

# BARRISMO EN COLOMBIA

REALIZADA POR JADE R.C.

**UNICISO**  
WWW.PORTALUNICISO.COM

© - Derechos Reservados UNICISO



# FÚTBOL

## PERSPECTIVA ETÓLOGICA

Para **Desmond Morris**, el fútbol es amado por lo humano porque manifiesta **nuestro instinto de caza**. Muchos de los elementos de la caza primitiva se encuentran presentes **en el ritual del fútbol**.

## PERSPECTIVA RELIGIOSA

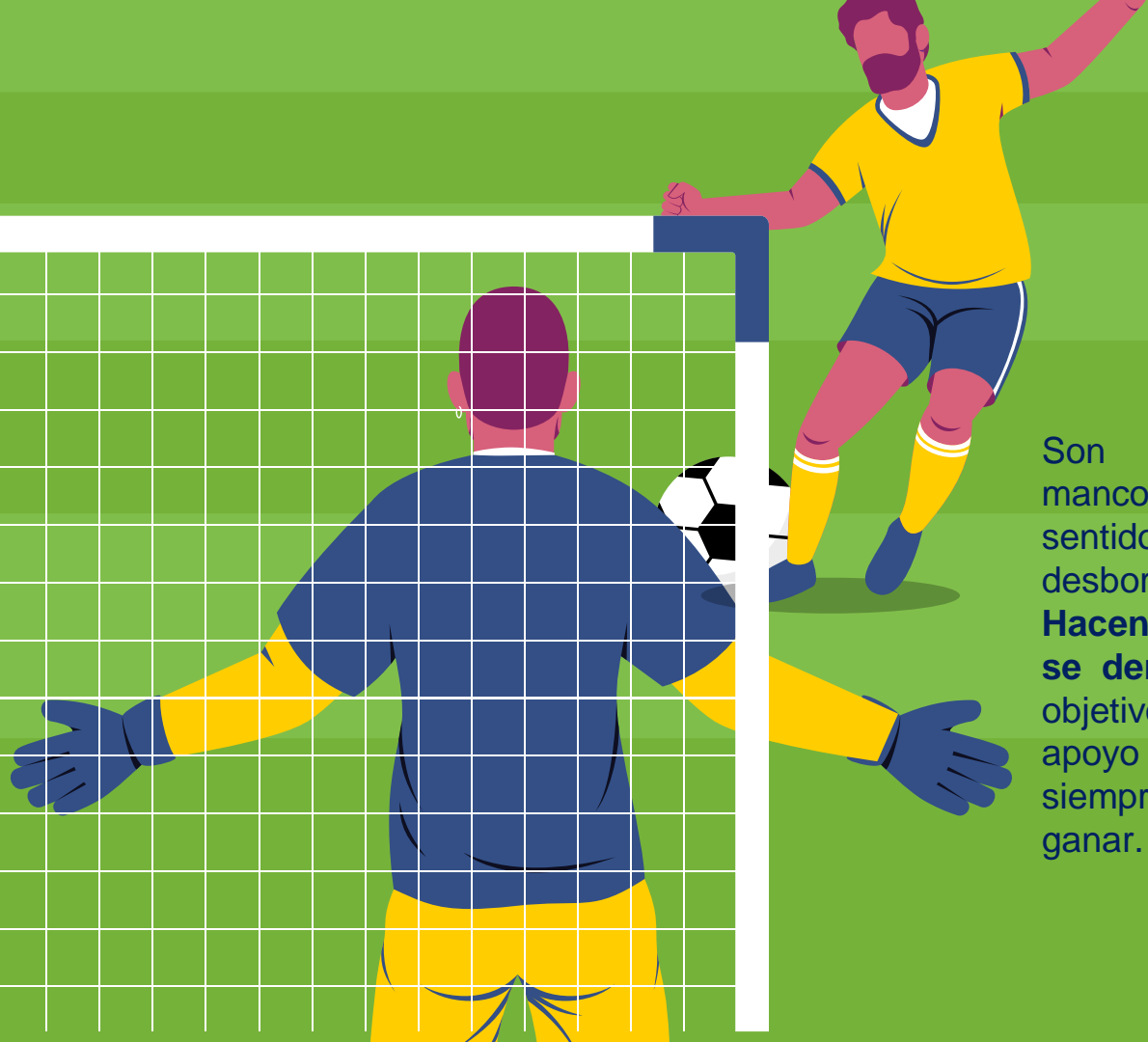
Para **Mircea Eliade** el fútbol es un evento religioso, el juego de fútbol no solo reúne a gran número de personas, también los asocia a **una creencia común: un equipo**.

El fanático llega al estadio envuelto en la bandera del club, la cara pintada con los colores de la adorada camiseta, erizado de objetos estridentes y contundentes, y ya por el camino viene armando mucho ruido y mucho lío. Nunca viene solo. (Galeano, 1995).

# CONCEPTO DE FÚTBOL

Concepto	Definición desde las ciencias sociales	Referencia en APA 7
Identidad colectiva	El fútbol funciona como un espacio donde los hinchas construyen pertenencia y sentido de comunidad, fortaleciendo identidades locales, regionales o nacionales.	Archetti, E. P. (1999). Masculinities: Football, polo and the tango in Argentina. Oxford: Berg.
Ritual social	Los partidos y prácticas de las barras se entienden como rituales urbanos que reproducen símbolos, emociones y cohesión grupal.	Alabarces, P. (2002). Fútbol y patria: El fútbol y las narrativas de la nación en la Argentina. Buenos Aires: Prometeo.
Violencia simbólica	El fútbol puede ser escenario de luchas de poder y jerarquías (clase, género, etnia), expresadas en cánticos, grafitis y confrontaciones.	Bourdieu, P. (1993). Sociología y cultura. México: Grijalbo.
Espacio urbano	Los estadios y alrededores son escenarios donde se reconfiguran las relaciones sociales, territoriales y de poder en la ciudad.	Bromberger, C. (1995). "Football as world-view and as ritual". French Cultural Studies, 6(17), 293–311.
Capital simbólico	Ser parte de una barra o destacarse como hincha implica acumular prestigio y reconocimiento dentro del grupo, más allá de lo económico.	Giulianotti, R. (1999). Football: A sociology of the global game. Cambridge: Polity Press.



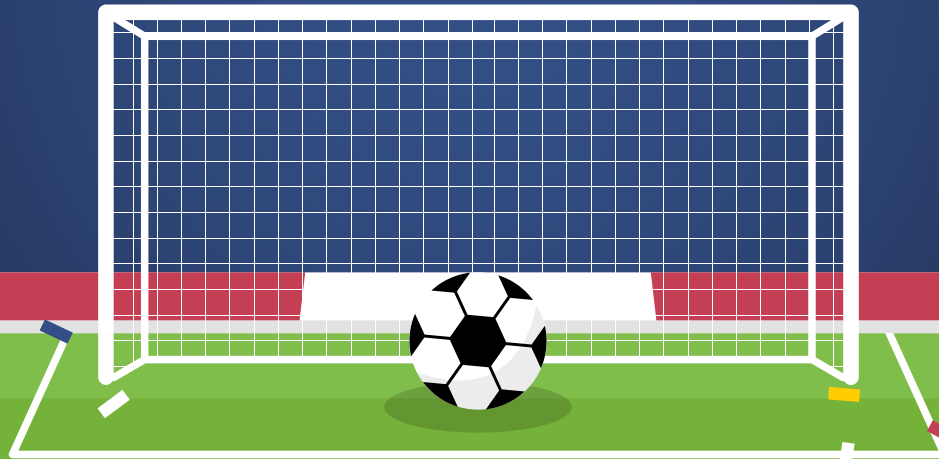


## BARRAS

Son grupos de personas que se mancomunan bajo un ideal, con un sentido de pertenencia y una pasión desbordante por un equipo de fútbol. **Hacen parte de una colectividad que se denomina “hinchada”**. Su principal objetivo es proporcionarle al equipo el apoyo necesario para que jueguen siempre en un ambiente propicio para ganar.

La industrialización y el urbanismo  
confluyeron para la constitución de las  
barras en nuestras ciudades.

Norbert Elías



# CONCEPTO DE BARRAS DE FÚTBOL

Concepto	Definición desde las ciencias sociales	Referencia en APA 7
Juventud e identidad	El barrismo es una forma de socialización juvenil donde se construyen identidades colectivas ligadas al fútbol, la ciudad y la pertenencia barrial.	Perea, C. M. (2012). Jóvenes, barrismo y construcción de identidad. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
Cultura popular urbana	Las barras se expresan a través de cantos, grafitis, música y rituales, resignificando el espacio público como escenario cultural.	Alabarces, P. (2005). Hinchadas. Buenos Aires: Prometeo.
Violencia y resistencia	Aunque estigmatizadas por la violencia, las barras también se constituyen como espacios de resistencia simbólica y política juvenil.	Villamil, D. (2014). Barras de fútbol: identidad, violencia y resistencia juvenil en Colombia. Revista Colombiana de Sociología, 37(2), 89–112.
Participación política	El barrismo organizado puede convertirse en interlocutor social y político en programas de convivencia y seguridad ciudadana.	Gutiérrez, F. (2010). Barrismo y política: entre la violencia y la participación ciudadana. Bogotá: Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales (IEPRI).
Territorialidad urbana	Las barras marcan territorios en la ciudad a través de trapos, grafitis y presencias masivas, disputando el control simbólico y social del espacio.	Salazar, M. & Jaramillo, J. (2017). Territorialidades barristas: fútbol, ciudad y jóvenes en Medellín. Revista Kavilando, 9(2), 221–236.



## BARRAS – BARRISMO

### ANÁLISIS EN CAMPO

#### RECONOCIMIENTO DE LA BARRA

Realizar la **identificación**  
**de los miembros:**  
ser emblemas, himnos,  
banderas, logotipos,  
etc.

#### CÓDIGOS

Identificar y analizar **códigos o**  
**normas** de la barra: control  
territorial, cantos, reuniones,  
exigencias, protestas,  
conflictos internos y externos,  
etc.



## ORGANIZACIÓN

Analizar la **constitución organizativa de la barra:** historia de la barra, economía de la barra, funciones y responsabilidades de la barra, relaciones con otras barras y con el equipo.

## CULTURAL

Cada país tiene sus **características culturales en las barras:** identificar la población; cantidad de mujeres, hombres, edades, aspectos laborales, aspectos educativos, organización familiar de los integrantes, etc.

Las Barras se dividen en subgrupos denominados por la Barra, como parches, combos, bloques, legiones o sectas; que por lo regular se ubican según su demarcación territorial, buscando copar gran parte de territorio en las ciudades. Tal división facilita la organización y dirección de la masa o muchedumbre para los partidos o viajes.

Además existen las filiales. Son sub grupos de Barras que traspasan los límites de lo local, a nivel regional y/o nacional, las cuales son fracciones de las Barras que habitan territorios distintos al lugar de origen del equipo del que son hinchas.



## BARRAS EN COLOMBIA

- Se caracterizan por estar compuesta por **jóvenes urbanos**.
- La mayoría de barristas en Colombia viven en estratos socio económicos bajos.

# BARRAS EN COLOMBIA

CIUDAD	EQUIPO	BARRAS
ARMENIA	DEPORTES QUINDÍO	1. ARTILLERIA VERDE 2. LABANDA ORIENTAL
CALI	AMÉRICA DE CALI	BARÓN ROJO SUR
CALI	DEPORTIVO CALI	FRENTE RADICAL VERDIBLANCO
MEDELLÍN	INDEPENDIENTE MEDELLÍN	REXIXTENXIA NORTE
MEDELLÍN	ATLÉTICO NACIONAL	LOS DEL SUR
BOGOTÁ	MILLONARIOS	1. COMANDOS 2. AZULES BLUE RAIN
BOGOTÁ	INDEPENDIENTE SANTA FE	LA GUARDIA ALBIROJA
BOGOTÁ	AMÉRICA DE CALI	DISTURBIO ROJO
BOGOTÁ	LA EQUIDAD	LOS CUPIDOS
BOGOTÁ	ATLÉTICO NACIONAL	NACIÓN VERDOLAGA
IBAGUE	DEPORTES TOLIMA	REVOLUCIÓN VINOTINTO
NEIVA	ATLÉTICO HUILA	ALTA TENSIÓN SUR
MANIZALES	ONCE CALDAS	HOLOCAUSTO NORTE
PEREIRA	DEPORTIVO PEREIRA	LOBO SUR

# BARRAS EN COLOMBIA

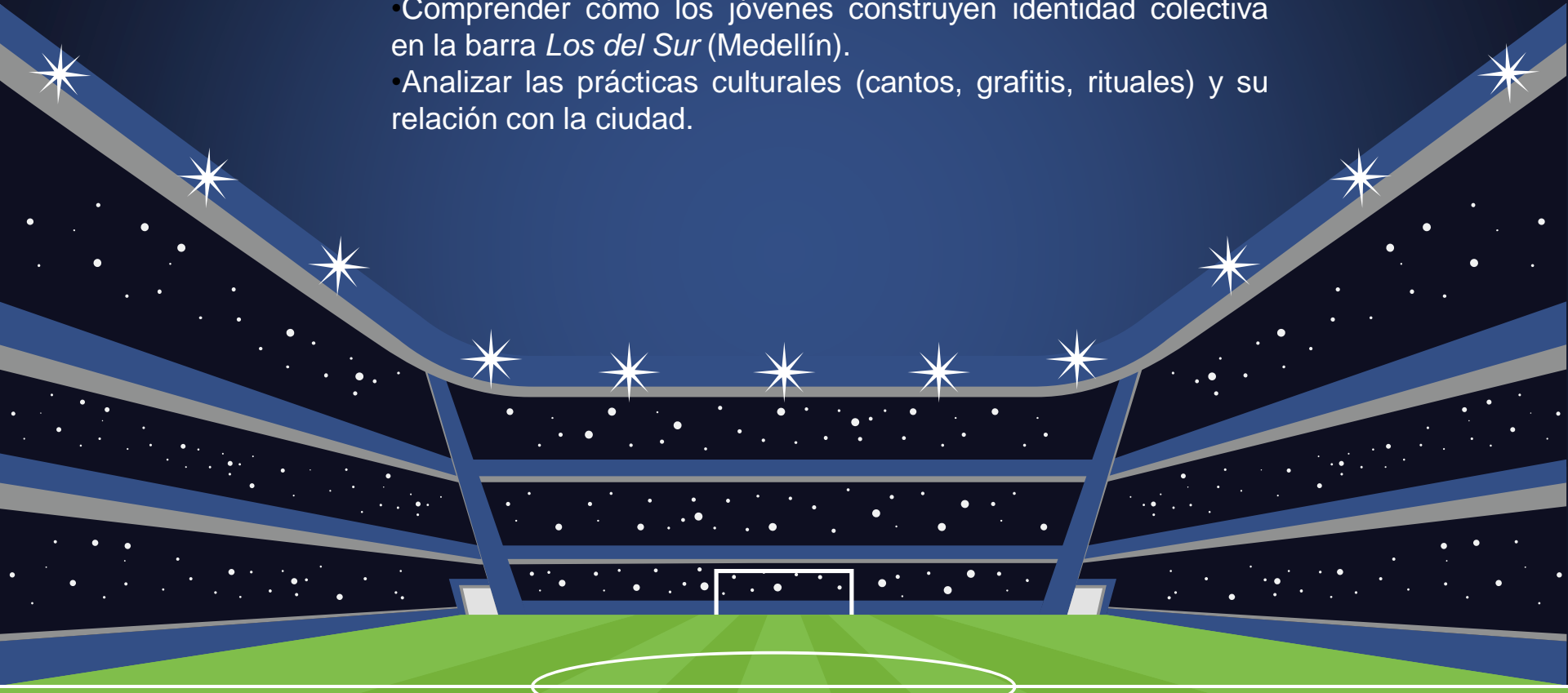
CIUDAD	EQUIPO	BARRAS
BARRANQUILLA	ATLÉTICO JUNIOR	1. FRENTE ROJIBLANCO 2.LOS CUERVOS
CARTAGENA	REAL CARTAGENA	REBELION AURIVERDE
CUCUTA	CUCUTA DEPORTIVO	1. LA BANDA DEL 2. INDIO TRINCHERA NORTE
TUNJA	CHICO FC	LA PRIMERA DEL CHICO
ENVIGADO	ENVIGADO FC	PASIÓN NARANJA
SANTAMARTA	UNION MAGDALENA	GARRA SAMARIA
VALLEDUPAR	VALLEDUPAR CLUB	1. CLUB REAL PASIÓN VALLENATA 2. CORONELES DEL SUR
BUCARAMANGA	ATLÉTICO BUCARAMANGA	FORTALEZA LEOPARDA
BARRANCABERMEJA	ALIANZA PETROLERA	ANARQUIA NEGRA
TUNJA	PATRIOTAS FC	AGUANTE SUR PATRIOTAS
TULUA	CORTULUA	LA BANDA DEL VINO
PASTO	DEPORTIVO PASTO	ATAQUE MASIVO

**EJEMPLO DE TRABAJO DE CAMPO:  
ANÁLISIS DE UNA BARRA DE FÚTBOL  
EN COLOMBIA**



## 1. Definir el objetivo

- Comprender cómo los jóvenes construyen identidad colectiva en la barra *Los del Sur* (Medellín).
- Analizar las prácticas culturales (cantos, grafitis, rituales) y su relación con la ciudad.



## 2. Preparación previa

- **Revisión documental:** leer investigaciones sobre barrismo en Colombia.
- **Contactos iniciales:** buscar un mediador (un miembro de la barra, ONG, programa de convivencia).
- **Ética:** dejar claro que la investigación es académica, no policial ni periodística.



### 3. Metodología en campo

#### • Observación participante

- Asistir a partidos en el estadio y a concentraciones barristas en la ciudad.
- Tomar notas sobre cánticos, símbolos, comportamientos, interacciones.
- Registrar en cuadernos de campo sin exponer identidades directamente.

#### • Entrevistas semiestructuradas

- Ejemplo de preguntas:
  - ¿Qué significa para ti ser parte de esta barra?
  - ¿Qué es lo más importante en los partidos?
  - ¿Cómo se relacionan con la comunidad o el barrio?
- Entrevistar a 5–10 miembros de diferentes edades y roles (capos, músicos, hinchas de base, mujeres).

#### • Análisis de material cultural

- Fotografiar grafitis (con permiso).
- Escuchar y transcribir cánticos.
- Analizar redes sociales de la barra (Facebook, Instagram, TikTok).



#### 4. Instrumentos de campo

- **Ficha de observación** (ejemplo):

- Fecha y lugar: 15 de marzo, Estadio Nemesio el Campin
- Evento: Clásico Millonarios vs Santa Fe.
- Elementos observados:
  - Cantos predominantes: alusiones a aguante y rivalidad.
  - Objetos simbólicos: banderas, trapos, bengalas.
  - Roles visibles: capos dirigiendo el canto, mujeres organizando logística.



## 5. Reflexión del investigador

### • Preguntarse:

- ¿Cómo cambia la percepción de la barra en el estadio vs. en el barrio?
- ¿Qué tensiones se ven entre fiesta y violencia?
- ¿Qué elementos de identidad juvenil se reafirman en el ritual futbolero?

## 6. Resultados esperados

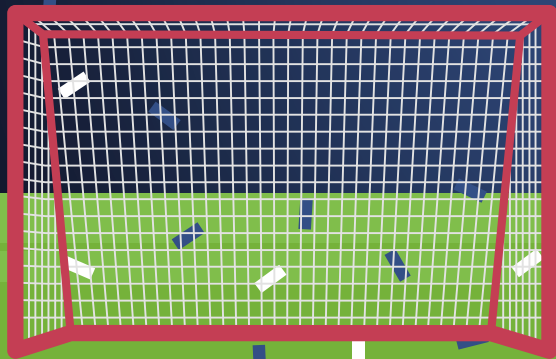
### • Un relato que describa:

- La barra como **espacio cultural** (música, arte, símbolos).
- La barra como **espacio político** (interlocución con clubes y alcaldías).
- La barra como **espacio social** (amistad, resistencia, redes juveniles).



## REFERENCIAS

- ❑ GALEANO, E. (1995). “El fútbol sol y sombra”. Siglo 21 editores, Bs.as.
- ❑ DESMOND, M. (1981). “The soccer tribe”, Londres.
- ❑ MIRCEA, E. “lo sagrado y lo profano”. Paidós, Ibérica.
- ❑ ELIAS, Norbert y Erick DUNNING. (1992). “Deporte y Ocio en el Proceso de la Civilización”, Fondo de Cultura Económica, México.
- ❑ Ministerio de Cultura (2003). Grupo de Interés; Documento poblacional sobre el Barrismo en Colombia.



**UNICISO**  
WWW.PORTALUNICISO.COM



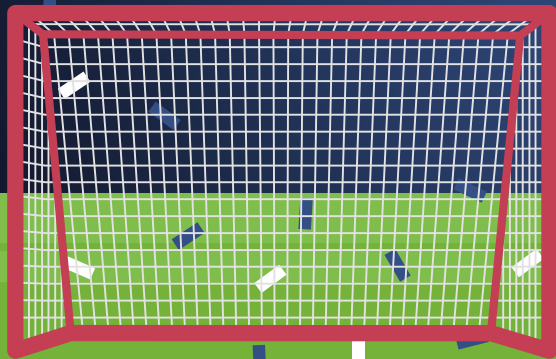
## CITA DE LA GUÍA

R.C. JADE. (2025) Barrismo en Colombia.  
UNICISO. Disponible en: [www.portaluniciso.com](http://www.portaluniciso.com)

SÍGUENOS:



**UNICISO**  
WWW.PORTALUNICISO.COM



# CITA DE LA GUÍA

R.C. JADE. (2025) Barrismo en Colombia.  
UNICISO. Disponible en:  
[www.portaluniciso.com](http://www.portaluniciso.com)

SÍGUENOS:



CREDITS: This presentation template was created by **Slidesgo**,  
including icons by **Flaticon** and infographics & images by  
**Freepik**

Please keep this slide for attribution