hijos, si no hay educación entonces va haber caos...”

Medellín es una ciudad heterogénea en todos sus aspectos, su urbanismo da cuenta sólo en metros de lo que es un estrato social a otro, no hay plenamente marcado un sector para determinado tipo de personas de una misma procedencia, “tribu” social y demás, esto lleva a la disputa de espacios, territorios y por esto a confrontaciones, represiones sociales que se aprovechan como desfogue social. El “Paisita” Múnera Eatsman afirmó...”Todo es desfogue, esto se toma como desfogue, cuando uno pelea con la persona que ama y se encuentra con una persona ésta es la que las paga... Los muchachos de hoy más que desfogar algo están siendo naturales, eso es lo que se debe tener en cuenta en la educación,

somos impulsivos, intolerantes, el error está en la enseñanza, en las campañas educativas que son mal dirigidas, mal realizadas".

"El Estadio no debe ser identificado como un sitio de desfogue social, lo mismo no puede decirse de la Feria de las Flores que tiene prácticamente al mismo público de la ciudad y no ocurren esos hechos, con un agravante el cual es el consumo de licor y no pasó absolutamente nada".

"Lo del desfogue es una excusa, hay que solucionar hay que buscar la verdad y la verdad es que hay que resolverla y no se resuelve. No se hace, estamos acostumbrados a ver la muerte desde lejitos, no hay indolencia y ante esto hay que educar con verdaderos ejemplos y casi restregar en la cara a ver si esto vale y forma. Nosotros no podemos resolver la situación en el estadio sino se resuelve en las casas, no es sólo decir que se manejen bien en el colegio una vez al mes, no esto debe ser de todos los días, si con la educación sexual casi no se ha podido, se continua aprendiendo en la calle y de manera morbosa... Esto se devuelve contra los padres, es una ironía..."

La simbología, los objetos así representados parecen existir sólo por sí mismos y sin embargo son significativos en lo más hondo de ellos mismos a causa del ideal que siempre implica una generalidad... El símbolo transforma el fenómeno, es decir, la idea en imagen y de tal manera que la idea siempre persiste...

Múnera Eastman cree que parte de los grandes problemas que se tienen ahora surgen de la incomprensión hacia los jóvenes y los padres de familia quieren hacerlos a su imagen y semejanza y las cosas tienen que cambiar, entonces el lenguaje, la comunicación, la expresión, los rituales, los espacios, las celebraciones todo esto es de juventud y como tal es nueva para los padres de familia, a nosotros puede que no nos guste o no nos diga nada pero aquellos si y para nosotros puede ser malo, diabólico, agresivo pero es un esquema propio de

los nuevos tiempos el cual es rechazado, porque no se mira con sentido de juventud sino de visión conservadora, moralista y ese es el problema de los sabios que hoy diagnostican desde su saber y no desde el de los demás y se entregan soluciones particulares mas no generales, no hay deseos de comprensión a los jóvenes, además se generaliza algo que es peor.

Dicen Rubén G. Oliven y Arlei S. Damo en el texto "Fútbol y cultura": "De hecho cada juego es un juego, desde el punto de vista de los hinchas, códigos, valores y actitudes de acuerdo con la particularidad de los clubes involucrados en el enfrentamiento"⁹, a esto el popular relator Múnica Eastman se refirió... "Todo parte de la educación, sexo, símbolos, drogas, etc. pero no caer en exceso ni en defecto. El niño de ahora hay que saberlo tratar muy bien, con mucha educación, pero sin padres de familia educados como se va educar a los hijos... no se puede hablar de educación de los hijos de unos padres que piensan que el hijo de los otros es el malo pero el que está en la casa es el bueno y ni siquiera saben que tienen un arma adentro. La presencia estatal debe estar en los colegios, no se puede parar un cura, una monja o un profesor a enseñar de manera aburrida, debe haber táctica y técnica para hacerla agradable y llegarle, se deben buscar formulas porque necesitan orientación. Esas conductas, esas expresiones, comunican algo de los jóvenes de la ciudad... Seguramente las dificultades sociales, laborales, académicas, familiares, el maltrato en los hogares inciden... La ciudad no se limpia porque sólo una persona deje de tirar basura en la calle... no se debe aplazar, ni debe resbalar a todos la solución del problema.

El fútbol ha hecho ciudad y ha construido sociedad, en Medellín es evidente reconocer un gran proceso urbanístico en torno al Estadio Atanasio Girardot, escribe el periodista Carlos Serna en su libro 40 años de Historia del Estadio Atanasio Girardot y su Unidad Deportiva... Fue preciso, naturalmente pelear con propietarios esquivos que perseguían un lucro moderado y fue indispensable,

también que las herramientas legales del gobierno se pusieran en acción para dominar la cancha”. “Ligadas todas las esperanzas, hoy se cuenta ya (en 1946) en propiedad del municipio, con un área de 36 cuadras, ubicada justamente entre las calles de Colombia y Pichincha, al otro lado del río Medellín, a dos kilómetros exactos del Parque de Berrío y a un kilómetro del puente de Colombia en el epicentro de los planes del “Medellín futuro” de esta suerte, del estadio se reflejan los radios urbanísticos y residenciales hacia todos los puntos cardinales en iguales condiciones geográficas y de distancia.” Medellín creció al lado de esta gran obra de la Ingeniería Civil inaugurada el 19 de marzo de 1953, un proceso de poblamiento fue creciendo, la ciudad poco a poco se desplazó del centro a la periferia y esos terrenos que eran para el “pastoreo” de ganado, fincas de recreo y extensas zonas verdes, sin ningún aprovechamiento social hoy son la “otra ciudad” es el escenario proxémico del fútbol más importante de la capital antioqueña, sitio de reunión de tantas personas de tan diferentes culturas, religiones, condición social, lugar de identidad, integración y confrontación, espacio de la celebración ruidosa, alegre y espontánea, escenario de desfogue de la frustración, amarguras, incertidumbre... Espacio social construido por el fútbol, que transformó a toda una ciudad y sociedad en un lugar concurrido, visitado y frecuentado como modelo de urbanismo y “civilidad “de la nueva ciudad...

7.4 HACIA UNA MIRADA PROXÉMICA DEL FÚTBOL

De la misma manera, los técnicos representados por Alexis García proyectan sus expresiones hacia una mirada proxémica del fútbol. “El fútbol es un reflejo social y el deterioro social que hemos sufrido se ve reflejado en el fútbol, el fútbol ya es un deporte que vive desbordadas pasiones, ya se reciben con menos equilibrio decisiones, ya lo vivimos menos como una diversión y más una respuesta de escape hacia los problemas y cuando las cosas son escape son abruptas y crean

⁹ RUBÉN G, Oliven y ARLEI S. Damo. Fútbol y cultura. p. 99.

circunstancias anormales, yo creo que el estadio sigue siendo un sitio de convivencia en general, los alrededores de la unidad deportiva y la unidad deportiva de Belén son sitios que congregan demasiada gente para lo que es el deporte”.

“Pero sí hablamos de los posteriores de un partido ya no es el lugar predilecto de reunión donde las personas se encuentran para comentar el partido sino que son sitios de carreras para salvarse quien pueda de las confrontaciones que se viven después de los juegos”.

“La desintegración familiar tan notoria que estamos sufriendo hoy en día y con esto los atropellos que padecen los niños y jóvenes menores de 14 o 16 años, esto se debe a la ausencia de normas en la casa, el papá es un bacán descomplicado y la mamá ya quiere aparentar ser una hermana de los hijos, entonces nadie quiere asumir el papel de adulto, se perdió la norma, el respeto y sin normas ni respeto en el hogar que es el primer núcleo de la sociedad es imposible que esto vaya a cambiar, la pérdida de autoridad y con esto el rol ha degenerado y por ende los niños irrespetan las leyes y las cosas que hay que cumplir”.

¿Los símbolos son un fenómeno de juventud o son cuestión de alguna misteriosa influencia?

“Yo creo que esa influencia de afuera, es una presencia que a veces manejamos los seres humanos, es como una parte de malignidad que tenemos adentro en un momento determinado, pensamos las cosas más sublimes pero también a veces pensamos y deseamos las cosas más aberrantes, es desafortunadamente esta actitud reconocida, aquí tenemos una herencia de negro, mestizo, español, indio, pero la escoria del español, nosotros hemos recibido una herencia nefasta que a veces sacamos el indio, el negro, el resentido y esa otra maldad de los españoles

que nos mandaron, entonces hemos caído en circunstancias devastadoras que nos mandaron de afuera, en las barras bravas de otros lugares, esto nos ha calado muy bien y los símbolos tienen una gran importancia porque mueven la vida, uno no cree pero todos los grandes mensajes de la simbología presentan una gran influencia en el país, por ejemplo Colombia en el escudo tiene libertad y orden, primero la libertad y luego el orden, primero soltamos y luego recogemos, partiendo de esto estamos dando pasos en contrario cuando debería ser al contrario, orden y libertad. Los símbolos de estas banderas calan siempre ante una mentalidad que está enardecida ante un gran espectáculo entonces la simbología es fundamental en los movimientos públicos o revolucionarios y es fundamental saberla manejar bien para que pueda crear espacios diferentes”.

¿El fútbol ya es un fenómeno de desintegración social y de pocos lugares comunes?

“Pobrecito el fútbol, el fútbol es bueno y la herencia del fútbol es otra, todo lo que uno pueda aprender de valores y principios como dice Albert Camus, se lo puede aprender del fútbol porque contiene todo”.

“Son algunos actores del fútbol, es como decir que este es un país violento, eso es mentira, porque somos tan tajantes nosotros en esta opinión, este es un país violento, es un país que tiene gente violenta pero también existimos personas que odiamos la violencia y estamos lejos de ella, lo que ocurre es que no aportamos ningún mecanismo o correctivo para aportar en el otro aspecto, el fútbol es un deporte hermoso y somos personas que nos gusta el fútbol hermoso, como diversión, espectáculo, pero hay gente que va a fútbol a desahogar sus inmundicias mentales, sus problemas personales, y se zafan con el primero que se encuentren, el ídolo, el árbitro, el rival, a veces hasta con el mismo que tiene la camiseta de mismo equipo, yo recuerdo cuando Colombia le ganó 5 – 0 a Argentina y murieron 100 colombianos, compatriotas celebrando, esto es increíble

acá nos matamos hasta celebrando, entonces es un desafuero de una pasión descontrolada que la crea la descomposición que existe y la falta de valores que se manejan desde la casa”.

¿Cuál sería la solución?

“Como lo decía García Márquez, aún ni la generación que viene en la barriga va a cambiar esto, entonces hay que empezar a trabajar de hoy hacia atrás pero como mínimo hay que empezar con los niños, porque ya no esperemos cambios de los que estamos aquí, esperemos que estos niños crezcan con unos mensajes diferentes, la educación es más barata que la guerra y con educación se transforma el clima de guerra en clima de paz con más facilidad, entonces los mensajes, la simbología, los espacios, los lugares deben tener mensajes positivos y con toda seguridad que van a producir cosas distintas...”

“Yo propondría que todos esos niños desplazados, porque somos el segundo país con mayor número de desplazados en el mundo, esto es increíble por detrás de Sudán, o Afganistán que tiene menos desplazados que Colombia y allá están en una guerra peor... Es increíble lo que estamos viviendo y se necesitan medidas increíbles para poder cambiar, lo único así rápido sería un compromiso individual y familiar, que los padres volvamos a asumir el papel de adultos, que volvamos a educar a los hijos, que volvamos a disciplinar los hijos y que los que tienen una posibilidad mayor se preocupen por todos esos niños desplazados, con programas claros educativos, de deporte, de recreación y con esperanza de vida diferentes, mientras que no haya esperanza y mientras un niño no tenga posibilidad de soñar no hay posibilidades de que un pueblo cambie, hay que empezar por cambiar a los niños, por darles el espacio de ensueño, por darles la seguridad de ser seres humanos, de que su vida no sólo se va a mover en medio del vicio y la maldad sino que se pueden vivir otras cosas distintas sí se preparan en el aspecto educativo, desde esta perspectiva debe partir la idea de cambio”.

7.5 UNA PROPUESTA ORGANIZATIVA PARA VER EL FÚTBOL

Contemplemos una propuesta organizativa para ver el fútbol, en la cual Víctor Marulanda, ingeniero industrial, gerente deportivo del Atlético Nacional y exfutbolista profesional, opina: "La gente se está volviendo apática, se está retirando de los espacios y sitios de fútbol debido al alto grado de agresividad que ellos representan, además existe algo muy preocupante, es el futuro, muchos padres ya no les permiten a los hijos asistir libremente a estos espacios o escenarios precisamente porque piensan que les van a aporrear a sus niños, y lo visto en estos sitios no van a ser buenos ejemplos, desde ese punto de vista de futuro para nosotros lo veo muy oscuro, tenemos que socializar, sensibilizar, educar un poco más a la gente que está concurriendo a estos lugares para que tengan la cultura deportiva y la cultura de recreación".

"Todo lo que tenga que ver con violencia y más lo que representa en estos mensajes influye, uno cuando tienen edad de 3, 5, 8 años es cuando más capta toda la información que recibe, automáticamente queda procesada en el cerebro porque no existe esa condición psicológica de mucho análisis, y de pronto cuando se crece el niño ya ve todo normal, por eso con los dibujos de las barras y sus símbolos macabros se debe tener mucho cuidado porque lo único que conduce es que los jóvenes tengan armas, palos, cuchillos que son las figuras que ellos observan y aprenden".

¿Qué hacer para recobrar los espacios sociales del fútbol?

"Aquí nos tenemos que poner todos de acuerdo en hacer una campaña a todos los niveles, municipio de Medellín, Nacional, Medellín y hasta Envigado y hacer campañas relacionadas a la recreación en el fútbol, puede ser con información, este entrando por todos los lados, así como existe la cultura metro y todos aprendimos a respetar, cuidar, amar el metro, así debe existir una cultura del

fútbol, el fútbol nos lleva a eso, a que lo amemos, lo respetemos, creo que no hay en el mundo un espectáculo que lleve tantas masas como el fútbol, por eso es importante fomentar una campaña donde todos nos involucremos, donde psicólogos, sociólogos, dirigentes, futbolistas, presidentes, nos metamos en este cuento, donde se hagan cosas en función de mejorar, en función de que la gente se culturice, la gente aprenda que cada vez va a ser más difícil porque va a ver más adeptos en contra y para cambiar esta manera va a ser muy complicado”.

7.6 SEMBLANZA DE LOS AFICIONADOS

No sobra recordar aquí lo que se ha llamado semblanzas de los aficionados. A través de Felipe: " El fútbol es una batalla simbólica y todos los amantes a él, lo hemos asumido así, del cual nosotros lo vivimos como espectadores”.

“Son dos ejércitos que pelean por el honor y haciendo ese reencuentro épico de otras épocas las banderas y son los escudos, las insignias que respaldan al ejército al cual uno apoya y hace parte afectivamente, entonces los clubes de fútbol tienen una parafernalia de colores y de estética que los representan, que dan identidad, que a la vez se manifiesta y representa”.

“Es el caso de Nacional, que es Antioquia y yo con la bandera de Nacional represento a Antioquia, estas representaciones simbólicas de la insignia que significan a un equipo para los hinchas que lo respaldan, en otro caso nosotros hemos implementado el color negro, siempre ha sido una representación de lo que es lo juvenil dentro de una barra y es un luto, por lo de Andrés Escobar y por eso el negro ha venido a ser parte de los colores de los del Sur, tanto que las banderas que ya venden en la calle tienen negro y eso me parece importante porque es incluir un símbolo dentro del equipo que él mismo no quiere reconocer”.

“Los espacios de fútbol para los hinchas aparte del estadio no hay bien definidos, todas las esquinas, cualesquier asiento de un bus, cualquier oportunidad de conversar con un taxista, en cualquier lugar, el fútbol como deporte popular tiene un escenario de diálogo casual, un espacio espontaneo en la ciudad, en el barrio y eso es lo que lo hace importante”.

“Lugares formales no hay, existe una iniciativa de formar cuenteros del fútbol, historias del fútbol o bares del fútbol pero no hay, los colectivos del fútbol en la ciudad brotan sorpresivamente...”

“Con respecto a otras ciudades que son menos futboleras que Medellín sí hace falta un espacio, un bar, una tienda a donde uno vaya a ver fútbol, leer revistas de fútbol. No existe en la actualidad, dos o tres bares en los cuales uno va a ver un partido, pero es una cosa muy comercial no tan espiritual, no tan mística, en donde uno se pueda sentar a hablar de las leyendas del fútbol colombiano, antioqueño, sino págueme un cover, consuma vea el partido y váyase...” Y de Gustavo Novoa: " A mí las banderas, los escudos me recuerdan momentos que reflejan el equipo, esos momentos son vivencias... La relación es directa con algunos instantes que he vivido, que me han hecho instantes gratificantes o decepciones... esto lo amarra a uno al club que lo ha hecho vivir estas vivencias, el color del Nacional, las montañas, el ser paisa, el ser antioqueño y los valores del paisa”.

“Aquí no hay sino el estadio como espacio formal a donde uno diga me voy y allá voy a encontrar varios hinchas del Nacional y ciertos lugares que se han convertido en una institución, cuando juega Nacional de visitante y tienen un televisor encendido y presentan el juego caso el Obelisco, la Mota, La Clarita, Escarcha o cualquier tienda de esquina que tenga un T.V. eso se vuelve un lugar para compartir con los hinchas y lo otro cualquier persona que me encuentre en la calle y me diga que es hincha del Nacional y así no lo conozco es un pretexto para

ponerme a hablar media hora, una hora del Nacional, la calle se vuelve un espacio informal, improvisado para hablar de fútbol de Nacional, de la familia verdolaga, cualquier señor en una tienda que le conversa a uno y le diga Nacional como está de bueno o malo, siquiera se fue el técnico, es un pretexto para reunirnos”.

“El Internet es algo público en el que cualquiera entra y deja un mensaje agresivo en el cual se cita y se busca una confrontación, pero es cobarde y a esto no se le puede poner cuidado ya que cualquier desocupado, adolescente o joven irresponsable quiera incitar se mete y dice encontrémonos a tal hora, eso no es bueno”.

7.7 REFLEXIONES DE UN ESPECIALISTA EN PSICOLOGÍA

Para la especialista Lina Orrego, psicóloga deportiva, “La simbología de las Barras en el fútbol colombiano es una mezcla de elementos de lucha de clases, tendencias musicales, políticas, modas y copia de expresiones de otros países que a veces no permiten identidad, muchos jóvenes lo utilizan más por moda que por conocimiento de causa”.

“Acá se retoman una cantidad de hechos que comunican mucho, el gesto, el saludo con la mano en alto que es propio de la milicia, “El Bombo” el cual a lo largo de la historia acompañó a los ejércitos en contienda, por eso acá se debe dar un manejo diferente a cada expresión la cual debe comunicar algo... algún sentimiento de las subculturas urbanas, de esas tribus locales que llevan a una tribuna de un estadio, su gestualidad, su manera de bailar, sus creencias, su lenguaje, su música, es toda una expresión trasladada de lo micro a lo macro, quizás para llamar la atención, decir algo, comunicar de manera expresa un resentimiento, angustia o frustración, en el texto “Vandalismo en el fútbol” del autor español Javier Durán González, se expresa sobre esto lo siguiente: “...El fenómeno del gamberrismo en el fútbol es como la búsqueda por parte del joven

de clase obrera de una identidad grupal propia y diferencial – reconocida por tanto exteriormente – que dote de mayor sentido a su existencia. Algo así como un intento de intervención social simbólica”. Todo esto comunicación expresa algo en lo social como es el caso de la Barra Rexixtenxia Norte hinchas del DIM, los cuales no utilizan las letras S, C, y Z para reemplazarlas por la X, la cual es entendida como un símbolo agresivo, de ataque, con ella se corrigen errores”.

“El estadio es el fiel reflejo de sociedad en él se encuentra la división clasista, en él se enuncia la división del trabajo de los favorecidos, opresores y explotados, es así como los dueños de los medios de producción, adinerados, burgueses gozan las incidencias del juego a la sombra del sol y la lluvia cómodamente sentados y hasta con sitios reservados, buen sitio de visual y ubicación, la clase media tiene una buena ubicación del espectáculo pero no están protegidos de la inclemencia del tiempo mientras que las clases populares tienen una mala ubicación y la lluvia o el sol los puede afectar para el disfrute del espectáculo, eso lo da el costo de la boletería con precios altos, regulares y bajos para ser compradas de acuerdo al poder adquisitivo, lo propio ocurre en el proceso evolutivo del estadio Atanasio Girardot y la sociedad medellinense, la cual se ve reflejada en este escenario con sus popularísimas tribunas de Norte y Sur y que son la muestra de la expresión de la vida en los barrios que antes este espacio del estadio era ocupado por obreros, trabajadores de la economía informal ahora allí llegan todas esas corrientes más un caudal de juventud ansiosa, fanática, protagonista y afectada por ese monstruo de mil cabezas que se llama sociedad y sus innumerables acontecimientos”.

“Una forma de comunicar y expresar un sentimiento de afecto hacia uno de los equipos es el ponerse pintura con los distintivos de sus conjuntos en la cara y el cuerpo por parte de los seguidores, esto según dos explicaciones: La primera es por la prohibición en el ingreso de banderas al estadio y la segunda es una posible copia de los aficionados al fútbol en Argentina que por efecto del calor se despojan

de la camiseta y la bolean todo el partido, eso en nuestro medio comunica una intencionalidad refleja agresividad”.

“Al igual se podría decir de la variedad, gama de símbolos que utilizan los hinchas de las tradicionales barras del “Sur” y “Norte” logos, esquemas e imágenes que representan tenebrosas figuras “satánicas” conocidas e interpretadas así por la sociedad en general, pero que según los hinchas al fútbol de acá, son imágenes tomadas del rock o la música reconocida como metal, la cual es un fenómeno de juventud y con la cual ellos se identifican”.

“En sus trapos, banderas, pasacalles o cintas se leen los nombres de las barras del DIM, Virux, Xanguinarios, Alcohol y Descontrol, hoy la expresión “Hooligan” es temida y reconocida en todo el mundo ella comunica violencia, agresividad, terror, su historia data desde 1877 y se debe a un personaje londinense llamado Edward Hooligan el cual era reconocido en ese entonces como un borracho, vago y peleador que siempre protagonizaba escándalos de confrontación, es así que siempre que se presentaba alguna pelea u hecho violento, o un rechazo a alguna norma o ley era calificado de “Hooligan”, el mal se expandió con mucha rapidez por Italia, España, Alemania, Turquía y Argentina en donde se hizo notar de manera contundente durante la realización del mundial de 1978, en donde se notó la marcada influencia de grupos hippies, rockers, teddy – boys, rudeboys, hell – angels y Hard – mods quienes empezaron a transformar los estadios de fútbol en campos de batalla”.

“En todos los países en los cuales existe un “lenguaje del fútbol” elaborado por los hinchas se dan unos escenarios proxémicos, sitios comunes de encuentro se puede apreciar que los términos, calificativos y denominaciones hacia el adversario o rival son vulgares, degradantes y ofensivos lo cual denota su origen en lo popular, sin duda estos grupos de hinchas en su interior albergan a

delincuentes, antisociales, se nota en todo esto que se comunica un inconformismo social el cual es llevado con un sofisma a una tribuna”.

“Acá vale la pena varias situaciones que tienen mucho que ver con todos los aspectos extrafutbolísticos que son muy significativos en un espacio como Medellín, ciudad en la cual hay presencia de antagonistas políticos y de manera armada protagonizan confrontaciones en los barrios periféricos de esta ciudad obligando a una cultura de encierro residencial, poca vida en común en sectores tradicionales del barrio, ausencia “de palabras de más” en las tiendas, graneros y esquinas para llevar todas estas palabras reprimidas, expresiones de conformidad o en contra a sitios más “civilizados” o identificables espacios de todos y para todos los hinchas del fútbol, los barristas en donde hay identidad más no amistad que con sólo el color de una prenda ya existe integración y con esto comunicación y la utilización de un espacio proxémico como escenario de un lenguaje común”.

CONCLUSIONES

Este trabajo es una elaboración muy personal sobre una temática inédita, no presentada antes con un profundo sentido comunicacional del cual pocos investigadores se han ocupado.

La proxemia comunicativa del fútbol profesional en Medellín, da cuenta de las representaciones, de los escenarios, de los espacios del fútbol en esta ciudad y sus gentes.

El verdadero sentido, que en este aspecto se puede interpretar, las representaciones, las connotaciones que en diferentes aspectos tiene el fútbol, tomado como elemento de gran peso social. Se pretende aportar al rigor evaluativo de un deporte que ha trascendido todas las esferas sociales y es protagonista de primer orden en todos los aspectos y la excepción no es Medellín, sus sitios, sus escenarios y sus gentes a las cuales la palabra fútbol les significa una variedad de acontecimientos, del cual tienen diferentes manifestaciones y representaciones, el cual toma el carácter de signo, ya que a través de él se representa un estilo de vida, una sociedad, toda una cotidianidad.

Aparecen interesantes reflexiones. La no integración espacio – temporal de la gran ciudad ha llevado a que se pierdan representantes simbólicos comunes, no hay un elemento capaz de integrar a la sociedad en un pensamiento común, varios ideales políticos, sociales, culturales y deportivos son en esencia el origen de muchas jornadas de integración en la ciudad, pero en el fondo y con el tiempo se vuelven por el contrario motivo de discusión y diferencia.

Hoy el fútbol con todas sus representaciones no legitima ese punto de encuentro, socialmente comunica diferentes ideas y su aceptación no es total en la sociedad.

Los imaginarios colectivos no tienen la representación y percepción del fútbol como un dinamizador social de este deporte ante los hechos y sucesos de confrontación comunicados y evidenciados como un resultado del fútbol.

Sí el hombre crea un espacio, más aún sus escenarios, o son los espacios y escenarios los que crean una actitud del hombre, ese interesante cuestionamiento entre la relación hombre – entorno, es parte de nuestra preocupación en la que se da una dialectización de esa relación. Los especialistas siempre miraron esa diada con mucho interés para precisar el significado en el comportamiento del hombre la incidencia del espacio y escenario en el que se encuentre.

La proxemia estudia el espacio social y la forma como él lo percibe, el hombre es un ser dinámico y como tal recorre, maneja y secuencia cada uno de estos factores, que son interesante campo de estudio, son un extenso objeto de estudio visto y estudiado por numerosos saberes.

Además de la dinámica, el hombre es estático, a veces es inmóvil, pasivo y estudioso de su ser y entorno, su geografía humana y social le comunican mucho de los que es él y los demás.

La proxemia comunicativa del fútbol recoge en esta elaboración, los conocimientos de una ciencia como la semiótica, porque por intermedio de ella el fútbol expresa comunicación propia en el hombre y enseña a percibir, entender e interpretar esta realidad.

Este escrito identificó los espacios y escenarios proxémicos, comunicativos del fútbol en Medellín, reconoció plenamente estos lugares, se reseñó un pasado y presente de estos sitios como legado comunicacional de este interesante fenómeno deportivo – social que ha crecido con la ciudad y sus gentes.

Hoy los espacios del fútbol en Medellín expresan a simple vista, comunican sencillamente con un rápido vistazo que acá hay una profunda relación hombre – entorno como factor final por una masiva afición al fútbol.

BIBLIOGRAFÍA

BAUDELAIRE, Charles. El pintor de la vida moderna. México: Aguilar, 1961.

BENET, Rafael y BENET, Jorge. Simbolismo. Buenos Aires: Argentina, 1987.

BONILLA CASTRO, Elssy y RODRÍGUEZ, Penélope Shk. Más allá del dilema de los métodos. Medellín: Grupo Editorial Norma, 1997.

DAMO, Aleis S. y G., Rubén. Fútbol y cultura. Medellín: Grupo Editorial Norma, 2001.

FLORA, Davis. La comunicación. Barcelona: Paidós, 1988.

GALEANO, Eduardo. El fútbol a sol y sombra. Bogotá: Tercer Mundo Editores, 1995.

GERHARD, Vinnai. El fútbol como ideología. Madrid: Siglo Veintiuno de España Editores, 1974.

HALL, Edward T. La dimensión oculta. Colección Nuevo Urbanismo, 1973.

HORST, Holzer. Sociología de la comunicación. Madrid: Tracia, 1980.

JACOBS, Jane. Muerte y vida de las grandes ciudades. Madrid: Península, 1976.

JURIJ, Lotman. La escuea tartú. Semiótica de la cultura. Madrid: Cátedra, 1979.

KNAPP, Mark. La comunicación no verbal. Barcelona: Paidós, 1985.

KONRAD, Lorenz. La otra cara del espejo. Barcelona: Plaza y Janés, 1985.

LEROI GORBAN, André. El gesto y la palabra. Caracas: Biblioteca Central de Venezuela.

LOTERO, Rubén Darío. Historia de la cale Medellín. Medellín: Corporación Región, 1991.

MORALES, Manuel. La proxemia urbana de Medellín. Medellín: Universidad de Antioquia, 1992.

PIERCE, Sanders. La ciencia de la semiótica. Barcelona: Cátedra, 1980.

PROSS, Jarry. Estructura simbólica de poder. Madrid: Gustavo Gili, 1985.

SWING, John. El hombre y el símbolo. México: Aguilar, 1962.

TZVETAN, Todorov. Teoría del símbolo. Madrid: Biblioteca Central, 1995.

ANEXOS

PROYECCIÓN SOCIOCOMUNICATIVA A PARTIR DE UNA CRÓNICA PROXÉMICA DE UN CLÁSICO FUTBOLÍSTICO EN MEDELLÍN

GUIÓN VIDEO "PROXEMIA DEL FÚTBOL PROFESIONAL EN MEDELLÍN"

El de hoy es un domingo diferente al de los demás en la ciudad de Medellín, el ambiente tiene una calidez especial, el aire no es tan fresco y la sensación de expectativa habita a lo largo y ancho de los cuatro puntos cardinales de la capital antioqueña.

Es un domingo especial porque se juega el tradicional clásico paisa entre el Deportivo Independiente Medellín y Atlético Nacional, dos enconados rivales que protagonizan adentro y afuera de la cancha una confrontación que va desde lo social a lo deportivo.

Describir el clásico es hacer historia de la ciudad, de sus gentes, de sus hinchas, ese fenómeno comunicacional que lleva de esfera en esfera social la información sobre el cotejo.

Desde 1948 cuando el fútbol en Colombia logró la categoría de profesional la suerte está echada para los verdes o los rojos en cada juego... Aquí se gana, se empata o se pierde... Es un juego y como tal no debe haber pérdidas materiales.

Hoy la ciudad comunica algo, colorido, festividad, desplazamiento, economía informal, orden público, flujo vehicular, es esa comunicación tácita que se logra antes, durante y después de un partido de fútbol.

Los medios de comunicación tienen como objeto de estudio el partido clásico, elaboran comentarios, especulaciones, entrevistas y reseñas históricas que adornan las transmisiones.

Los venteros ambulantes se movilizan en función del tradicional "Clásico Montañero", ellos saben que ésta tarde debe ser una gran venta, ganen o pierdan rojos o verdes deben consumir.

La comunicación no se agota y las especulaciones sobre formaciones, resultado y anotadores acompañan a esa numerosa afición que habla y habla sobre el mismo tema sin acabar con ese lenguaje y terminología propia del fútbol...

La tarde es calurosa, se presagia un buen clima, todo está dado para que por lo menos cuarenta mil aficionados abarrotan el estadio Atanasio Girardot. Los espacios parece se cierran, el sector aledaño al escenario del fútbol cada momento tiene menos lugares, los venteros, agentes de policía e hinchas colman pie a pie cada sitio, cada vez más estrecho.

La proxemia, la proximidad, La proximidad hombro a hombro, persona a persona es la ciudad que comunica una ruptura de su cotidianidad en la tarde de un domingo de sol radiante. Sin importar tinte político, credo y cultura miles de procesos comunicacionales se desatan en los diferentes espacios, lenguaje gestual, simbólico, y gráfico dicen muchos del acontecimiento.

Es estadio es una sociedad clasista con tres divisiones sociales, clase alta en la mejor tribuna a la sombra, clase media en una buena ubicación visual pero a la

intemperie y clase baja al sol y al agua y sin buena visualización del campo de juego.

El partido de fútbol comunica un ritual de expectativas, el protocolo luego la batalla, con estrategias en ataque y defensa... es la guerra en la cual pierde el que se equivoca... Cada pasaje, hecho, comentario y suceso generan su reacción en las tribunas, el fútbol es ese deporte que crea integración e identidad sólo con el hecho de compartir un mismo gusto hacia un equipo se genera un concepto de socialización y comunicación impensado, inadvertido.

Las emociones son a granel o escasas, los aplausos o la silbatina... los goles o su ausencia son la vida en el fútbol... todo hace parte de la comunicación, de los comentarios, de la oralidad.

El sol se cansó de alumbrar y se va, el azul es ya discreto y las nubes negras llegan... es el final de la tarde y con esta del clásico paisa.

La historia ya empezó, sí ganaron los rojos o los verdes siempre habrá algo que decir... el árbitro, la habilidad, la preparación, virtudes o errores, todo esto hace parte del resultado.

Alegría o decepción el resultado es inmodificable, la comunicación permanente, rabia o frustración... tensión o alegría la ciudad y sus sitios de encuentro reciben una nueva historia. Las confrontaciones se presentan, es la manera de mostrar un desacuerdo, un malestar, comunica barbarie, esa época de remotos años de garrote y piedra... de lenguaje gestual.

Las celebraciones son una expresión de estado anímico, según el resultado de los hechos, el hombre celebra o no, dicen los especialistas y con esto llega toda una proxemia, integración y socialización.

El estadio y sus sitios aledaños ya no tienen tanto tinte rojo y verde, sólo algunos puntos coloridos resaltan en la oscura tarde. La comunicación no cesa y es el otro partido, el de los hinchas que no se cansan de repetir el juego cada uno a su manera, es su propia versión, lenguaje y expresión.

Como después de cada suceso... el pobre a su pobreza y el rico a su riqueza, cada uno debe retornar a su lugar de origen y seguir engranado en el proceso de participación social... El partido terminó, el juego fue único, finito e irrepetible, es ya historia contada.

Fue un domingo que comunicó algo diferente de la ciudad, de sus gentes que adquieren el rol de hinchas o en algunas oportunidades de fanáticos cuando exageran sus sentimientos y aceleran su proceso de comunicación.

Este día fue especial para el transporte público, la economía informal, la socialización y la sociedad, fue un domingo de pasión, fervor, afición, fue la expresión de una masa abierta, alienada o no, resultado de una convocatoria a través de los medios de comunicación, es un admirable proceso comunicacional.

El fútbol es comunicación es el tema de miles de encuentros casuales que generan un intercambio de sentimientos, de expresiones. Es la disculpa de la celebración o la confrontación por un accidente que se llama resultado.

El fútbol dice mucho de los espacios sociales, saca a las ciudades de los mapas, genera identidad e integración, fabrica ídolos, descalifica actores, revalida a sus protagonistas bien sea como héroes o villanos en un lenguaje propio del pueblo y entendido por todos, es así que este deporte, el más masivo del planeta por su sencillez en su práctica y la comprensión para expresarlo y entenderlo... Es la comunicación más autorizada y popular ya que cualquiera en cualquier parte del mundo habla de fútbol.