



Súper hincha, tarjeta roja a la violencia

Proyecto que busca promover el respeto y las buenas prácticas en la hinchada futbolera de las comunidades de la localidad tercera (Santa Fe) y la localidad cuarta (San Cristóbal) en la ciudad Bogotá

Proyecto de Grado

Jeisson Gonzalo Celis Garzón
Jonathan Andrés Rojas Bermúdez

Bogotá D. C., 2019

Súper hincha, tarjeta roja a la violencia

Proyecto que busca promover el respeto y las buenas prácticas en la hinchada futbolera de las comunidades de la localidad tercera (Santa Fe) y la localidad cuarta (San Cristóbal) en la ciudad Bogotá

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:

Diseñador Digital y Multimedia

Directores:

Andrés Felipe Parra Vela

Sandra Uribe Pérez

Julio César Orjuela

Lina del Pilar Estrella Bolaños

Líneas de énfasis:

Tecnologías para producción multimedia

Productos audiovisuales

Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca
Facultad de Ingeniería y Arquitectura
Programa de Diseño Digital y Multimedia
Bogotá D. C., 2019

Tarjeta Roja a la Violencia

Aval del Proyecto

Firma del Director(a) de proyecto de grado

Firmas de los jurados

Tarjeta Roja a la Violencia



Bogotá D. C., febrero de 2019

La Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca respeta los conceptos académicos emitidos por los estudiantes de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura a través de sus proyectos de investigación y no se hace responsable de su contenido.

Las ideas expresadas en los citados trabajos no constituyen compromiso institucional y son responsabilidad exclusiva de cada autor.

Atentamente,

FABIO CORREDOR SÁNCHEZ
Decano Facultad de Ingeniería y Arquitectura

JEISSON CELIS
Estudiante

JONATHAN ROJAS
Estudiante



ÉTICA, SERVICIO Y SABER

Tarjeta Roja a la Violencia

Dedicatoria

A Dios, por bendecir mi existencia y guiarme por el buen camino, para convertirme en profesional.

A mis padres, por ser las personas más trabajadoras y amorosas que siempre enfocan todos sus esfuerzos para la educación y el bienestar de sus hijos.

A mis hermanos, por el apoyo, la paciencia y la diversión.

A toda mi familia, especialmente a mis abuelos por el amor que me han brindado.

A mis amigos y mi novia, por compartir momentos especiales que llevo en mi mente y corazón.

Jeisson Gonzalo Celis Garzón

A mis padres, por brindarme todo lo necesario para formarme como persona íntegra, quienes con sus consejos me han permitido formar valores y principios

A la docente Sandra Uribe, quien encaminó este proyecto de principio a fin.

A mis amigos, los cuales me apoyaron en todas mis ideas.

Y a todas las personas que aportaron su granito de arena en el desarrollo del proyecto.

Jonathan Andrés Rojas Bermúdez

Agradecimientos

Los autores del presente proyecto expresamos nuestros agradecimientos a nuestros directores de tesis, Andrés Felipe Parra Vela, Sandra Uribe Pérez, Julio César Orjuela Peña y Lina del Pilar Estrella Bolaños, quienes gracias a su conocimiento, constancia y continuo apoyo nos orientaron al buen desarrollo del proyecto para lograr su puesta en marcha en la culminación de nuestros estudios.

Al señor Rector, al cuerpo de docentes y demás trabajadores del Colegio República del Ecuador, por brindarnos el apoyo necesario para la realización de proyecto.

A los estudiantes del Colegio República del Ecuador, en particular a Johan Castañeda, Sergio Socha, Breiner Moreno, Luis Camacho y Sara Cubides por su compromiso de principio a fin con todo lo relacionado con este proyecto.

A la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca y a sus directivos, por formar profesionales íntegros en todo lo referente a la realización del proyecto de vida en cada uno de sus estudiantes.

A todas aquellas personas que acompañaron nuestro proceso de aprendizaje y estaba en la universidad.

Y de parte de Jeisson Celis a Dios, por bendecir el camino de la vida universitaria y convertirme hoy en un profesional con valores éticos y morales para servir a la sociedad.

Tarjeta Roja a la Violencia

Tarjeta Roja a la Violencia

*“No me duelen los actos de la gente mala,
me duele la indiferencia de la gente buena”
Martin Luther King*

Resumen

No hay duda de que en Colombia se vive la fiesta del fútbol, pues las personas salen gozan, juegan y comparten con su familia y amigos; sin embargo, no todo es alegría. Lastimosamente, a diario ocurren manifestaciones de violencia producidas por hinchas de fútbol y las cifras no son alentadoras, ya que como reportó el periódico *El Tiempo*, en 2013 era asesinado un hincha del fútbol cada día.

Partiendo de lo anterior, el proyecto “Súper hincha, tarjeta roja a la violencia” está encaminado a la promoción del respeto y las buenas prácticas de ser un hincha del fútbol a través de una herramienta digital que contribuya a disminuir incidentes violentos a futuro. Como caso de estudio se toma el Colegio IED República del Ecuador de la ciudad de Bogotá, dado que, en la zona donde se ubica ocurren con frecuencia disputas territoriales producidas por hinchas barra brava.

El planteamiento metodológico está basado en la investigación proyectual del italiano Bruno Munari. A través del proceso de recolección de datos se evidencia que, aunque el Estado invierte grandes cantidades de dinero para controlar la violencia entre hinchas de fútbol, no ha logrado calmar por completo los incidentes de violencia, lo cual es preocupante, pero a su vez, constituye una oportunidad de diseño.

En búsqueda de una solución a la problemática se desarrolla la herramienta digital “Súper hincha” en colaboración con los usuarios (los estudiantes del colegio), en la que se incluye, entre otros, un Manual del buen hincha que da pie para desarrollar diversas

Tarjeta Roja a la Violencia

actividades de resolución de conflictos que logran impactar positivamente en la población participante. Durante la implementación de la propuesta se pueden evidenciar cambios en las relaciones entre los miembros de las diferentes barras, que, pese a las diferencias ideológicas con relación a sus equipos favoritos, consiguen dar paso a la amistad y reforzar valores que permiten minimizar los posibles roces y manifestaciones de violencia.

Palabras clave:

Violencia, Hincha, Fútbol, Resolución de conflictos, herramientas digitales.

Línea(s) de profundización:

Tecnologías para producción multimedia / Productos audiovisuales.

Abstract

There are not any question that in Colombia we live the football celebration at all. In fact, fans use to go out, enjoy and share with their families and friends. However, there are some stuff that are not happiness. Infortunatly, daily happens hundreds violent episodes causes by football fans and the figures of casualties are not encouraging. Acording with EL TIEMPO newspaper, in 2013, one football fan there was murdered per day.

Consequently, the investigation “Súper Hincha, tarjeta roja a la violencia” is focus on advertise about respect and good practices of being a football fan. It will be through a digital tool that helps to decrease violent episodes in the future. As study case we start with IED República del Ecuador School in Bogota- Colombia, because, in the area there are some territorial fights induced by some fans, they are known as Barras Bravas.

The methodological approach that was used by the investigators is base on the project research of the Italian Bruno Munari. It is Through the collection process of data, we can notice that the government spend big quantities of money to control the violence between football fans, but they can not finish with this problem and it is so worrying, but it open a design oportunitiy. We researched a solution for this problem, and as investigator group we developed a digital tool named “Súper hincha” with help of the users (students of the school), where there is a manual of the good fan included. It contribute to develop different activities to solve the problems and it helps in a positive way to the participants people. During the

implementation of this proposal we can see some changes in the relation between members of this groups “Barras bravas”, that no matter team and the ideological differences, they achieve build a friendship and reforce values that permits decrees the possible violence cases.

Researching a solution for this problem, We develop a digital tool named “Super hinchas” with help of the users (students of the school), where there is a manual of the good fan include. It contributes to develop different activities to solve the problems and this helps in a positive way to the participants people. During the implementation of this proposal we can see some changes in the relation between members of this groups “Barras Bravas”, that no matter team and the ideological differences, they achieve build a friendship and beef up values that permits decrease the posible violence cases.

Keywords:

Violence, Fan, Football soccer, Conflict resolution, digital tools

Research lines:

Technologies for multimedia production / Audiovisual products.

Tabla de contenido

Aval del Proyecto.....	4
Dedicatoria.....	7
Agradecimientos.....	8
Resumen.....	11
Abstract.....	13
Tabla de contenido.....	15
Listado de figuras.....	20
Listado de tablas.....	22
Listado de anexos.....	23
Capítulo 1. Formulación del proyecto.....	25
1.1 Introducción.....	26
1.2 Justificación.....	28
1.3 Definición del problema.....	29
1.4 Hipótesis de la investigación.....	33
1.4.1 Hipótesis explicativa.....	33
1.4.2 Hipótesis propositiva.....	33
1.5 Objetivos.....	34

1.5.1 Objetivo general	34
1.5.2 Objetivos específicos	34
1.6 Planteamiento metodológico	35
1.6.1 Análisis recolección de datos y componentes del problema ...	35
1.6.2 Material /Tecnología: experimentación, modelos, verificación y solución	36
1.7 Alcances y limitaciones.....	38
1.7.1 Alcances	38
1.7.2 Limitaciones.....	38
Capítulo 2. Base teórica del proyecto	39
2.1 Marco referencial.....	40
2.1.1 Marco teórico contextual	40
2.1.1.1 Barra brava.....	40
2.1.1.2 Historia de las barras bravas	41
2.1.1.3 Buen hincha barra brava	42
2.1.2 Marco teórico disciplinar.....	44
2.1.2.1 Carnetización	44
2.1.2.2 Co-creación	45
2.1.2.3 Herramienta Digital	45
2.1.3 Marco conceptual.....	45
2.1.4 Marco legal.....	49

2.1.4.1 Plan Decenal de Fútbol 2014-2024	49
2.1.4.2 Ley 1445 de 2011	49
2.1.4.3 Proyecto de Acuerdo 235 de 2013	50
2.2 Estado del arte	50
2.2.1 Programa: “Goles en paz”	51
2.2.2 Programa: “Fiesta por la Vida en el Estadio”	52
2.2.3 Programa: “Fundeha”	53
2.3 Línea del tiempo	54
2.4 Caracterización de usuario	57
2.4.1 Mapa de actores	58
2.4.1.1 Entes reguladores	58
2.4.1.2 Grueso de la barra brava	59
2.4.1.3 Hinchas del fútbol	60
2.4.2 Perfil de usuario	61
2.4.2.1 Perfil de usuario – comunidad	61
2.4.2.2 Perfil de usuario – Hincha barra brava	62
2.4.2.3 Perfil de usuario – futuro hincha barra brava	64
Capítulo 3. Desarrollo de la metodología, análisis y presentación de resultados	66
3.1 Criterios de diseño	67
3.1.1 Árbol de objetivos de diseño	67

3.1.1.1 Usabilidad.....	69
3.1.1.2 Interactividad.....	69
3.1.1.3 Estético funcional.....	69
3.1.1.4 Tecnología – Materia.....	70
3.1.2 Requerimientos y determinantes de diseño.....	70
3.2 Hipótesis de producto	71
3.3 Desarrollo y análisis Etapa Definición del problema	72
3.4 Desarrollo y análisis Etapa Recopilación de datos.....	73
3.5 Desarrollo y análisis Etapa análisis de datos.....	75
3.6 Desarrollo y análisis Etapa experimentación	75
3.6.1 Identificación de usuario.....	76
3.6.2. Entrevista estructurada.....	77
3.6.3 Brainstorming	78
3.7 Desarrollo y análisis Etapa modelos.....	79
3.7.1 Manual del hincha	80
3.7.2 Álbum del hincha.....	81
3.7.3 Prototipo funcional	81
3.8 Resultados de los testeos	82
3.8.1 Primer testeo	82
3.8.2 Segundo testeo	84

3.8.3 Tercer testeo	86
3.8.4 Cuarto testeo	88
3.8.5 Quinto testeo	91
3.8.6 Sexto testeo.....	92
3.8 Prestaciones del producto	94
3.8.1 Aspectos morfológicos.....	94
3.8.2 Aspectos técnico-funcionales.....	97
3.8.3 Aspectos de usabilidad.....	97
Capítulo 4. Conclusiones	98
4.1 Conclusiones	99
4.2 Estrategia de mercado.....	102
4.3 Consideraciones.....	109
Referencias bibliográficas.....	111
Anexos	115

Listado de figuras

Figura 1. Árbol de problemas	31
Figura 2. Planteamiento metodológico 1	36
Figura 3. Planteamiento metodológico 2	37
Figura 4. Fundación Goles en Paz.....	51
Figura 5. Fiesta por la vida	52
Figura 6. Fundación FUNDEHA	53
Figura 7. Línea de tiempo 1	56
Figura 8. Línea de tiempo 2.....	56
Figura 9. Mapa de actores.....	58
Figura 10. Entes reguladores	58
Figura 11. Barra Brava.....	59
Figura 12. Hinchas del fútbol.....	60
Figura 13. Perfil de usuario de la comunidad 1.....	61
Figura 14. Perfil de usuario de la comunidad 2.....	61
Figura 15. Perfil de usuario hincha barra brava 1	62
Figura 16. Perfil de usuario hincha barra 2	63
Figura 17. Perfil de usuario hincha del fútbol 1	64
Figura 18. Perfil de usuario hincha del fútbol 2.....	64
Figura 19. Árbol de objetivos de producto.....	68
Figura 20. Observación participante	73
Figura 21. Journey Map	74
Figura 22. Identificación de usuario	76
Figura 23. Preguntas entrevista estructurada	77
Figura 24. Lluvia de ideas.....	78
Figura 25. Lluvia de ideas 2.....	79

Figura 26. Boceto de propuesta manual del hincha	80
Figura 27. Boceto de propuesta de producto	81
Figura 28. Primera propuesta de diseño	82
Figura 29. Primer testeo propuesta de diseño	83
Figura 30. Correcciones primer testeo.....	83
Figura 31. Segundo testeo – Home herramienta digital	84
Figura 32. Propuesta Álbum	85
Figura 33. Propuesta “Manual del hincha”	85
Figura 34. Tercer testeo - Home herramienta digital	86
Figura 35. Propuesta actividades 1 – Tercer testeo	87
Figura 36. Propuesta de actividades 2 – Tercer testeo.....	88
Figura 37. Cuarto testeo - Home herramienta digital.....	89
Figura 38. Propuesta de actividades 1 – Cuarto testeo	90
Figura 39. Propuesta de actividades 2 - Cuarto testeo	90
Figura 40. Quinto testeo - Home herramienta digital.....	91
Figura 41. Guía tutorial de la herramienta digital	92
Figura 42. Sexto testeo - Home herramienta digital	93
Figura 43. Lanzamiento Herramienta Digital	93
Figura 44. Benchmarking.....	95
Figura 45. Moodboard del producto.....	96
Figura 46. Early Adopters	103
Figura 47. Cuadro canvas.....	108

Listado de tablas

Tabla 1. Marco conceptual	46
Tabla 2. Requerimientos y determinantes.....	70

Listado de anexos

Anexo 1. Permiso del acudiente de Breiner Moreno	115
Anexo 2. Permiso del acudiente de Sara Cubides.....	116
Anexo 3. Permiso del acudiente de Johan Castañeda	117
Anexo 4. Permiso del acudiente de Sergio Socha.....	118
Anexo 5. Permiso del acudiente de Luis Camacho	119
Anexo 6. Observación participante	120
Anexo 7. Journey map	120
Anexo 8. Entrevista profesor Juan Carlos Gallego	120
Anexo 9. Entrevista estructurada a los estudiantes.....	120
Anexo 10. Lluvia de ideas.....	120

Tarjeta Roja a la Violencia

Capítulo 1.

Formulación del proyecto

El primer capítulo del proyecto introducirá al lector en la comprensión de la problemática sobre el fenómeno del barrismo y la necesidad de promover el respeto en los hinchas del fútbol, así como rescatar las buenas prácticas de los barristas. Finalmente se abordará el planteamiento metodológico de la investigación.

1.1 Introducción

En este documento se presenta el desarrollo del proyecto de investigación “Súper Hincha, tarjeta roja a la violencia”, el cual se enfoca en promover las buenas prácticas del hincha del fútbol pensando en reducir los índices de violencia a futuro.

En la actualidad, se evidencia un fenómeno de masas derivado del fútbol denominado “barras bravas”. Este se ha analizado desde diversos puntos de vista que demuestran la necesidad de promover el respeto y las buenas prácticas del hincha “barra brava” en este deporte.

En Colombia, una de las problemáticas sociales más comunes es el enfrentamiento entre hinchas de Independiente Santa Fe y de Millonarios F.C., el cual causa gran preocupación porque en muchas ocasiones resulta afectada la vida, la integridad de las personas y la propiedad privada.

Como aporte para buscar una solución se han desarrollado proyectos para la convivencia de estos grupos de personas en Bogotá, entre ellos, “Goles en paz” y “Cultura futbolera”, los cuales han logrado visibilizar la falta de educación y formación de estas

personas brindando un espacio para contrarrestar dichas falencias promoviendo la cultura, el arte y la educación.

Los proyectos en mención han demostrado que con una buena comunicación y el fomento de la cultura en grandes masas potencialmente violentas se pueden lograr grandes cosas. Así se genera una oportunidad desde el Diseño Digital y Multimedia, que haciendo uso de su capacidad para comunicar mediante las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) podría contribuir a la disminución de la violencia a futuro.

En particular, se toman como caso de estudio la Localidad tercera (Santa Fe) y la Localidad cuarta (San Cristóbal) de la ciudad de Bogotá, dado que según las estadísticas se trata de un sector en el que prevalece la violencia porque la mayoría de los integrantes de las barras bravas de esta zona capitalina son jóvenes pertenecientes a familias de bajos recursos y pocas oportunidades laborales (Espinel & Cruz, 2018), lo cual es un factor agravante de la situación.

El Colegio IED República del Ecuador se encuentra ubicado en una zona vulnerable donde se evidencian enfrentamientos entre hinchas del fútbol; es así como, para llevar a cabo nuestro objetivo se decide utilizar la metodología proyectual del italiano Bruno Munari con el fin de realizar un trabajo investigativo en conjunto con los estudiantes de esta institución.

Para el desarrollo del proyecto fue clave el acompañamiento de docentes y estudiantes del colegio en la ideación de una herramienta digital que promueve las prácticas positivas del hincha del fútbol, de la mano de una serie de actividades que fortalecen el respeto, el

trabajo en equipo y el conocimiento.

Entre los resultados positivos de las actividades, se generaron lazos de amistad entre hinchas de los distintos equipos del fútbol encontrados en esta institución, se fortaleció el conocimiento futbolístico de los hinchas, a través de los elementos encontrados en la herramienta digital y se evidenciaron cambios positivos en el ambiente estudiantil.

1.2 Justificación

Los motivos para iniciar esta investigación fueron inspirados en la violencia que se ve reflejada entre los hinchas “barra brava” a nivel mundial. Por otra parte, al profundizar en la problemática se identificó que promover el respeto y las buenas prácticas del hincha del fútbol es fundamental para reducir los índices de violencia en la sociedad, así como para mejorar la educación, y proyectar un mejor futuro y una sana convivencia en la sociedad.

Hay que tener en cuenta que la ideología de estos grupos es la de implementar un lenguaje de guerra en el fútbol, lo cual termina por causar bastantes muertes a nivel mundial (Rodas Montoya, 2018, pág. 1). Pero lo más impactante de esto, según un estudio realizado en Argentina, por Mariano Bergés y su grupo de trabajo muestra que los muertos son personas que no superan los 30 años (Bergés, 2018).

Y así mismo, según Quintero & Villamarín (2013), la mayoría de los jóvenes que pertenecen a las barras bravas no terminan el bachillerato, el núcleo familiar es incompleto o nulo y encuentran en

este grupo social el significado de familia, hermandad y amor: por ello, de no hacer algo las consecuencias de esta problemática se seguirán extendiendo, y la muerte de un hijo, un hermano, un padre nunca tendrá solución, pero sí se puede prevenir.

Es así como “Súper hincha, tarjeta roja a la violencia” busca abordar la problemática desde el Colegio IED República del Ecuador, el cual se encuentra ubicado en la Localidad Cuarta (San Cristóbal) y es susceptible al fenómeno del barrismo porque en los alrededores de la institución (Barrio Cartagena de la Localidad tercera de Santa Fe y el Barrio Buenos Aires de la Localidad cuarta San Cristóbal) se ubican barras bravas de Santa Fe y Millonarios.

A través de una herramienta digital llamada “Súper hincha”, el proyecto busca promover las buenas prácticas del hincha del fútbol en los estudiantes del colegio, con el fin de darles una opción distinta a la inclusión en estos grupos y a la par, generar identidad y comunidad.

En conclusión, “Súper hincha, tarjeta roja a la violencia” busca promover las buenas prácticas y el respeto en los hinchas del fútbol identificados en el colegio, para reducir a futuro las rivalidades por un equipo de fútbol.

1.3 Definición del problema

Colombia es uno de los países con más altos índices de violencia en Latinoamérica, según la Organización Mundial de la Salud (Televisa, 2017), y una problemática que contribuye al

incremento de esta estadística es el enfrentamiento entre hinchas de barras bravas del fútbol.

En esta materia, el país tiene treinta y seis equipos profesionales los cuales se clasifican en primera división con veinte, y dieciséis equipos respectivamente (Dimayor, 2018). Cada uno de estos equipos cuenta con su propio escudo, colores representativos y una hinchada que los identifica. Esta última, según Recasens Salvo (1999, pág. 25), puede dividirse en tres categorías: los espectadores, los hinchas y los hinchas barra brava.

Los **espectadores** son los “que van a los estadios a disfrutar un partido que de antemano promete ser un buen espectáculo deportivo”. (Recasens Salvo, 1999).

Los **hinchas** “son aquellos que se declaran partidarios de uno de los equipos. Estos pueden ser, aunque no necesariamente, socios del club al que apoyan con sus gritos”. (Recasens Salvo, 1999). Y los **hinchas barra brava** corresponden a aquellos “que presentan particularismos culturales que lo hacen distintos a las otras dos categorías, pudiendo constituir una subcultura aparte o por lo menos un grupo cultural claramente” (Recasens Salvo, 1999).

Cabe mencionar que el “hincha barra brava” mantiene un imaginario colectivo que nace de la ideología de proteger el escudo, el color y las banderas del equipo al cual pertenecen para defender su honor a toda costa, sin importar que en ese objetivo se esté arriesgando la integridad física y moral de ellos mismos o de los hinchas del equipo contrario (Hicklin, 2016).

También hay que tener en cuenta que el fenómeno de las barras bravas se ha analizado en la actualidad desde varios puntos de vista (cultural, económico y lo social), como se aprecia en la siguiente imagen.

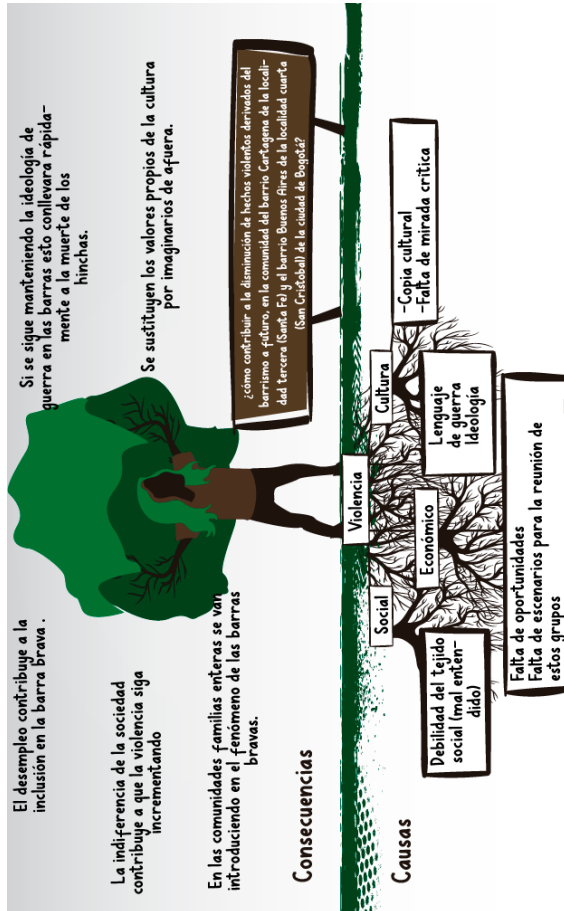


Figura 1. Árbol de problemas

Fuente: Elaboración propia

Se puede concluir que hay familias enteras que se van introduciendo en la temática del barrismo y que la indiferencia de la sociedad con estos hinchas hace que la violencia se siga incrementando ya que estos grupos siguen manteniendo un lenguaje de guerra.

Según cifras publicadas en el periódico *El Tiempo* por Quintero & Villamarín (2013), cada día muere un hinchas del fútbol en Colombia y el enfrentamiento entre hinchas de barras bravas de los equipos capitalinos (Santa Fe y Millonarios) causa en promedio una riña cada vez que estos dos equipos se enfrentan por el torneo local, Particularmente en el barrio Cartagena de la Localidad tercera (Santa Fe) y el barrio Buenos Aires de la localidad cuarta (San Cristóbal) de la ciudad de Bogotá, se generan incidentes en la comunidad que afectan directamente su entorno familiar y social.

Fuentes primarias y secundarias corroboran que la mayoría de las barras bravas están conformadas por jóvenes, los cuales pertenecen a familias de bajos recursos económicos y cuentan con pocas oportunidades laborales (Espinell & Cruz, 2018).

Esta problemática causa preocupación en la sociedad porque hay una afectación en la vida, la integridad de las personas y la propiedad privada cada vez que estos hinchas se reúnen cerca a los escenarios deportivos o en los puntos de encuentro que se toman como propios.

Aunque la normativa legal alude a que se tomen acciones penales en materia de seguridad y convivencia en lo que al deporte

se refiere, esto no causa gran efecto en los hinchas (1445, 2011, pág. 9), ya que no tienen en cuenta la ley.

Con base en lo anterior, como materia de investigación surge esta pregunta: ¿Cómo contribuir a la disminución de hechos violentos derivados del barrismo a futuro, en la comunidad del barrio Cartagena de la Localidad tercera (Santa Fe) y el barrio Buenos Aires de la Localidad cuarta (San Cristóbal) de la ciudad de Bogotá?

1.4 Hipótesis de la investigación

1.4.1 Hipótesis explicativa

Los enfrentamientos territoriales entre barristas del fútbol en la Localidad tercera (Santa Fe) y la Localidad cuarta (San Cristóbal) de la ciudad de Bogotá se derivan del concepto negativo y la mala interpretación del hecho de ser un hincha.

1.4.2 Hipótesis propositiva

Abordar la problemática de la violencia generada por las barras bravas desde la perspectiva del diseño podría promover el concepto de ser un buen hincha e incidir positivamente a futuro en las buenas prácticas de los hinchas del fútbol en el barrio Cartagena de la Localidad tercera (Santa Fe) y el barrio Buenos Aires de la Localidad cuarta (San Cristóbal) de Bogotá.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Promover el respeto y las buenas prácticas de ser un buen hincha del fútbol a través de una herramienta digital que contribuya a disminuir incidentes violentos a futuro en el Colegio IED República del Ecuador.

1.5.2 Objetivos específicos

- **Analizar** los referentes conceptuales y teóricos asociados al barrismo a través de fuentes secundarias.
- **Caracterizar** el fenómeno del barrismo con sus causas y consecuencias en el barrio Cartagena de la Localidad tercera (Santa Fe) y el barrio Buenos Aires de la Localidad cuarta (San Cristóbal) de la ciudad de Bogotá a través de fuentes primarias.
- **Definir** las estrategias comunicativas que podrían favorecer las buenas prácticas y el respeto entre los hinchas del fútbol.
- **Generar** una herramienta digital que contribuya a prevenir hechos violentos a futuro entre hinchas, promoviendo el concepto del ser un buen hincha del fútbol en la sociedad.

1.6 Planteamiento metodológico

Durante el desarrollo de “Súper Hincha, tarjeta roja a la violencia” se utiliza el método proyectual del italiano Bruno Munari (Martín, 2004), el cual consiste en realizar una serie de pasos con un orden lógico a través de la experiencia del proceso, con el fin de conseguir un muy buen trabajo con menos esfuerzo. En su desarrollo se realizan procesos de análisis del problema y de lo que se ha hecho para atenderlo, recolección de información, un proceso creativo y de experimentación, de verificación y de solución.

1.6.1 Análisis recolección de datos y componentes del problema

En el análisis de la problemática se encuentran los altos índices de violencia producidos por enfrentamientos entre hinchas barra brava donde se ven afectados su entorno familiar, laboral y social.

En la recolección de datos se recoge información útil de los proyectos ya trabajados que evidencian la evolución de la problemática y son una guía para el desarrollo del trabajo.

Los componentes del problema se encuentran en la figura del mapa de actores.

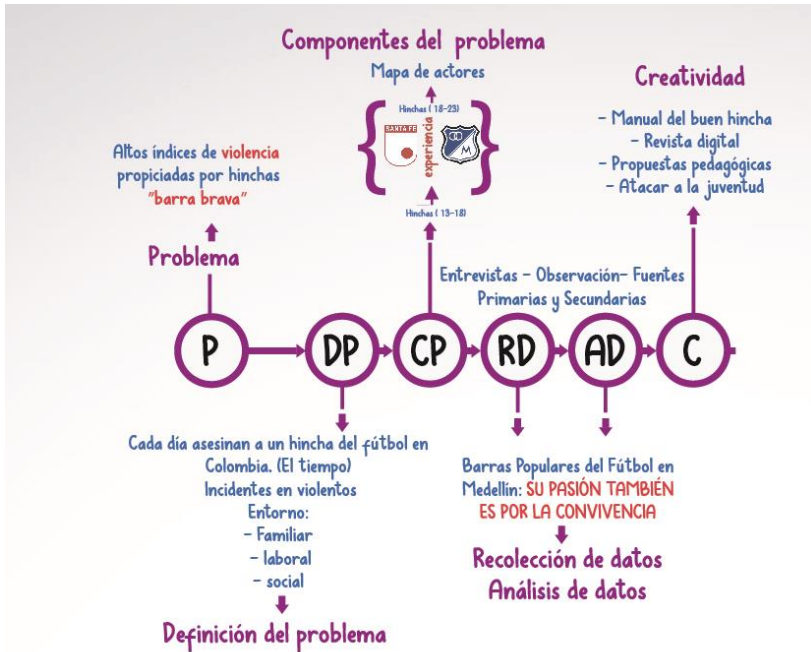


Figura 2. Planteamiento metodológico 1

Fuente: Elaboración propia

1.6.2 Material /Tecnología: experimentación, modelos, verificación y solución

En cuanto al material y la tecnología se evidencian algunos proyectos que han logrado disminuir índices de violencia entre hinchas del fútbol.

Partiendo de lo anterior, el proceso experimental se desarrollará con jóvenes del Colegio IED República del Ecuador de la ciudad de Bogotá.

Como modelo de desarrollo se hace un diseño centrado en el usuario a través del análisis de sus comportamientos, con qué y quién interactúa.

Para la verificación y la solución a través de testeos, se validaron los objetivos y la hipótesis de que se evidencian enfrentamientos territoriales debido al concepto negativo y la mala interpretación que se tiene de ser un hincha. La solución apoya nuestra hipótesis y es una herramienta que permite tratar la problemática.

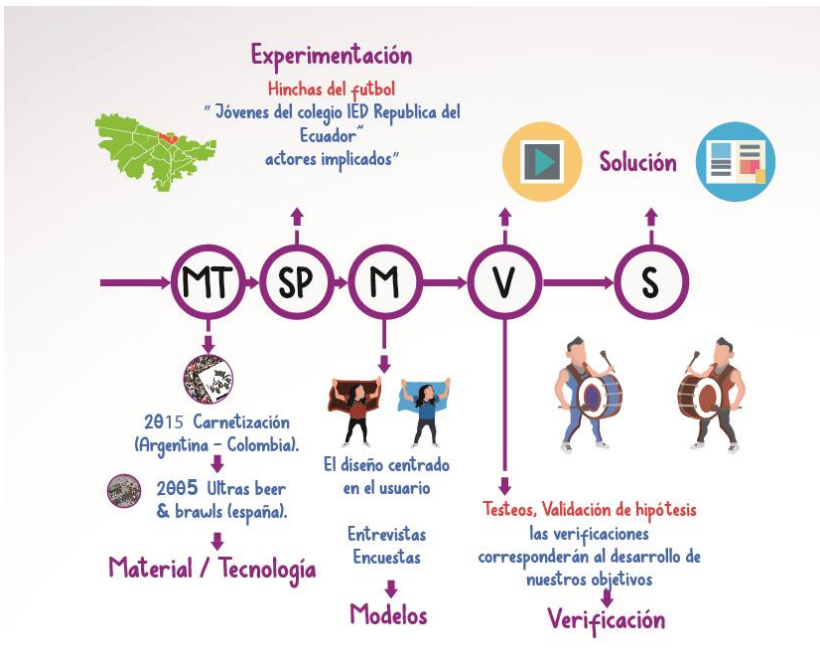


Figura 3. Planteamiento metodológico 2

Fuente: Elaboración Propia

1.7 Alcances y limitaciones

1.7.1 Alcances

Se desarrollará una herramienta digital que promueva las buenas prácticas y el respeto entre los hinchas del fútbol identificados en el Colegio IED República del Ecuador para contribuir a la reducción de los índices de violencia asociados al barrismo en el sector.

1.7.2 Limitaciones

Dado que el tema del barrismo contempla un público objetivo muy amplio, el caso de estudio de esta investigación será el Colegio IED República del Ecuador. No obstante, el ingreso a la institución educativa conlleva una serie de papeleos y permisos tanto de la institución como de los padres o acudientes del estudiante, que deben tomarse en cuenta.

Capítulo 2.

Base teórica del proyecto

2.1 Marco referencial

Para entender mejor el problema se mostrarán diferentes perspectivas haciendo uso de distintos marcos, como el teórico contextual, el disciplinar, el conceptual y el estado del arte. Asimismo, se presentará una línea de tiempo y se caracterizará al usuario.

2.1.1 Marco teórico contextual

En este apartado se tratan los conceptos teóricos desarrollados en la investigación, y se definen las variables del proyecto enfocado en la promoción del respeto y las buenas prácticas del hincha barra brava en el barrio Cartagena y el barrio Buenos Aires de la ciudad de Bogotá.

2.1.1.1 Barra brava

De acuerdo con Illera, en Latinoamérica este término se emplea “para designar a aquellos grupos organizados dentro de una hinchada que se caracterizan por producir diversos incidentes violentos, dentro y fuera del estadio, despliegue pirotécnico y cánticos empleados durante el desarrollo de los partidos” (Illera, 2010).

En otras palabras, se trata de un grupo de hinchas que se unen en torno a la pasión y el apoyo que pueden brindar a un equipo, para alentarlos y acompañarlos no sólo en el estadio sino también fuera de él.

Los hinchas barra brava se identifican por llevar puestas prendas

de su equipo y objetos alusivos a jugadores y personajes importantes dentro de la barra; como en banderas, trapos y en su ropa deportiva; muchos de estos hinchas llevan tatuajes que reflejan su amor por el equipo.

Para las barras bravas es importante que sus miembros asistan al estadio y apoyen al equipo con el canto y el uso de instrumentos musicales, el aliento y el aguante son importantes prácticas en la tarea de asistir al estadio.

Es importante entender que en el desarrollo de las prácticas del hincha barra brava se ven relacionadas manifestaciones de hechos violentos asociados con el consumo de alcohol y drogas.

2.1.1.2 Historia de las barras bravas

Para la definición de este término se tomó como base el documento “la barra brava” (Rojas, 2016). Allí se señala el término “Torcida” en Brasil era el usado para definir las denominadas barras bravas. Se tiene conocimiento de la primera torcida como la Charanga de flamenco, fundada en 1942 por Jaime Rodríguez do Carvalho. La charanga apoyaba al equipo con música y cantos que de los colegios de samba eran llevados a los estadios. En 1958 el asesinato policial del joven Mario Linker en un partido disputado por dos grandes rivales Vélez Sarsfield y River Plate propicia el término de las denominadas barras bravas. A final de la década de los 60 el uso del término barra brava se fue propagando no solo en Argentina sino también en Brasil y Uruguay, posteriormente se propagó en el resto de América Latina.

Así, desde el inicio de las denominadas barras bravas se observan jóvenes que en general tienen problemas económicos y sociales que buscan aceptación y reconocimiento, ya que estar en la barra les permite ser parte de un grupo, tener una identidad, sentirse útiles y les da la sensación de poder escapar de la realidad.

De lo que se ha podido concluir hasta el momento, la mala interpretación que tienen estos hinchas con respecto a ser un “Hincha barra brava” genera manifestaciones e incidentes violentos que se ven reflejados en las malas prácticas, rivalidades entre los mismos grupos y disputas territoriales. En este sentido, al que denominaremos el buen hincha barra brava es un ejemplo de este tipo de hinchas que puede disfrutar de la pasión y el amor por el fútbol y su equipo sin asociarse con manifestaciones de violencia que afectan la sana convivencia y el respeto por los demás.

2.1.1.3 Buen hincha barra brava

El perfil del buen hincha barra brava nace del respeto por las diferencias de los demás, se pueden desarrollar prácticas del hincha barra brava sin recurrir a la violencia, por ejemplo, las reuniones donde semana tras semana se tratan temas con la juventud de la barra dan evidencia de unión entre los integrantes de la barra. Así, coordinar a los hinchas para el ingreso y los alientos a gritar hacen parte de las prácticas del hincha barra brava. La secretaria de Paz y cultura ciudadana de la ciudad de Cali, Rocío Gutiérrez Cely (El Tiempo, 2017), comenta una de estas experiencias:

“Tuvimos gente en las calles, buses, carros, taxis, aplaudiéndoles a los gestores, diciéndoles: Esto es lo que necesitamos. Barristas conectados, diciéndonos estamos en disposición de hacer paz. Una fiesta alrededor del fútbol, de la vida; un evento absolutamente tranquilo, lleno de color, niños, música y demostrando que el fútbol en Cali se vive en paz”.

De acuerdo con lo observado, los parques, las salas y el estadio son lugares a donde llega el amor, el respeto y el compromiso por el equipo. Los hinchas barra brava celebran la fiesta del fútbol con alegría, y el aguante en la barra es la manera de dar aliento al equipo. Cada canto es entonado con el alma y con respeto por su equipo; asimismo, los instrumentos se afinan, los parques se pintan y se prepara cada cosa para que el equipo se sienta apoyado.

Es así como los hinchas barra brava se esfuerzan de una manera que no todos conocen, pues no es simplemente ir al estadio y cantar; aunque se tiene dedicación y respeto en las prácticas del hincha barra brava, estas acciones se ven opacadas por los hechos delictivos, las disputas por el territorio y mal comportamiento de hinchas que distorsionan la imagen y la identidad de la barra.

Por otra parte, Según Jairo Poveda Clavijo, investigador principal del Departamento de Antropología de la Pontificia Universidad Javeriana, en relación con los manejos y representaciones de la territorialidad, se evidencian formas de construcción de la identidad como miembros de un grupo (Cardón Orjuela, Restrepo Carrasco, & Vargas Paredes, 2015).

2.1.2 Marco teórico disciplinar

En este apartado se tendrán en cuenta los conceptos y las herramientas clave usadas en el desarrollo del proyecto, y se evidenciará la búsqueda de información que permita comprender cómo algunas fuentes relacionadas con el diseño logran impactar al usuario en el desarrollo del producto.

2.1.2.1 Carnetización

La exigencia del carné implica un compromiso económico por los daños que pudieran llegar a causar antes, durante y después de los encuentros deportivos. “Lo que se busca es fortalecer las medidas de seguridad y de sanciones en caso de que se presentan problemas durante y fuera de los estadios”, asegura el viceministro del Interior, Luis Ernesto Gómez (Rueda, 2017).

Entre los desarrollos tecnológicos que han evidenciado control y que han contribuido a disminuir manifestaciones de violencia en el país con resultados positivos, se encuentra el proceso de carnetización implementada en el territorio nacional, En dicho proceso, a través del cual se crea una base de datos con la información del hincha, sus antecedentes y sanciones, se evidencia cómo la tecnología regula al hincha buscando que no cometa actos o recurra en faltas que perjudiquen su ingreso al estadio.

2.1.2.2 Co-creación

La co-creación está enfocada en dinámicas participativas para la búsqueda de soluciones y la creación de propuesta valor. Esta es una de las herramientas más utilizadas por la metodología del *Design Thinking* para la generación de nuevas ideas haciendo participar al consumidor de en el diseño de nuevos productos o servicios (Salgado, 2017).

Utilizar la co-creación tiene el objetivo de ofrecer un lugar donde los usuarios puedan satisfacer sus necesidades y aspiraciones creativas: otro de sus objetivos es generar experiencias centradas en los usuarios que resuelvan las necesidades (Martínez, 2018).

2.1.2.3 Herramienta Digital

Las herramientas digitales son elementos que facilitan las tareas de la vida cotidiana y permiten que las personas puedan interactuar con la tecnología. Dichas herramientas pueden ser utilizadas en cualquier ámbito de trabajo, y además “sirven como medio de comunicación, incluso como fuentes de entretenimiento y al mismo tiempo nos proporcionan la ventaja de compartir información de forma inmediata con otras personas”(Herramientas-para.com, s.f.).

2.1.3 Marco conceptual

El este marco contiene los conceptos necesarios para sustentar el desarrollo de este trabajo.

Tabla 1. Marco conceptual

Fuente: Elaboración propia con base en Hicklin,2016; Huizinga,2016; Legarde,1992; Merino, s.f; O'Brien, 2013; Otero, s.f.

<p>Identidad</p> <p>Legarde, (1992)</p>	<p>“La identidad es el sistema unitario de representaciones de sí, elaboradas a lo largo de la vida de las personas, a través de las cuales se reconocen a sí mismas y son reconocidas por los demás como individuos particulares y miembros de categorías sociales distintivas” es importante entender que la identidad de cada barra es propia y distinta, cada barra es reconocida por las demás por el desarrollo de sus prácticas y comportamientos, la observación de reuniones de barras bravas evidencian las distintas formas de actuar y de ser con respecto a su equipo, la construcción de ideas y símbolos que lleva consigo cada barra permite identificarlas, el territorio y el lugar donde se llevan las practicas del barrismo nos permite ver las diferencias no solo en ubicación sino en su actuar, sus canciones, sus grafitis y su arte hacen parte de su identidad como hincha.</p>
--	---

<p>Territorio</p> <p>Hicklin, (2016)</p>	<p>El desarrollo de las actividades deportivas como es el fútbol se ha convertido en parte de la vida cotidiana en la sociedad. Las localidades tienden a tener equipos que los representan en el sector y también en el resto del territorio., Así como los equipos Millonarios y Santa Fe que son los máximos exponentes del fútbol den Bogotá, el desarrollo de las prácticas deportivas y culturales en los sectores donde se ubican estos equipos podemos evidenciar una fuerte territorialidad, las famosas barreras invisibles se ven inmersas acá. Concluyendo para las barras bravas el respeto por su territorio es fundamental para el desarrollo de sus prácticas y muchas veces la defensa de su territorio termina en incidentes violentos.</p>
<p>Respeto</p> <p>Huizinga, (2005)</p>	<p>En primera instancia se abordará el comportamiento de las barras bravas en el contexto colombiano corresponde a realizar una reflexión respecto a la conducta deportiva, es decir que implica una serie de aspectos determinantes como su significado y posibles aplicaciones. Así mismo. según el autor. el deporte constituye las bases y el desarrollo permanente de la cultura; por tanto. corresponde a un elemento ineludible en la formación humana.</p>

<p>Barra brava</p> <p>O'Brien, (2013)</p>	<p>El concepto de “barra brava” se emplea en América Latina para designar a aquellos grupos organizados dentro de una hinchada que se caracterizan por producir diversos incidentes violentos dentro y fuera del estadio.</p>
<p>Violencia</p> <p>(Otero, s.f.)</p>	<p>“La violencia y la agresión son dos caras de la misma moneda que tradicionalmente ha sido aceptada como mecanismo de control por los individuos que han ostentado el papel hegemónico dentro del grupo social que de uno u otro modo se han visto justificados y por lo tanto, legitimados en el ejercicio de esa Violencia y de ese poder arbitrario”.</p>
<p>Rivalidad</p> <p>(Merino, s.f.)</p>	<p>“Rivalidad es la condición que tienen aquellos que son rivales. Dos personas o conjuntos son rivales, por su parte, cuando compiten entre sí o resultan enemigos”.</p>

2.1.4 Marco legal

En el presente marco se determinan los aspectos legales frente al barrismo a nivel nacional, explicando lo que se ha hecho para controlar este fenómeno.

2.1.4.1 Plan Decenal de Fútbol 2014-2024

El Plan Decenal de Fútbol 2014-2024 es la política pública que “busca erradicar la violencia dentro y fuera de los estadios, dirigido a los hinchas del fútbol” (Gol-y-paz, 2016), por parte del Ministerio del Interior (Mininterior) y el Gobierno para que Colombia pueda vivir la fiesta del fútbol en paz y no haya más víctimas de la violencia relacionadas con el deporte además busca resaltar el papel integrador de este deporte para la sociedad y las nuevas generaciones.

2.1.4.2 Ley 1445 de 2011

De acuerdo con Coldeportes, la Ley 1445 de 2011 “Es la ley que castiga a los hinchas violentos con multas, prohibiciones para asistir al estadio de seis meses a tres años y medidas penales de cinco a diez años de cárcel” (Coldeportes, 2011).

2.1.4.3 Proyecto de Acuerdo 235 de 2013

Como se señala el Concejo de Bogotá, por medio de este proyecto de acuerdo:

“Se crea el tribunal de la no violencia en el deporte, con el objeto de diseñar políticas públicas que apoyen a las autoridades distritales en la aplicación de programas y proyectos de inversión social y deportiva con miras a solucionar problemas de falta de convivencia, tolerancia y violencia criminal en la ciudad”. (Concejo-Bogotá, 2013).

2.2 Estado del arte

Existen referentes que han despertado el interés de los hinchas barra brava donde se han logrado actividades de socialización y así poder generar un contacto con el contexto de estas personas.

2.2.1 Programa: “Goles en paz”



Figura 4. Fundación Goles en Paz

Fuente: Revista Semana (López, 2013)

Este programa tuvo una duración de 8 años iniciando en el año 2000 y finalizando en el año 2008, estuvo a cargo del Padre Alirio López, el cual apuntaba a los niños y jóvenes de la ciudad de Bogotá pertenecientes a las barras bravas del fútbol (López, 2013).

Goles en Paz funcionaba como un espacio socio-cultural donde se reunían inicialmente los líderes de las principales barras de los equipos capitalinos (Santa Fe y Millonarios), con el padre Alirio López e integrantes de la Alcaldía Mayor de Bogotá. Se inició con Antanas Mockus y posteriormente con Luis Garzón, quienes apoyaron esta iniciativa sobre la planeación de estrategias para la convivencia, sugeridas y articuladas por todos los integrantes (torneos de fútbol de salón, talleres de música, talleres de liderazgo y de convivencia) entre otros (López, 2013).

El objetivo de este proyecto era brindar nuevas oportunidades a los integrantes de la barra brava, que se viera el sitio de reunión con el padre Alirio López como un lugar sagrado donde prevaleciera la vida y la reconciliación entre las barras. (López, 2013)

2.2.2 Programa: “Fiesta por la Vida en el Estadio”



Figura 5. Fiesta por la vida

Fuente: Imagen tomada de la página web de la alcaldía de Cali (Barrero, Este domingo, Cali volverá a vivir la fiesta del fútbol en paz, 2017)

Este programa fue realizado por la Alcaldía Mayor de la ciudad de Cali, desde el año 2006 al año 2018 y fue dirigido a aquellas personas pertenecientes a las barras bravas.

El objetivo fue trabajar en valores de convivencia y tolerancia entre las barras. Se buscaba la formación cultural, laboral y de ocupación del tiempo libre que conllevara a que la violencia en el estadio disminuyera. Cada jornada contaba con la participación de

más 500 “Gestores de Paz y Cultura Ciudadana”, quienes se ubicaban en puntos estratégicos, alrededor del estadio y desde allí, generaban acciones pedagógicas por medio de *sketches*, actividades lúdicas para niños y las familias, también se motivaba a los asistentes a plasmar sus mensajes sobre el fútbol en paz (Barrero, 2017).

2.2.3 Programa: “Fundeha”



Figura 6. Fundación FUNDEHA

Fuente: página web de la Alcaldía Local San Cristóbal (Hernández, 2017, pág. 80)

La entidad líder de este proyecto fue la Alcaldía Local de San Cristóbal Sur en la ciudad de Bogotá y tuvo una duración de seis años (2009-2015).

Este proyecto fue un compromiso dentro y fuera de las canchas, en la localidad y en toda la ciudad por parte de los hinchas de la localidad. Una vez conformadas las fundaciones y organizaciones sin ánimo de lucro se financiaron proyectos

deportivos, culturales, sociales, productivos y recreativos, liderados por estos jóvenes y generados desde las organizaciones (Hernández, 2017, pág. 79)

De esta forma, el Gobierno de la Capital y el esfuerzo de la Alcaldía Local garantizaron que los jóvenes de la Localidad de San Cristóbal fueran protagonistas de sus propios proyectos productivos que permitieron mejorar su calidad de vida y establecer compromisos de liderazgo y confianza en el Distrito Capital, (Hernández, 2017, pág. 80).

2.3 Línea del tiempo

El fútbol se origina en 1863 en Inglaterra cuando se separaron los caminos del "rugby-football" (rugby) y del "Association Football" fundándose la asociación más antigua del mundo: la "*Football Association*" (Asociación de Fútbol de Inglaterra), Las autoridades escolares comenzaron a ver este deporte como un medio de fomentar la lealtad, la facultad de sacrificio, la colaboración mutua y la subordinación a la idea de equipo (FIFA, 2010).

En 1980 aparecen los *hooligans*, un grupo de jóvenes violentos que en enfrentamientos en el estadio dejaron 39 muertos en el denominado "desastre de *Heysel*" (BBC-Mundo, 2015).

Para afrontar este fenómeno, la ministra británica Margaret Thatcher dio inicio a una iniciativa contra las barras (*hooligans*) llamado Plan Marshall en 1985, luego de un estudio que arrojaba como resultado que las barras no eran tan solo un problema de fútbol

sino también de la sociedad, (Hicklin, 2016).

En 1980 aparecen también “los Ultras” de España, los cuales son grupos conformados por jóvenes de edades entre 15 y 20 años que decidieron vivir el fútbol un paso más allá del hecho de solo asistir al estadio (La-Soga, 2015).

En Latinoamérica este fenómeno se inició en Brasil con los “torcedores”, y en el resto de Suramérica con las barras bravas, y Colombia es catalogado por tener la mayoría de barras bravas en Sudamérica (Rodríguez Meneses, 2013).

En Bogotá, para afrontar la temática de las barras bravas, se implementó en el año 2000 el programa llamado “Goles en paz”, el cual buscaba mejorar la convivencia entre hinchas de Independiente Santa Fe y Millonarios F.C. (Rodríguez Meneses, 2013).

Según Hicklin (2016). en el documental *Tribunas violentas*, en España en el año 2005 se inició un juego llamado “Ultrasonline”, el cual tiene como objetivo canalizar la violencia entre las barras por medio de un videojuego.



Figura 7. Línea de tiempo 1

Fuente: Elaboración propia



Figura 8. Línea de tiempo 2

Fuente: Elaboración propia

2.4 Caracterización de usuario

Identificar un actor principal cuando el mundo de las barras bravas es tan diverso no es una tarea fácil, ya que el problema junta dos grupos de personas que en pensamiento e ideología son similares en el momento de apoyar a su equipo, pero cuando van a socializar estos grupos chocan por los colores del equipo al cual apoyan.

Para conseguir esta caracterización, se tomó como punto de partida la rivalidad entre los barristas del barrio Cartagena, así como fuentes secundarias de libros y varias tesis, de modo que se pudiera entender el comportamiento de estas personas e identificar lo que sería el mapa de actores de esta problemática. Como se verá más adelante, se profundizó en los hinchas barra brava y en los hinchas del fútbol que finalmente, se establecerán como los usuarios del proyecto.

2.4.1 Mapa de actores

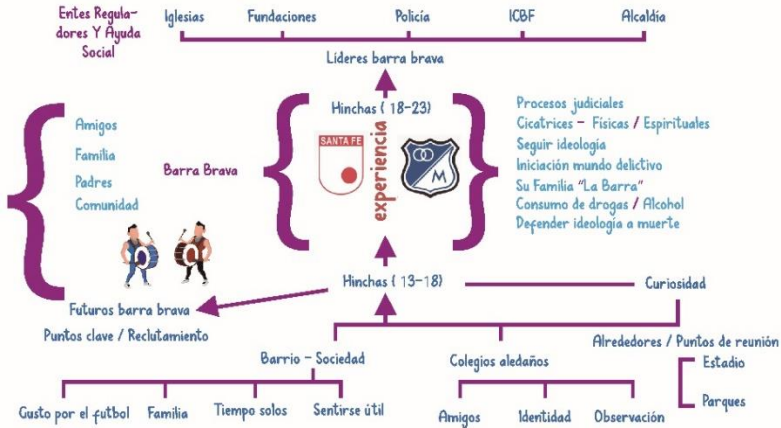


Figura 9. Mapa de actores

Fuente: Elaboración propia

El mapa de actores se divide en tres categorías: entes reguladores y agenda social, hinchas barra brava e hinchas del fútbol.

2.4.1.1 Entes reguladores



Figura 10. Entes reguladores

Fuente: Elaboración Propia

En esta instancia se encuentran los entes reguladores como la Policía, la Alcaldía y el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF), los cuales regulan el comportamiento, los procesos judiciales y psicológicos de los integrantes de las barras, también se encuentran los entes de ayuda social como las iglesias y las fundaciones, los cuales brindan ayuda espiritual y alimentaria, así como oportunidades de trabajo y estudio para estas personas.

2.4.1.2 Grueso de la barra brava



Figura 11. Barra Brava

Fuente: Elaboración propia

En la segunda parte se observa el grueso de la población perteneciente a las barras bravas, que oscila entre los 18 a 23 años de edad, en donde se distinguen dos actores: “el líder barra brava” y el “hincha barra brava”. Según Recasens Salvo (1999), el hincha barra brava debe tener una línea de experiencia para llegar a ser un “buen” líder, es decir experiencias como: procesos judiciales, consumo de drogas, defender los colores de su bandera a muerte e ir

cumpliendo retos impuestos por la misma barra.

Aquí también se identifican otros actores clave como la familia de estas personas, la comunidad y los amigos.

2.4.1.3 Hinchas del fútbol

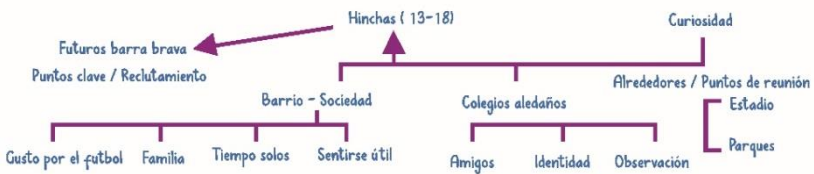


Figura 12. Hinchas del fútbol

Fuente: Elaboración Propia

Y en tercera instancia se encuentran aquellos hinchas del fútbol, que son inducidos al tema de las barras bravas por medio de algún amigo, compañero o familiar que pertenecen a estas. Aquí se identifican tres puntos clave que serán llamados puntos de reclutamiento por parte de las barras: el barrio, el colegio aledaño, y los alrededores de donde estas personas se reúnen. Para concluir con la realización del mapa de actores se identificaron tres actores principales en este proceso: la comunidad, el hincha barra brava y el hincha del fútbol o futuro hincha barra brava. Ya teniendo definidos estos tres actores el siguiente paso es definir el perfil de usuario para identificar cómo se desenvuelven cada una de estas personas en la sociedad.

2.4.2 Perfil de usuario

2.4.2.1 Perfil de usuario – comunidad



Figura 13. Perfil de usuario de la comunidad 1

Fuente: Elaboración propia



Figura 14. Perfil de usuario de la comunidad 2

Fuente: Elaboración propia

Aquí se pudo identificar que la comunidad procura no intervenir cuando los barristas se reúnen en el barrio para evitar problemas, ya que sienten temor por la vida, la integridad física y la propiedad privada.

A parte de esto, los habitantes de la comunidad escuchan rumores sobre las barras bravas que les generan temor, molestia e incluso tristeza.

2.4.2.2 Perfil de usuario – Hincha barra brava

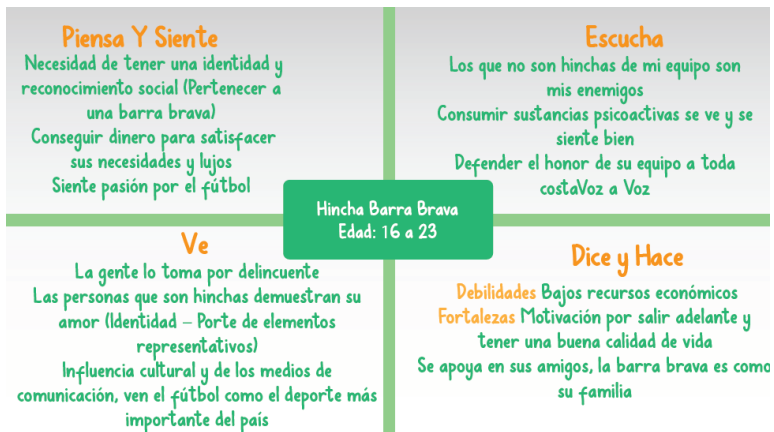


Figura 15. Perfil de usuario hincha barra brava 1

Fuente: Elaboración propia

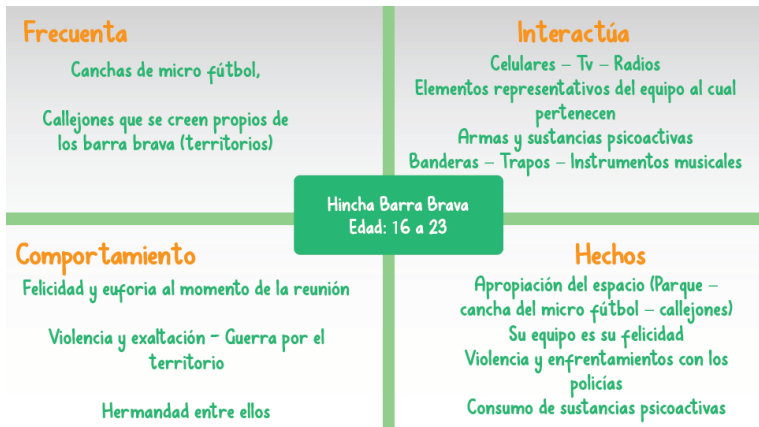


Figura 16. Perfil de usuario hincha barra 2

Fuente: Elaboración propia

El hincha barra brava contempla un rango de edad de 16 a 23 años, el cual se destaca por utilizar siempre ropa deportiva, elementos representativos del equipo al cual apoyan, vivir el fútbol con furor y pasión y siempre contemplar a la barra como su familia.

El barrista tiene que ir avanzando en la barra a través de los retos que imponen los líderes, el consumo de sustancias psicoactivas y de alcohol se ven presentes en las reuniones se encuentran en los parques, callejones o zonas demarcadas como propias.

Pero no todo es malo: se han evidenciado labores sociales que son iniciativas propias de ellas, como limpiar los parques donde se reúnen y pintar, los cantos alusivos al equipo, y la hermandad al momento de ver un partido.

2.4.2.3 Perfil de usuario – futuro hincha barra brava

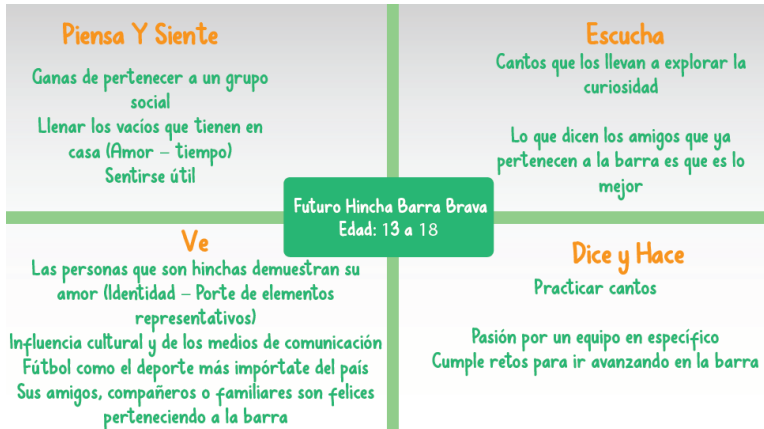


Figura 17. Perfil de usuario hincha del fútbol 1

Fuente: Elaboración propia.

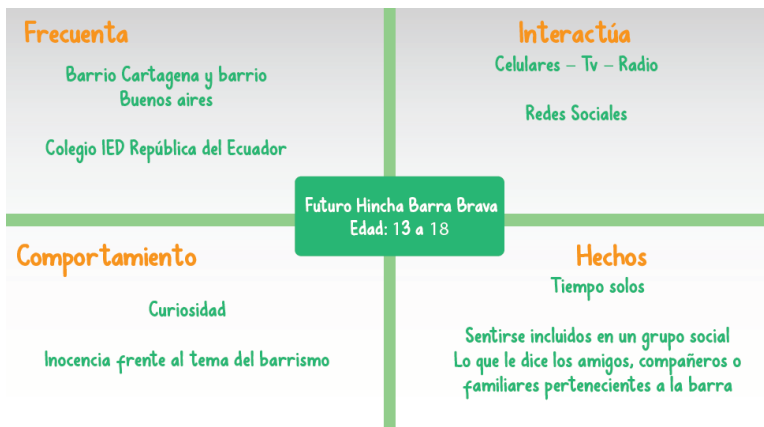


Figura 18. Perfil de usuario hincha del fútbol 2

Fuente: Elaboración propia.

Tarjeta Roja a la Violencia

El futuro hincha barra brava o mejor, el hincha del fútbol se encuentra ubicado en los barrios aledaños a donde se reúnen estos barristas, en nuestro caso estudio en el Colegio IED República del Ecuador, el cual está ubicado en el sector, este futuro hincha se identifica por ser conocedor y jugador del fútbol, contempla un rango de edad de 13 a 18 años y siente la necesidad de pertenecer a un grupo social donde se sienta importante e identificado.

Capítulo 3.

Desarrollo de la metodología, análisis y presentación de resultados

3.1 Criterios de diseño

En el siguiente capítulo se desarrollan los apartados mencionados en la metodología. También se tienen en cuenta algunas de las herramientas utilizadas en el proceso de análisis y creación del diseño pensando en el desarrollo del prototipo.

3.1.1 *Árbol de objetivos de diseño*

En la construcción del árbol de objetivos se formularon cuatro pilares para el desarrollo de los objetivos de diseño del producto: usabilidad, interactividad, estético y tecnología materia.

Promover el respeto y las buenas prácticas del concepto de ser un hincha

Usabilidad	Interactividad	Estético al fútbol	Tecnología – Material
<ul style="list-style-type: none"> - Leguaje popular del fútbol - Letra legible a 28 cm - Contenido específico para fácil entendimiento - El producto digital necesitará un pc para su uso y el didáctico una mesa de más de 30 x 30cm - El producto didáctico se desarrollará en el ámbito escolar, el digital se puede desarrollar en casa o en la escuela - Debe tener más información grafica que texto para que el usuario no pierda interés 	<ul style="list-style-type: none"> - La herramienta lúdica funciona como una buena herramienta pedagógica - El diseño debe ser fácil e intuitivo para el usuario - Se debe incluir experiencia del hincha - Debe permitir la participación de los demás estudiantes - Debe permitir al usuario dar su opinión del producto en el medio lúdico y en el digital 	<ul style="list-style-type: none"> - Identidad del hincha - Integrar al usuario en el proceso de la creación del producto - Contener imágenes de personajes que puedan ser reconocidos por los hinchas y generar empatía - Se debe tener en cuenta el arte callejero hecho por los hinchas "Graffiti, pinturas, banderas" 	<ul style="list-style-type: none"> - No todos los estudiantes tienen celular - El trabajo digital debe ser para el uso de pantallas led de 1280 x 720 px - El internet del colegio tiene altos y bajos - Debe ser liviano para que corra en los computadores del colegio y del hogar - El producto físico debe ser resistente al ser manipulado por los estudiantes - Producto físico liviano y fácil de transportar entre clases

Figura 19. Árbol de objetivos de producto

Figura: Elaboración propia

Aquí se contemplan los contenidos y características que la herramienta debe contener, en donde se fortalece la promoción de las buenas prácticas de los hinchas de fútbol y el aprendizaje de este concepto.

3.1.1.1 Usabilidad

El producto necesitará un computador de unas dimensiones mínimas de 1280*720, debe contener en mayor dimensión elementos gráficos que textos, letra legible de mínimo 20 puntos y lenguaje coloquial del fútbol para que el usuario se sienta en un ambiente acogedor.

3.1.1.2 Interactividad

El diseño debe ser fácil e intuitivo para el usuario, así como inclusivo con la comunidad estudiantil. También permitirá al usuario dar su opinión sobre el producto que está utilizando y funcionará como una herramienta pedagógica.

3.1.1.3 Estético funcional

Se observará la identidad del hincha del fútbol, el contenido audiovisual será de fácil recordación con personajes icónicos que puedan ser reconocidos fácilmente y como aspecto principal, se tendrá en cuenta el arte callejero hecho por los hinchas “grafiti, pintura, banderas”, Todo esto se realizará en un proceso de co-

creación con los estudiantes.

3.1.1.4 Tecnología – Materia

El producto debe ser liviano en términos de *software* para que se pueda ejecutar en los computadores de la institución, ya que no todos los estudiantes cuentan con un celular y la red de internet no es buena.

3.1.2 Requerimientos y determinantes de diseño

Los requerimientos y determinantes fueron construidos con base en el análisis de la información en las etapas de recopilación de datos y análisis de datos.

Tabla 2. Requerimientos y determinantes

Fuente: Elaboración propia

Determinantes	Requerimientos
Los estudiantes no cuentan con dispositivos móviles.	La aplicación será adaptable a computadores de escritorio.
El internet de la institución no es bueno.	La aplicación debe funcionar sin internet.
Los computadores del colegio son de gama media.	La aplicación debe ser liviana para que funcione de la mejor manera en la institución.
Las pantallas de los computadores tienen resolución media.	El trabajo digital debe ser para el uso de pantallas de 1280*720 pixeles.
Los usuarios no interactúan con	El lenguaje de la aplicación será

lenguaje formal.	coloquial relacionado con el fútbol popular.
Los hinchas del fútbol siguen personajes famosos o alusivos al fútbol (ídolos).	Ese encontrará imágenes de personajes que puedan ser reconocidos por los usuarios para generar memoria.
A los estudiantes les llama la atención la expresión artística callejera.	La aplicación debe tener contenido gráfico alusivo al grafiti, pinturas y banderas realizados por los hinchas.
A los estudiantes les interesa sentir la experiencia.	Se implementarán una serie de juegos, realizados por ellos, en los cuales se sientan líderes.
Fuera de las instalaciones del colegio a los estudiantes les gusta compartir en los espacios deportivos de los barrios.	Se simulará el espacio donde se divierten los estudiantes fuera del colegio en 2D.
Los usuarios quieren sentirse incluidos en sociedad o en una comunidad.	Generar identidad y tendencia para generar el sentimiento de apropiación al proyecto.
Las mujeres también tienen participación activa en el fútbol y conocimiento.	La aplicación será inclusiva con las mujeres a través de los gráficos.

3.2 Hipótesis de producto

Como se identificó en el mapa de actores, el Colegio IED República del Ecuador es un lugar vulnerable para que los jóvenes decidan introducirse de lleno en las barras bravas, y como concluyeron Espinel & Cruz (2018), la mayoría de los pertenecientes a las barras bravas no terminan su escolaridad. Partiendo de lo anterior, “Súper hincha, tarjeta roja a la violencia” decidió abordar la problemática desde el colegio.

A través de una aplicación llamada “Súper hincha” los

estudiantes podrán ingresar a un ambiente virtual donde aprenderán y promoverán las buenas prácticas y el respeto entre hinchas del fútbol incluyendo también al género femenino. Se generará participación y liderazgo al tener la oportunidad de medir su conocimiento a través de las diferentes actividades proporcionadas por el producto.

3.3 Desarrollo y análisis Etapa Definición del problema

La primera herramienta que se utilizó para identificar el problema fue el árbol de problemas, el cual está ubicado en el apartado sobre la definición del problema (Capítulo 1).

Para corroborar la problemática se hizo una observación participante teniendo en cuenta que esta se define como un tipo de método de recolección de datos utilizado típicamente en la investigación cualitativa. Se consideró que era pertinente para trabajar con potenciales líderes barra brava en el barrio Cartagena de la Localidad de Santa Fe y el barrio Buenos Aires de la Localidad de San Cristóbal de Bogotá. (Ver Anexo 6).



Figura 20. Observación participante

Fuente: Elaboración propia

Finalizando la definición del problema surge como materia de investigación esta pregunta: ¿Cómo contribuir a la disminución de hechos violentos derivados del barrismo a futuro, en la comunidad del barrio Cartagena de la Localidad tercera (Santa Fe) y el barrio Buenos Aires de la Localidad cuarta (San Cristóbal) de la ciudad de Bogotá?

3.4 Desarrollo y análisis Etapa Recopilación de datos

Para el desarrollo de esta etapa lo primero fue realizar un *Journey Map* de la problemática, en un trabajo de observación para identificar cómo es el comportamiento de los hinchas barras bravas en la comunidad.



Figura 21. Journey Map

Fuente: Elaboración propia

Como conclusión de la aplicación de esta herramienta se puede decir que entre más euforia y felicidad de los barristas es más la inconformidad de la comunidad (Para observar el *Journey Map* detalladamente, ver Anexo 7).

A parte del *Journey Map* se realizó un estado del arte donde se identificaron programas sociales, tesis y proyectos para el fortalecimiento social de estas personas (remitirse a Capítulo 2, apartado 2.2 y 2.3 en el cual se muestra la línea de tiempo sobre el barrismo).

También se realizó un mapa de actores donde se identificaron tres categorías: los entes de ayuda social, los barristas y los hinchas del fútbol. El usuario elegido fue el hincha del fútbol (para profundizar en la elección del usuario remitirse a caracterización de usuario, Capítulo 2).

3.5 Desarrollo y análisis Etapa análisis de datos

El estado del arte ayudó a concluir que se han adelantado proyectos para socializar con las personas pertenecientes al barrismo, en las cuales se brindan estrategias pedagógicas y de capacitación para generar desde la barra y para la barra oportunidades de empleo, estudio y sustento.

Sin embargo, también se identificó que son pocos los proyectos que se adelantan para fortalecer las buenas prácticas en los jóvenes que son vulnerables y que, a futuro, podrían ingresar al barrismo.

Esto genera una oportunidad desde el diseño, ya que los programas adelantados son de carácter social, con poca o nada de ayuda tecnológica; por eso, “Súper hincha, tarjeta roja a la violencia” pretende contribuir a la promoción de las buenas prácticas a través de una herramienta digital llamada “Súper hincha”.

3.6 Desarrollo y análisis Etapa experimentación

Con base a lo anterior se generó el concepto diseño: Para los estudiantes del Colegio IED República del Ecuador de los grados noveno, décimo y once, quienes son hinchas del fútbol, “Súper hincha” es una aplicación digital que permite promover las buenas prácticas y el respeto al hincha. Por el contrario de “Ultras Online” o “Tormenta sobre Europa”, que fomentan la violencia en sus actividades, “Súper hincha” ofrece una interactividad digital generando una experiencia de lo que es ser un buen hincha, dejando

a un lado la violencia y promocionando el respeto al hincha de fútbol.

3.6.1 Identificación de usuario



Figura 22. Identificación de usuario

Fuente: Elaboración propia

Se realizó una entrevista semiestructurada en el Colegio IED República del Ecuador con el profesor de Ciencias Sociales, Juan Carlos Gallego, para validar la hipótesis de investigación y definir el usuario en la institución. (Ver Anexo 8). El profesor ayudó definir la problemática en el sector, así como el usuario en la institución.

El profesor identificó varios estudiantes que serían posibles hinchas del fútbol, lo que nos permitió caracterizar a los usuarios para iniciar la etapa de creación del proyecto en conjunto con los estudiantes de la institución. Estos estudiantes evidencian

conocimiento sobre la problemática del barrismo, del contexto y de las buenas y malas prácticas (Ver Anexo 8).

3.6.2. Entrevista estructurada

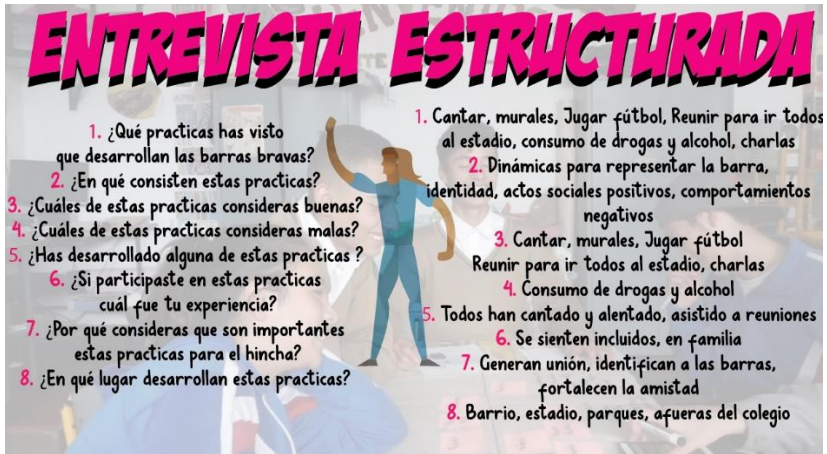


Figura 23. Preguntas entrevista estructurada

Fuente: Elaboración propia

Esta entrevista estructurada grupal se realizó para medir el nivel de conocimiento que tenían los muchachos en cuanto a la problemática y analizar la viabilidad del producto; así mismo, para saber qué identificaban ellos como bueno y malo y qué aspectos se podrían fortalecer con “Súper hincha”.

Al ser un primer contacto, los estudiantes se notaban tímidos, pero en el trascurso de la entrevista se identificaron elementos importantes como el conocimiento y acercamiento que tienen los

estudiantes con la problemática, que viven la pasión del fútbol tanto en el colegio como afuera de él e identifican los aspectos positivos y negativos de lo que es ser un hincha barra brava (Ver Anexo 9).

3.6.3 Brainstorming



Figura 24. Lluvia de ideas

Fuente: Elaboración propia

Del ejercicio de lluvia de ideas se pudo obtener información de lo que ellos como hinchas del fútbol esperaban encontrar en el producto. De este proceso se obtuvo como respuesta el álbum de las buenas prácticas, juegos lúdicos, video-juegos y aplicación web.

También se definieron los aspectos que debería contener el producto digital, tales como: el sitio este ambientado por música referente al fútbol y se maneje un lenguaje coloquial o popular de este deporte, que se evidencie en lo estético del producto las prácticas

como el grafiti. También, los elementos representativos como el balón, las banderas y que se ponga a prueba el conocimiento que se tiene sobre el fútbol y en particular del equipo que se elija (Ver Anexo 10).

A parte de esto, al identificar que el tema de fútbol es algo experiencial, que se generen una serie de talleres en donde el incentivo sea aparecer en la plataforma digital.

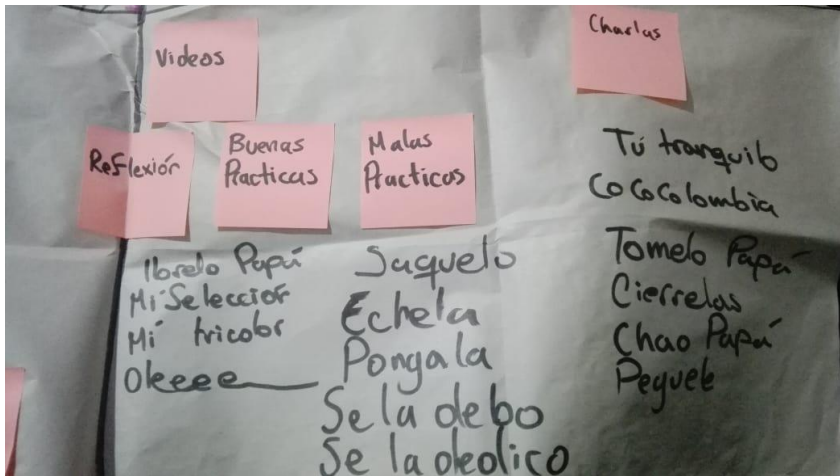


Figura 25. Lluvia de ideas 2

Fuente: Elaboración Propia

3.7 Desarrollo y análisis Etapa modelos

A partir de lo anterior se plantearon una serie de posibles propuestas de diseño, para la conceptualización y realización de las ideas propuestas en conjunto con los estudiantes.

3.7.1 Manual del hincha

El “Manual del hincha” consiste en recopilar aquellas buenas prácticas que los amantes del fútbol suelen realizar, para rescatar aquellos valores de lo que es ser un buen hincha y generar recordación en los jóvenes de lo que se percibe como actos buenos ante la sociedad.

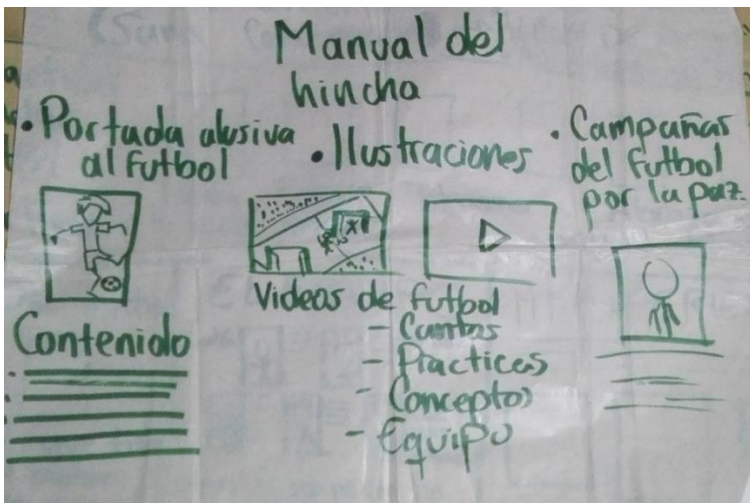


Figura 26. Boceto de propuesta manual del hincha

Fuente: Elaboración propia

3.7.2 Álbum del hincha

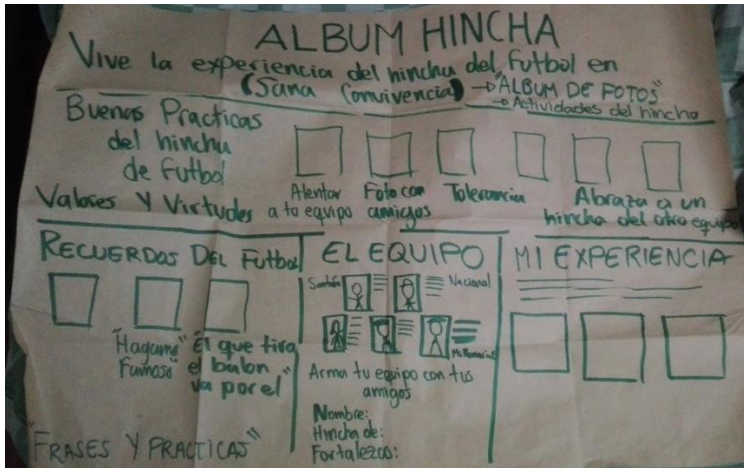


Figura 27. Boceto de propuesta de producto

Fuente: Elaboración propia

El “Álbum del hincha” es una propuesta para resaltar esas buenas prácticas aprendidas utilizando la aplicación y mostrando el conocimiento que se adquirió.

3.7.3 Prototipo funcional

Recopilando las ideas generadas se optó por realizar una herramienta digital, que pueda transmitir de una manera lúdica el conocimiento de lo que es ser un buen hincha, dándole un espacio de experiencia y aprendizaje con un lenguaje coloquial del futbol, y un estilo grafico urbano en 2D.

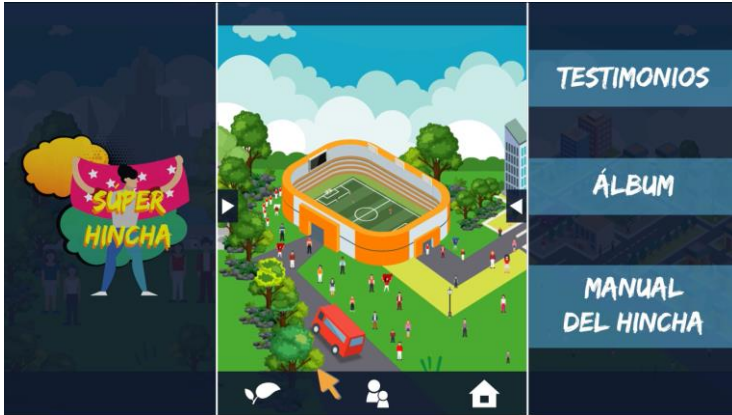


Figura 28. Primera propuesta de diseño

Fuente: Elaboración propia

Esta aplicación fue pensada para ser utilizada en la institución en donde los estudiantes podrán ser partícipes creando un álbum de buenas prácticas y aprender a través del “Manual del hincha”.

3.8 Resultados de los testeos

3.8.1 Primer testeo

En el primer testeo se mostró a los estudiantes seleccionados como hinchas del fútbol un video de lo que sería la aplicación web partiendo de los datos recopilados anteriormente en los ejercicios tales como la lluvia de ideas y las entrevistas, con el objetivo de recopilar información en beneficio del producto.



Figura 29. Primer testeo propuesta de diseño

Fuente: Elaboración propia

Se pudo identificar que este primer prototipo tenía falencias como el espacio vacío en la parte lateral izquierda, aparte de esto la ambientación de la aplicación no satisfacía a los estudiantes.



Figura 30. Correcciones primer testeo

Fuente: Elaboración Propia

3.8.2 Segundo testeo

Se realizó un prototipo funcional corrigiendo estas irregularidades presentadas, también se organizaron los botones de tal forma que ocupara los vacíos en la pantalla, manteniendo la iconografía.

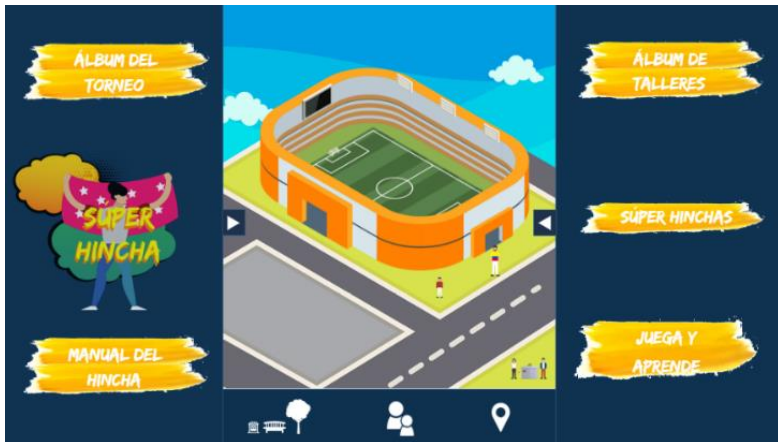


Figura 31. Segundo testeo – Home herramienta digital

Fuente: Elaboración propia

A parte de esto se planteó la posibilidad de que los usuarios llenaran un álbum virtual de las actividades planteadas en donde se incluía el lenguaje coloquial del fútbol.



Figura 32. Propuesta Álbum

Fuente: Elaboración Propia

También se presentó la idea del “Manual del hincha”, en donde se unificaron fotografías de hinchas del fútbol con frases alusivas al respeto al hincha rival.



Figura 33. Propuesta “Manual del hincha”

Fuente: Elaboración propia

Aquí se pudo identificar que la organización de botones no era buena, que el ingreso a la herramienta no era intuitivo, y que, aunque se hubiera redistribuido el orden de los botones, todavía se mantenían los vacíos y había mucho espacio que se perdía; además de esto, no se encontraba un fin específico, una motivación o un reto para querer utilizar la aplicación.

La idea del álbum no funcionó, ya que los estudiantes no tenían los dispositivos para tomar las fotografías y, por ende, la creación del álbum no era pertinente.

La idea del “Manual del hincha” tuvo gran impacto en los estudiantes ya que las 10 reglas que aquí se mencionan los motivan a aprender las cosas buenas; sin embargo, se propuso que era mejor utilizar fotos de los muchachos del colegio para generar esa sensación de pertenencia.

3.8.3 Tercer testeo



Figura 34. Tercer testeo - Home herramienta digital

Fuente: Elaboración propia

En este tercer testeo se decidió ampliar la pantalla e introducir las canciones referentes al fútbol, con lo cual llamó la atención de los estudiantes; aparte de esto, se vincularon una serie actividades como el “Juega y aprende”, en la cual los estudiantes aprenderán tips básicos del fútbol.

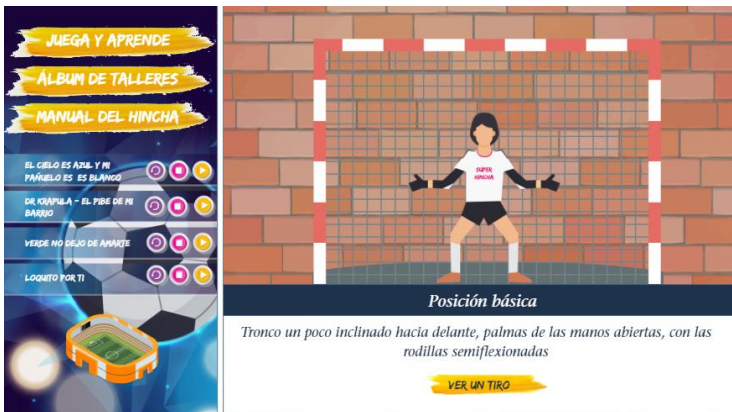


Figura 35. Propuesta actividades 1 – Tercer testeo

Fuente: Elaboración propia

Se decidió incluir una serie de personajes, los cuales se agrandan al pasar el cursor sobre ellos y, al dar clic sobre estos, se podrá realizar test de los distintos equipos de fútbol o también se observarán datos del fútbol de algunas de sus hinchadas.



Figura 36. Propuesta de actividades 2 – Tercer testeo

Fuente: Elaboración propia

De este testeo, se pudo concluir que el estadio no correspondía a un estadio real, y que se necesitaba más información de lo que se veía. Por otra parte, el “Juega y aprende” fue una actividad exitosa, aunque los muchachos esperaban encontrar más actividades de aprendizaje.

La opción de incluir personajes en la aplicación fue algo que llamó la atención de los muchachos, pese a que se perdían un poco en el contexto, dado que es un poco plano y la intuitividad para dar clic sobre ellos no era buena.

3.8.4 Cuarto testeo

A partir de las conclusiones anteriores, se decidió elaborar un estadio más parecido a la realidad para generar impacto y llamar la atención de los estudiantes del colegio, manteniendo la opción de elegir las canciones que se quisiera escuchar.



Figura 37. Cuarto testeo - Home herramienta digital

Fuente: Elaboración propia

También se modificó el “Manual del hincha”, utilizando imágenes más acordes a las frases e incluyendo a los jóvenes participantes en la co-creación de la herramienta digital.

Se logró que al pasar el cursor por cada uno de los elementos que se encuentran en la pantalla salga un letrero relativo a lo que encontrarán; de igual modo, el elemento se agranda con el fin de mejorar la intuitividad de los usuarios.



Figura 38. Propuesta de actividades 1 – Cuarto testeo

Fuente: Elaboración propia.



Figura 39. Propuesta de actividades 2 - Cuarto testeo

Fuente: Elaboración propia

Ya teniendo estas correcciones hechas y el estadio aprobado, se identificó que el fondo de estadio no hacía referencia a la ciudad de Bogotá y que las actividades no seguían un hilo conductor.

3.8.5 Quinto testeo

Para este quinto testeo, se implementó la elección de la música a partir de la identificación por medio del color. También se decidió incluir el mapa por localidades de la ciudad de Bogotá habilitando las dos localidades en las cuales se implementará la aplicación pero con la proyección de que se pueda implementar en toda la ciudad.



Figura 40. Quinto testeo - Home herramienta digital

Fuente: Elaboración propia

Se incluyeron dos nuevas actividades, “la cucharla” (la cual es una actividad se practicará para solucionar problemas sociales referentes del fútbol) (García, 2018), también se identificó que el título de “Juega y aprende” de una de las actividades tenía semejanza con un video-juego; por eso se cambió el título a “Aprende y juega”, ya que es un juego vivencial.

3.8.6 Sexto testeo

Se identificó que al ingresar a la aplicación se notaban falencias, así que se optó por generar una guía tutorial antes del ingreso a la aplicación, la cual muestra lo que se encontrará en ella.



Figura 41. Guía tutorial de la herramienta digital

Fuente: Elaboración propia

En caso de que ya sea un usuario cotidiano, este puede dar clic en “Iniciar” para ingresar directamente a la aplicación.

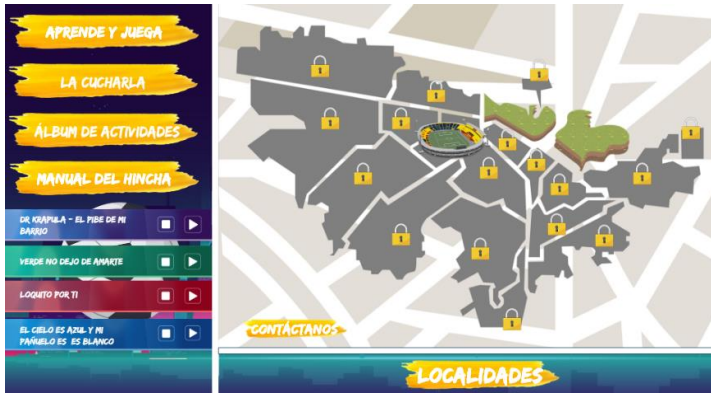


Figura 42. Sexto testeo - Home herramienta digital

Fuente: Elaboración Propia

Ya con estas correcciones, el día del lanzamiento se experimentó la aplicación con un aproximado de 50 estudiantes de la institución, en donde se obsequiaron incentivos premiando el conocimiento, uso y aprendizaje adquirido por medio de la herramienta digital.



Figura 43. Lanzamiento Herramienta Digital

Fuente: Elaboración propia

3.8 Prestaciones del producto

“Súper Hincha” es una aplicación web que promueve las buenas prácticas a través de la ambientación de experiencia de una serie de actividades:

- Ambientación con música ideal de la tribuna del fútbol.
- Creación en 2D de los lugares donde se practican experiencias del buen barrismo.
- Manual de buenas prácticas a través de fotografías y contenido gráfico para generar recordación.
- Interacción entre la experiencia en el colegio y la aplicación.

3.8.1 Aspectos morfológicos

El diseño de la interfaz fue determinado por el análisis del *Benchmarking*, para identificar datos cualitativos de proyectos similares y rescatar aspectos de cada uno de ellos.

Categoría	ULTRAS-ONLINE	Yo-yi-oh	Poder asesino	Tras la perla	Tormenta sobre Europa
Imagen					
Cualitativo	<ul style="list-style-type: none"> -Creación de avatar "personaje" -Comprar en línea accesorios para el personaje que ayudan a la existencia. -Pertenecer a una comunidad. -Colores neutros (escala de grises). 	<ul style="list-style-type: none"> -Creación de perfil. -Interactividad en varios dispositivos. -Competencia entre usuarios. 	<ul style="list-style-type: none"> -Interactividad en varios dispositivos. -Realidad aumentada, analógico, visual y digital. 	<ul style="list-style-type: none"> -Colores frescos. -Informativo y de experiencia. -Se puede ver las vivencias. -Segmentada por temas. 	<ul style="list-style-type: none"> -Estrategia para llegar a un fin. -Creación de avatar a bajos costos. -Colores llamativos.
Usabilidad	<ul style="list-style-type: none"> Iconografía: mala Interfaz: básica Informet: necesario 	<ul style="list-style-type: none"> Iconografía: buena Interfaz: interactiva Informet: necesario 	<ul style="list-style-type: none"> Iconografía: buena y llamativa Interfaz: necesaria Informet: necesario Multipantalla (todo distinto) 	<ul style="list-style-type: none"> Iconografía: mala Interfaz: básica Informet: necesario 	<ul style="list-style-type: none"> Iconografía: buena Interfaz: intuitiva (Responsive) Informet: necesario

Figura 44. Benchmarking

Fuente: Elaboración propia

A parte de esto se utilizó el *Moodboard* para encontrar esos referentes en los cuales se basa el producto, establecer la paleta de color y las emociones que se quieren transmitir.

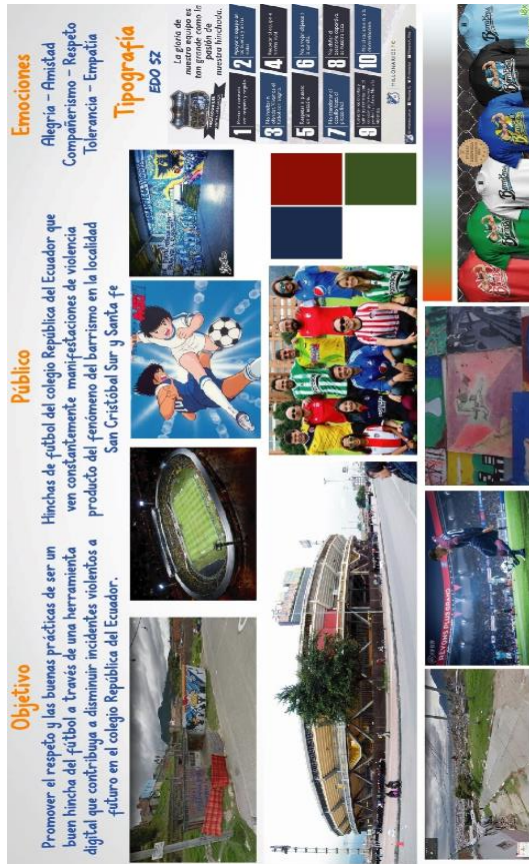


Figura 45. Moodboard del producto

Fuente: Elaboración propia

3.8.2 Aspectos técnico-funcionales

La aplicación mostrará el barrio en donde se desenvuelven los muchachos y esas zonas características de los hinchas del fútbol en gráficos 2D. Esto estará acompañado con una ambientación de cantos alusivos al fútbol.

También se observarán fotografías en un libro álbum digital, el cual se irá completando a través de la experiencia que se viva promocionando las buenas prácticas.

Al ser un producto para una institución debe cumplir con una serie de requerimientos que sean pedagógicos e inciten a la colaboración y trabajo en equipo.

3.8.3 Aspectos de usabilidad

La aplicación tendrá un menú intuitivo en donde se pueda evidenciar cada uno de los ítems solicitados y así poder generar una buena experiencia con el usuario.

Para incentivar al interés de la aplicación esta tuvo un día de lanzamiento, donde se hizo prácticas de microfútbol, talleres de convivencia, y la utilización de la aplicación para generar la experiencia y recopilar la información restante del proyecto.

Capítulo 4.

Conclusiones

En este último capítulo se podrán encontrar las conclusiones que surgieron en la realización de esta investigación, el planteamiento de la estrategia de negocios y las consideraciones a futuro con el proyecto.

4.1 Conclusiones

A lo largo de la historia, el fútbol ha sido un deporte que genera diversas emociones como el amor, el desamor, la pasión, el odio, la alegría y la tristeza, y en ocasiones puede convertirse en la más preciada prioridad.

Hay que tener en cuenta que el fútbol es un deporte exigente a nivel físico y psicológico, el cual es considerado uno de los deportes más practicados a nivel mundial según CabroWorld (2016) y, por ende, cuenta con gran cantidad de seguidores, hinchas e hinchas barra brava.

Los hinchas de los equipos de fútbol juegan un papel fundamental al momento de hablar de fútbol, pues se trata de quienes apoyan a los jugadores con sus cantos y banderas, y de aquellos que compran las boletas para ingresar al estadio y portan los elementos representativos.

Aparte de los hinchas hay otros considerados hinchas barra brava, los cuales llevan la pasión por el fútbol y por el equipo al cual siguen a otro nivel.

En la etapa de investigación de este documento se pudo observar que el fenómeno del barrismo ha sido objeto de estudio de

diversas disciplinas. También se identificaron tres actores principales: los hinchas, los hinchas barra brava y los posibles hinchas barra brava.

Se pudo observar que son muchos los programas sociales que se adelantan para los hinchas barra brava, pero, no obstante, son pocos los programas que se proponen para aquellos jóvenes que son vulnerables al tema del barrismo.

Al definir estos tres actores potenciales, “Súper hincha, tarjeta roja a la violencia” observó la posibilidad de diseño en el tercer actor, “los posibles hinchas barras bravas o hinchas del fútbol”, los cuales se pueden hallar en tres lugares:

- El entorno familiar de los jóvenes pertenecientes a una hinchada barra brava
- Vecinos del contexto donde se desenvuelven los barristas
- Los colegios aledaños.

Se identificó el Colegio IED República del Ecuador como un punto susceptible para que los jóvenes se puedan involucrar en el tema del barrismo, ya que en sus alrededores (que cobijan dos localidades) hay barras bravas de Independiente Santa Fe y Millonarios F.C.

Para ello, el acercamiento con la institución se realizó en primer lugar fue con el profesor Juan Carlos Gallego, el cual fue pieza clave para identificar los jóvenes líderes del colegio. Con estos jóvenes se decide generar un diseño colaborativo adaptándose al contexto del colegio.

A través de la investigación se pudo identificar que los

jóvenes no tienen una zona de esparcimiento y diversión, pero tienen aulas de informática a las cuales tienen acceso durante el descanso. Por ello, y para sacarle el mejor provecho a los recursos encontrados, se optó por generar una aplicación web.

Se realizaron una serie de testeos, los cuales fueron parte fundamental para la realización de la herramienta digital, la creación de actividades de convivencia y diversión, y para generar retos que pusieran a prueba el conocimiento y que constituyeran una fuente de aprendizaje constante.

En este punto nos remitimos a la pregunta de investigación del proyecto: ¿Cómo contribuir a la disminución de hechos violentos derivados del barrismo a futuro, en la comunidad del barrio Cartagena de la Localidad tercera (Santa Fe) y el barrio Buenos Aires de la Localidad cuarta (San Cristóbal) de la ciudad de Bogotá?

Para reducir los hechos violentos a futuro que se viven en este sector, “Súper hincha, tarjeta roja a la violencia” propuso una herramienta digital llamada “Súper Hincha” que brinda distintas herramientas para aquellos muchachos identificados como población vulnerable al tema del barrismo. Con esta, se fomenta el respeto a través de las actividades, y se demuestra que ser un hincha del fútbol es más que seguir un equipo, es saber su historia, los datos generales, y entender que el compañerismo y la amistad deben prevalecer antes que una ideología implantada por masas que van con otros fines distintos del de promover el deporte.

En este punto se puede decir que se cumplió con el objetivo planteado en esta investigación: “Promover el respeto y las buenas

prácticas de ser un buen hincha del fútbol a través de una herramienta digital que contribuya a disminuir incidentes violentos a futuro” en el caso específico del Colegio IED República del Ecuador.

Con certeza, también se puede mencionar que este proyecto identificó un usuario al cual se le apunta muy poco en este tema del barrismo. Por ello, se propuso una idea diferente de aquella de solo mostrar los pros y los contras de lo que es ser hincha o hincha barra brava. Así, en vez de reprimir la pasión por el fútbol, la herramienta busca mostrar que hay más opciones para ser parte activa del fútbol.

4.2 Estrategia de mercado

Para la realización de la estrategia de mercado se realizó un cuadro Canvas en donde se evidencia cada uno de los apartados.

- **Propuesta de valor:** “Súper hincha” tiene como propuesta de valor brindar una experiencia positiva al hincha del fútbol a través de una herramienta digital que promueve el respeto y las prácticas positivas de los hinchas mediante una serie de actividades que fortalecen el trabajo en equipo y el conocimiento sobre el fútbol.
- **Clientes:** El cliente deseado de “Súper hincha” es la Dimayor, ya que es el ente mayor en cuanto al fútbol se refiere y en cuanto a las barras bravas se hizo el siguiente estudio.

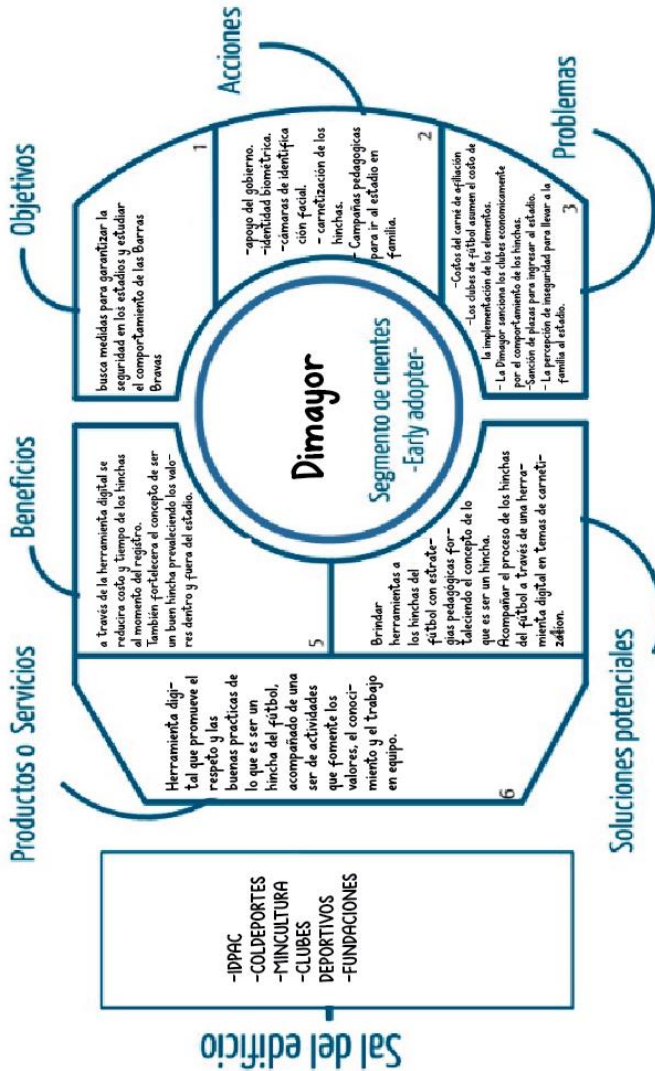


Figura 46. Early Adopters

Fuente: Elaboración propia

- **Objetivos:** busca medidas para garantizar la seguridad en los estadios y estudiar el comportamiento de las Barras Bravas.
- **Acciones:**
 - apoyo del gobierno.
 - identidad biométrica.
 - cámaras de identificación facial.
 - carnetización de los hinchas.
 - Campañas pedagógicas para ir al estadio en familia.
- **Problemas:**
 - Costos del carné de afiliación
 - Los clubes de fútbol asumen el costo de la implementación de los elementos.
 - La Dimayor sanciona los clubes económicamente por el comportamiento de los hinchas.
 - Sanción de plazas para ingresar al estadio.
 - La percepción de inseguridad para llevar a la familia al estadio.
- **Soluciones potenciales:**
 - Brindar herramientas a los hinchas del fútbol con estrategias pedagógicas fortaleciendo el concepto de lo que es ser un hincha.
 - Acompañar el proceso de los hinchas del fútbol a través de una herramienta digital en temas de

carnetización.

- **Beneficios:**

a través de la herramienta digital se reducirá costo y tiempo de los hinchas al momento del registro.

También fortalecerá el concepto de ser un buen hincha prevaleciendo los valores dentro y fuera del estadio.

- **Productos o servicios:**

Herramienta digital que promueve el respeto y las buenas prácticas de lo que es ser un hincha del fútbol, acompañado de una serie de actividades que fomenten los valores, el conocimiento y el trabajo en equipo.

Al ser una herramienta digital orientada a los jóvenes hinchas del fútbol que pueden ser vulnerables al fenómeno del barrismo, los **usuarios** contemplan un rango de edad de 13 a 18 años.

- **Canales:** Para difundir el producto se usarán redes sociales, así como plataformas digitales de los clubes representativos del fútbol; de igual manera, los colegios de las localidades serán un pilar importante para la difusión de la aplicación.
- **Relación con los clientes:** Para asegurar la fidelización de los clientes se debe mantener un avance constante en la herramienta al servicio de los usuarios; por otra parte, la fidelización de los usuarios se puede dar a través de los

incentivos recibidos por parte de la aplicación, los cuales serían obsequios del club por medio de los puntajes obtenidos al momento de realizar las actividades encontradas en la herramienta.

- **Alianzas:** Las alianzas clave de este proyecto serían las entidades del gobierno tales como: Ministerio de Cultura, Ministerio de Educación Nacional, las alcaldías, Coldeportes y fundaciones que enfocan sus esfuerzos al tema del barrismo; con esto también se genera un canal de difusión.
- **Actividades clave:** Generar contenido que se mostrará en la plataforma; por ejemplo, las actividades; aparte de esto ir alimentando la información progresivamente de los test y los datos de cada localidad.

Una actividad clave es la de poder ir a las localidades vulnerables al tema del barrismo de la ciudad de Bogotá y poder implementar los talleres y la herramienta digital.

- **Recursos clave:** Para poder generar el contenido de la herramienta se necesita apoyo de fuentes primarias y secundarias, tales como los profesores, los estudiantes, libros y acceso a portales de internet.

También se necesitan recursos tecnológicos como cámaras, trípodes, computadores, teléfonos celulares, grabadoras de sonido, *software* de diseño correspondiente para creación del contenido.

- **Estructura de costos:**
 - **Costos fijos:**
 - Salario del personal de trabajo.
 - servicios públicos.
 - Dominio y Hosting anual.
 - Licencias de los programas de diseño.
 - **Costos variables:**
 - Publicidad.
 - Transporte.
 - Libros puntuales.
 - Reuniones con clientes o socios.
- **Fuente de ingresos:**
 - Publicidad e información de los socios o clientes que puedan ser introducidas en un apartado de la herramienta.
 - El generar un usuario para poder adquirir los incentivos.

Asociaciones clave:	Actividades clave:	Propuesta de valor:	Relaciones con cliente:	Segmento de mercado:
<ul style="list-style-type: none"> * Ministerio de cultura * Ministerio de Educación * Alcaldías * Coldeportes * Fundaciones * Equipos de fútbol 	<ul style="list-style-type: none"> * Generar contenido que se mostrara en la plataforma * Implementar los talleres y la herramienta digital <p>Recursos clave:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Apoyo de fuentes primarias y secundarias * Computadores, teléfonos celulares, grabadoras de sonido, software de diseño y Diseñadores 	<p>brindar una experiencia positiva al hincha del fútbol a través de una herramienta digital que promueve el respeto y las practicas positivas mediante una serie de actividades que fortalecen el trabajo en equipo y el conocimiento sobre el Fútbol.</p>	<p>Relaciones con cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Cliente: avance constante en la herramienta * Usuario: Incentivos <p>Canales:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Redes sociales * plataformas digitales de los clubes representativos del fútbol * Los colegios y las localidades 	<ul style="list-style-type: none"> * Clientes: Dimayor * Usuarios: Jóvenes hinchas del fútbol
<p>Estructura de costos:</p> <ul style="list-style-type: none"> o Costos fijos: <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Salario del personal de trabajo. <input type="checkbox"/> servicios públicos. <input type="checkbox"/> Domino y Hosting anual. <input type="checkbox"/> Licencias de los programas de diseño. o Costos variables: <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Publicidad. <input checked="" type="checkbox"/> Transporte. <input checked="" type="checkbox"/> Libros puntuales. <input checked="" type="checkbox"/> Reuniones con clientes o socios. 		<p>Fuente de ingresos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fuente de ingresos: <ul style="list-style-type: none"> o Publicidad e información de los socios o clientes que puedan ser introducidas en un apartado de la herramienta. o El generar un usuario para poder adquirir los incentivos 		

Figura 47. Cuadro canvas

Fuente: Elaboración propia

4.3 Consideraciones

En este capítulo se analizarán aquellas ideas que pueden ser implementadas en etapas futuras, las cuales no se pudieron aplicar en este momento por cuestiones de tiempo.

“Súper hincha” es una herramienta digital que surge del proyecto de investigación “Súper hincha, tarjeta roja a la violencia”, la cual va enfocada a los jóvenes del Colegio IED República del Ecuador. La herramienta cuenta con una serie de actividades que promueven las prácticas positivas del hincha de fútbol, y aparte de esto cuenta con test que pone a prueba el conocimiento como hincha y ayuda a fortalecer los conocimientos expuestos en los retos.

A corto plazo se pretende implementar más actividades que promuevan las prácticas positivas del hincha de fútbol y dar más datos del fútbol a nivel nacional para mostrar la diversidad de culturas futboleras encontradas en la ciudad de Bogotá, potenciar la pauta gráfica de la aplicación e introducir más música para la elección de los usuarios.

A mediano plazo se espera implementar la aplicación a nivel Bogotá en las instituciones educativas para ir desbloqueando las localidades de la ciudad que en el momento aparecen con candado, con el fin de generar interés y mostrar un ejemplo de promoción de las buenas prácticas de lo que es ser hincha del fútbol.

A largo plazo se desea implementar un video-juego para que funcione como complemento de la herramienta, practicando retos futbolísticos, fomentando la estrategia, el compañerismo y el trabajo

Tarjeta Roja a la Violencia

en equipo para que “Súper hincha” sea un modelo para futuras propuestas de diseño y ser conocido en entidades deportivas como el mejor camino para ser hincha del fútbol.

Referencias bibliográficas

- 1445, L. (12 de Mayo de 2011). *Unidad de información y analisis financiero*. Obtenido de Ley 1445:
https://www.uiaf.gov.co/recursos_user///documentos/normatividad/Ley%201445%20Deporte%20Profesional.pdf
- Barrero, A. (13 de Julio de 2017). *Alcaldía de Santiago de Cali*. Obtenido de Cali se alista este sábado para disfrutar la fiesta del fútbol en paz:
<http://www.cali.gov.co/pazycultura/publicaciones/133030/cali-se-alista-este-sabado-para-disfrutar-la-fiesta-del-fútbol-en-paz/>
- Barrero, A. (21 de Julio de 2017). *Este domingo, Cali volverá a vivir la fiesta del fútbol en paz*. Obtenido de
<http://www.cali.gov.co/pazycultura/publicaciones/133220/este-domingo-cali-volvera-a-vivir-la-fiesta-del-futbol-en-paz/>
- BBC-Mundo. (25 de Enero de 2015). *bbc.com*. Obtenido de News mundo:
https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/01/150122_deportes_historia_hooligans_finde_yv
- Bergés, M. (02 de Abril de 2018). *Salvemos al fútbol*. Obtenido de Salvemos al fútbol.orf: <http://salvemosalfútbol.org/lista-de-victimimas-de-incidentes-de-violencia-en-el-fútbol/>
- CabroWorld. (04 de Abril de 2016). *CabroWorld*. Obtenido de CabroWorld: <https://www.cabroworld.com/2016/04/04/estos-los-10-deportes-mas-practicados-del-mundo-1-no-futbol/>
- Cardón Orjuela, O. I., Restrepo Carrasco, J. D., & Vargas Paredes, E. C. (2015). Obtenido de
<http://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/8469/TESIS%20BARRAS%20BRAVAS%20JOSE%20ULLOJA%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carvalho, J. d. (11 de Octubre de 2016). *Boteco do fla*. Obtenido de Blog do torcedor :
<http://globoesporte.globo.com/rj/blogs/especial-blog/torcedor-do-flamengo/post/minha-historia-com-charanga-parabens-charanga.html>
- Coldeportes. (17 de Mayo de 2011). *.coldeportes.gov.co*. Obtenido

- de Coldeportes:
http://www.coldeportes.gov.co/normatividad/normatividad_juridica/leyes/ley_1445_2011
- Concejo-Bogotá. (1 de Enero de 2013). *alcaldiabogota.gov.co*.
Obtenido de *alcaldiabogota.gov.co*:
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=54877>
- Dimayor. (02 de Enero de 2018). *Colombia.com*. Obtenido de <https://www.colombia.com/fútbol/equipos/>
- El Tiempo*. (16 de Julio de 2017). Obtenido de *www.eltiempo.com*:
<https://www.eltiempo.com/colombia/cali/campana-en-cali-para-vivir-la-fiesta-del-futbol-en-paz-109604?fbclid=IwAR33DoBg5SrSf2rtKSgBbG0CCGjAAHYejE7GymwxcfU5qRQV6E8YDI2AOm4>
- Espinel, S., & Cruz, V. (17 de Mayo de 2018). Herramienta observación participante. (J. Celis, & J. Rojas, Entrevistadores)
- FIFA. (2010). *FIFA.COM*. Obtenido de Historia del fútbol:
<https://es.fifa.com/about-fifa/who-we-are/the-game/index.html>
- García, C. (Dirección). (18 de Octubre de 2018). *La cucharla que charla* [Película]. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=ztFiA-ZxZ_4
- Gol-y-paz. (2016). *Gol y Paz*. Obtenido de <http://www.golypaz.com/portfolio-item/plan-decenal-de-fútbol-2014-2024/>
- Hernández, W. R. (Enero de 2017). *Universidad Javeriana*. Obtenido de BARRAS FÚTBOLERAS: MÁS ALLA DE UNA PASIÓN POR EL FÚTBOL:
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/21857/HerreraHernandezWilliamRoberto2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Herramientas-para.com*. (s.f.). Obtenido de <http://herramientas-para.com/digitales/>
- Hicklin, W. (Dirección). (2016). *Tribunas Violentas* [Película]. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=tOlu1eMk9zU>
- HSBNOTICIAS.COM*. (27 de Enero de 2013). Obtenido de Violencia de las barras bravas en Sudamérica.:

- <http://hsbnoticias.com/noticias/judicial/la-violencia-de-las-barras-bravas-en-sudam%C3%A9rica-68842>
- Illera, R. (9 de Marzo de 2010). *colegio.redp.edu.co/nuevazelandia*.
Obtenido de https://colegio.redp.edu.co/nuevazelandia/index.php?option=com_content&view=article&id=22:brava&catid=27:d&Itemid=19
- La-Soga. (09 de marzo de 2015). *Lasoga.org*. (pentayus, Editor)
Obtenido de La soga revista cultural:
<http://lasoga.org/historia-del-movimiento-ultra-en-espana-i-los-origenes-1975-1988/>
- López, P. A. (9 de Septiembre de 2013). "Todo lo que hicimos en Goles en Paz se perdió". (Revista-Semana, Entrevistador)
Bogotá: Revista Semana.
- Martín, C. (29 de Julio de 2004). *Alzado.org*. Obtenido de *Alzado.org*: https://alzado.org/articulo.php?id_art=354
- Martínez, R. (20 de Febrero de 2018). *Slash Mobility*. Obtenido de *Slash Mobility* : <https://slashmobility.com/blog/2018/02/para-que-co-crear/>
- Quintero, J., & Villamarín, P. (29 de Junio de 2013). Barras bravas: ¿por qué nos matamos por una camiseta? *EL TIEMPO*, págs. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12901286>.
- Recasens Salvo, A. (1999). *LAS BARRAS BRAVAS* (segunda ed.). Santiago, Chile: Universidad de Chile.
- Rodas Montoya, J. C. (10 de Febrero de 2018). El lenguaje en el fútbol (y IV). *EL ESPECTADOR*, págs. <https://www.elespectador.com/noticias/cultura/el-lenguaje-en-el-futbol-y-iv-articulo-738470>.
- Rodríguez Meneses, Y. P. (27 de Diciembre de 2013). *HBSNOTICIAS.COM*. Obtenido de violencia de las barras bravas en Sudamérica:
<http://hsbnoticias.com/noticias/judicial/la-violencia-de-las-barras-bravas-en-sudam%C3%A9rica-68842>
- Salgado, E. (15 de Noviembre de 2017). *circulodetendencias*.
Obtenido de <http://www.circulodetendencias.com/cocreacion-design-thinking>
- Televisa. (17 de Mayo de 2017). Televisa News. OMS:

Latinoamérica tiene la tasa más alta de homicidios del mundo, págs. <https://noticieros.televisa.com/ultimas-noticias/oms-latinoamerica-tiene-tasa-mas-alta-homicidios-mundo/>.

Tiempo, E. (12 de Septiembre de 2017). *EL TIEMPO*. Obtenido de EL TIEMPO : <https://www.eltiempo.com/deportes/futbol-colombiano/asi-sera-la-carnetizacion-de-los-hinchas-en-el-futbol-colombiano-102272>

Anexos

Anexo 1. Permiso del acudiente de Breiner Moreno

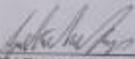
Bogotá D.C., lunes 17 de septiembre de 2018

Señor:
Padre de familia

Señor padre de familia reciba usted un cordial saludo, por medio de la presente los estudiantes JEISSON GONZALO CELIS GARZON y JONATHAN ANDRES ROJAS BERMUDEZ de la universidad COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA, cursando actualmente noveno semestre de la carrera DISEÑO DIGITAL Y MULTIMEDIA, solicitan a usted formalmente la autorización de que su hijo Breiner Moscoso pueda participar activamente en parte de la realización de la tesis de grado la cual va enfocada en promover las buenas practicas del futbol.

El proyecto académico con el estudiante se realizará en las instalaciones del colegio y en horario escolar, de igual forma solicitamos permiso para realizar con su hijo registro fotográfico y de video netamente académico con copia a la institución IED REPUBLICA DEL ECUADOR y si usted desea también copia a su correo electrónico.

Muchas gracias por su tiempo.

 JEISSON GONZALO CELIS GARZON Cel: 3204827850 Correo: jgcelis@unicolmayor.edu.co	 JONATHAN ANDRES ROJAS B Cel: 3017990022 Correo: jonathanarojas@unicolmayor.edu.co
---	---


Patricia Posada R
Firma Padre de familia
Correo: patricia.posada.174@gmail.com
Celular: 3144015399



Anexo 2. Permiso del acudiente de Sara Cubides



Anexo 3. Permiso del acudiente de Johan Castañeda

Bogotá D.C., lunes 17 de septiembre de 2018

Señor
Padre de familia

Señor padre de familia reciba usted un cordial saludo, por medio de la presente los estudiantes JEISSON GONZALO CELIS GARZON y JONATHAN ANDRES ROJAS BERMUDEZ de la universidad COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA, cursando actualmente noveno semestre de la carrera DISEÑO DIGITAL Y MULTIMEDIA, solicitan a usted formalmente la autorización de que su hijo Johan Castañeda pueda participar activamente en parte de la realización de la tesis de grado la cual va enfocada en promover las buenas practicas del futbol.

El proyecto académico con el estudiante se realizará en las instalaciones del colegio y en horario escolar, de igual forma solicitamos permiso para realizar con su hijo registro fotográfico y de video netamente académico con copia a la Institución IED REPUBLICA DEL ECUADOR y si usted desea también copia a su correo electrónico.

Muchas gracias por su tiempo.

Jeisson Celis
JEISSON GONZALO CELIS GARZON
Cel: 3204827850
Correo: jgcelis@unicolmayor.edu.co

Jonathan Rojas
JONATHAN ANDRES ROJAS B.
Cel: 3017990022
Correo: jonathanarojas@unicolmayor.edu.co

Arbacia Mejia
Firma Padre de familia
Correo: Suarez243@netcom.net
Celular: 310345732

Arbacia Mejia
J. Castañeda

Anexo 4. Permiso del acudiente de Sergio Socha

Bogotá D.C., lunes 17 de septiembre de 2018

Señor:
Padre de familia

Señor padre de familia reciba usted un cordial saludo, por medio de la presente los estudiantes JEISSON GONZALO CELIS GARZON y JONATHAN ANDRES ROJAS BERMUDEZ de la universidad COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA, cursando actualmente noveno semestre de la carrera DISEÑO DIGITAL Y MULTIMEDIA, solicitan a usted formalmente la autorización de que su hijo Sergio Socha pueda participar activamente en parte de la realización de la tesis de grado la cual va enfocada en promover las buenas practicas del futbol.

El proyecto académico con el estudiante se realizará en las instalaciones del colegio y en horario escolar, de igual forma solicitamos permiso para realizar con su hijo registro fotográfico y de video netamente académico con copia a la institución IED REPUBLICA DEL ECUADOR y si usted desea también copia a su correo electrónico.

Muchas gracias por su tiempo.

Jeisson Celis
JEISSON GONZALO CELIS GARZON
Cel: 3204827850
Correo: jgcelis@unicolmayor.edu.co

Jonathan Rojas
JONATHAN ANDRÉS ROJAS B.
Cel: 3017990022
Correo: jonathanarojas@unicolmayor.edu.co

Sergio Socha
Firma Padre de familia
Correo: sergio.socha@unicolmayor.edu.co
Celular: 313 358 6089

Sergio Socha
Admisión

Anexo 5. Permiso del acudiente de Luis Camacho

Bogotá D.C., lunes 17 de septiembre de 2018

Señor:
Padre de familia

Señor padre de familia reciba usted un cordial saludo, por medio de la presente los estudiantes **JEISSON GONZALO CELIS GARZON** y **JONATHAN ANDRES ROJAS BERMUDEZ** de la universidad **COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA**, cursando actualmente noveno semestre de la carrera **DISEÑO DIGITAL Y MULTIMEDIA**, solicitan a usted formalmente la autorización de que su hijo Luis Camacho Mora pueda participar activamente en parte de la realización de la tesis de grado la cual va enfocada en promover las buenas practicas del futbol.

El proyecto académico con el estudiante se realizará en las instalaciones del colegio y en horario escolar, de igual forma solicitamos permiso para realizar con su hijo registro fotográfico y de video netamente académico con copia a la institución **IED REPUBLICA DEL ECUADOR** y si usted desea también copia a su correo electrónico.

Muchas gracias por su tiempo.

Jeisson Celis
JEISSON GONZALO CELIS GARZON
Cel: 3204827850
Correo: jgcelis@unicolmayor.edu.co

JONATHAN ANDRES ROJAS B.
Cel: 3017990022
Correo: jonathanarojas@unicolmayor.edu.co

Mario Mora Garay
Firma Padre de familia
Correo:
Celular: 3118462743

Jonathan

Anexo 6. Observación participante

Remitirse al anexo 6 del CD

Anexo 7. Journey map

Remitirse al anexo 7 del CD

Anexo 8. Entrevista profesor Juan Carlos Gallego

Remitirse al anexo 8 del CD

Anexo 9. Entrevista estructurada a los estudiantes

Remitirse al anexo 9 del CD

Anexo 10. Lluvia de ideas

Remitirse al anexo 10 del CD