

TRIBUNEROS APP

DESARROLLO DE UNA NUEVA EXPERIENCIA DE USUARIO A LOS  
HINCHAS DEL DEPORTIVO PASTO A TRAVÉS DE UNA APLICACIÓN MÓVIL

ANGELA PATRICIA CALPA MEJÍA

GERARDO HERNAN RUANO CASTILLO

UNIVERSIDAD DE NARIÑO

FACULTAD DE ARTES - DISEÑO GRÁFICO

PROYECTO DE INVESTIGACION

DIPLOMADO DE DISEÑO INTERACTIVO Y EXPERIENCIA DE USUARIO

SAN JUAN DE PASTO

2017

TRIBUNEROS APP

DESARROLLO DE UNA NUEVA EXPERIENCIA DE USUARIO A LOS  
HINCHAS DEL DEPORTIVO PASTO A TRAVÉS DE UNA APLICACIÓN MÓVIL

ANGELA PATRICIA CALPA MEJÍA

GERARDO HERNAN RUANO CASTILLO

Docentes:

FERNANDO CORAL

ELIZABETH POLO

MARIA CRISTINA ASCUNTAR

UNIVERSIDAD DE NARIÑO

FACULTAD DE ARTES - DISEÑO GRÁFICO

PROYECTO DE INVESTIGACION

DIPLOMADO DE DISEÑO INTERACTIVO Y EXPERIENCIA DE USUARIO

SAN JUAN DE PASTO

2017

Las ideas y conclusiones aportadas en el siguiente trabajo son responsabilidad exclusiva de sus autores.

Artículo 1ro del Acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1966 emanado del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

**Nota de Aceptación**

---

---

---

**Asesor de Investigación de Trabajo**

---

**Firma del Jurado**

---

**Firma del Jurado**

---

## **Resumen**

Este proyecto desarrolla una nueva experiencia de usuario a los hinchas del Deportivo Pasto a través de una aplicación móvil; para ello se indagó las principales prácticas socioculturales de los seguidores del Deportivo Pasto e identificó los grados de participación del usuario en las diferentes interfaces en las que están expuestos en el Estadio Libertad y así poder entender las necesidades que les surge en este recinto. Finalmente se proyectó una nueva experiencia a través del planteamiento de la aplicación móvil; todo ello fue desarrollado gracias a una metodología híbrida que comprendió múltiples técnicas de recolección como el Design Thinking, arquetipos, visualización de datos, Customer Journey, y algunas tradicionales como la observación que ayudaron a tener un acercamiento más humano y así lograr grandes resultados.

## **Abstract**

This project develops a new user experience for Deportivo Pasto fans through a mobile application; For this the main socio-cultural practices of the followers of Deportivo Pasto were investigated and identified the degrees of participation of the user in the different interfaces in which they are exposed in the Stadium Liberty and thus to be able to understand the necessities that appear to them in this enclosure. Finally a new experience was projected through the approach of the mobile application; All this was developed thanks to a hybrid methodology that included multiple collection techniques such as Design Thinking, archetypes, visualization of data, Customer Journey, and some traditional as the observation that helped to have a more human approach and thus achieve great results.

## Contenido

Introducción.....	13
Tema /Problema.....	14
Planteamiento del problema.....	14
Formulación Del Problema.....	17
Objetivos.....	18
General .....	18
Específicos .....	18
Justificación .....	19
Contextualización.....	20
Marco Teórico .....	21
Asociación Deportivo Pasto.....	21
Hinchada del Deportivo Pasto.....	25
Referentes gráficos e interactivos. ....	29
Metodología Proyectual.....	34
Área de Investigación .....	36
Cualitativo Histórico - Hermenéutico .....	36
Método Etnográfico .....	36
Herramientas utilizadas de diseño.....	36
Instrumentos.....	36
Primera Etapa “La Previa” .....	37
Un momento en la vida de .....	37

Incognito .....	43
Observación.....	47
Visualización de datos principales barras del Deportivo Pasto .....	49
Arquetipos .....	61
Segunda Etapa “Entretiempo” .....	68
Customer Journey .....	68
Card Sorting .....	70
Planteamiento de Aplicación.....	75
Desarrollo de contenidos para la Aplicación .....	75
Tercera Etapa “Pitazo Final” .....	82
Musicstorming .....	82
Proceso de Creación .....	85
Tribuneros .....	86
Logotipo .....	86
Arquitectura de la Información. ....	89
Prototipo Final.....	93
Conclusiones.....	100
Bibliografía.....	102



**Lista de Tablas**

Tabla 1. Categorías de Navegación Cardsorting ..... 70

## Lista de Figuras

Figura 1. Referentes gráficos e interactivos, Parche Poderoso .....	30
Figura 2. Referentes gráficos e interactivos, Aplicación Nike .....	33
Figura 3. Referentes gráficos e interactivos, aplicación Barcelona .....	33
Figura 4. Referentes gráficos e interactivos, aplicación snapchat .....	34
Figura 5. Metodología proyectual con visual thinking .....	36
Figura 6. Fotografía fase "un momento en la vida de" .....	40
Figura 7. Fotografía tomada de la fase de Observación.....	49
Figura 8. Relación Banderas - Visualización de datos .....	51
Figura 9. Relación Canticos- Visualización de datos .....	53
Figura 10. Relación Edades- Visualización de datos.....	54
Figura 11. Relación Estratos- Visualización de datos .....	55
Figura 12. Relación Instrumentos- Visualización de datos .....	57
Figura 13. Relación Redes Sociales- Visualización de datos .....	58
Figura 14. Relación Socios- Visualización de datos.....	59
Figura 15. Relación ubicación en el estadio- Visualización de datos.....	60
Figura 16. Arquetipo N.1 .....	61
Figura 17. Arquetipo N.2 .....	63
Figura 18. Arquetipo N.3 .....	65
Figura 19. Arquetipo N.4 .....	66
Figura 20. Customer Journey .....	68
Figura 21. Fotografía de ejercicio cardsorting .....	71
Figura 22. Fotografía de ejercicio cardsorting .....	71

Figura 23. Visualización de Categorías de Navegación Finales .....	81
Figura 24. Fotografía Musicstorming .....	82
Figura 25. Fotografía Musicstorming .....	83
Figura 26. Fotografía Musicstorming .....	83
Figura 27. Bocetación de logotipo .....	87
Figura 28. Bocetación logotipo .....	87
Figura 29. Logotipo de Aplicación .....	88
Figura 30. Icono de Aplicación .....	88
Figura 31. Bocetación Pagina inicial aplicación .....	89
Figura 32. Bocetación aplicación menú principal .....	90
Figura 33. Bocetación Web, página principal .....	90
Figura 34. Bocetación Pagina Web Sección Tu Entrada .....	91
Figura 35. Bocetación N 2 Pagina inicial Aplicación .....	91
Figura 36. Bocetación Web N. 2, página principal .....	92
Figura 37. Prototipo Final .....	93
Figura 38. Prototipo final .....	94
Figura 39. Prototipo final .....	94
Figura 40. Prototipo final .....	95
Figura 41. Prototipo Final .....	95
Figura 42. Prototipo final .....	96
Figura 43. Prototipo Final .....	97
Figura 44. Prototipo Final .....	97
Figura 45. Prototipo Final .....	98

Figura 46. Prototipo Final ..... 99

## **Introducción**

En los últimos años es evidente la aceptación por parte de las personas hacia el entretenimiento que más seguidores tiene en el mundo: el fútbol, que al ser un deporte de exhibición se ha convertido en una de las distracciones que más hinchas llevan a sus estadios, y es por dicha razón que se plantea el innovar en las prácticas que existen actualmente. La ciudad de Pasto no está exenta ante este fenómeno, y a pesar de que la experiencia de los hinchas del Deportivo Pasto, dentro del estadio es única, se evidencia que existen algunos puntos en los cuales se podría brindar una nueva experiencia basada en el uso de medios digitales, siendo estos factores potenciales en la generación de nuevas dinámicas de interacción del hincha con su equipo.

Por medio de esta investigación se pretende lograr involucrar la cultura del seguidor fiel del Deportivo Pasto, en el nuevo contexto de los medios digitales, propiciando nuevas experiencias que a la vez aporten un plus a la práctica de asistir al estado.

Finalmente las nuevas dinámicas permiten al hincha recrear escenarios que involucren el uso de herramientas tecnológicas para generar nuevas experiencias que contribuyan al fortalecimiento de la relación que existe entre el hincha y el equipo y porque no, incrementar la fanaticada hacia el mismo.

## **Tema /Problema**

### **Planteamiento del problema**

“Un nuevo estudio encargado por “Avaya” demuestra que los nuevos aficionados digitales deportivos de la actualidad, son cada día más exigentes en lo relativo a su experiencia al asistir a un acontecimiento deportivo.” Panorama audiovisual (2017).

En la actualidad el hombre se ve sumergido en avances tecnológicos que se desarrollan a pasos agigantados y que han logrado vincular los sentidos del ser humano consiguiendo tener una experiencia única. Esta nueva era tecnológica va de la mano con el desarrollo de aplicaciones móviles que poco a poco impulsan a que las personas puedan hacer de manera más sencilla tareas del diario vivir y de paso tener nuevas experiencias.

El fútbol es un deporte mundial que lleva muchos seguidores a estar en la vanguardia tanto virtual como presencialmente de escenarios donde se practica este deporte; en la ciudad de Pasto el recinto donde existen múltiples masas alrededor del equipo local es el Estadio Libertad, donde se ha observado desde hace muchos años que las experiencias que surgen en este recinto son tradicionales, es decir, la asistencia es presencial, siendo escasa la integración de los medios digitales en el ámbito que involucren al hincha de la ciudad de Pasto a otra experiencia de regocijo con su equipo. Según lo descrito anteriormente la problemática de este proyecto se centra en el factor digital puesto que a pesar de ser una práctica gratificante, el innovar en la experiencia de los espectadores podría potencializar la cercanía con el equipo y brindar una mejor experiencia a quienes les gusta visitar este escenario.

En la actualidad entre las prácticas que realizan los aficionados en el estadio, se evidencia un cambio de rol, como lo es pasar de ser simples espectadores a emisores, debido a las características de los dispositivos móviles que se disponen hoy en día, ya que gracias a sus servicios han dispuesto otro tipo de acercamiento entre aficionado y el espectáculo del futbol en general, puesto que interactúan los hinchas durante la celebración de los acontecimientos deportivos en vivo con sus equipos y con otros aficionados. Según las cifras proporcionadas por [www.panoramaaudiovisual.com](http://www.panoramaaudiovisual.com)<sup>1</sup> que el 89% de los aficionados hacen fotografías de otros aficionados durante el juego, el 71% se hacen autorretratos y un impresionante 89% de aquellos de edades entre los 18 y los 24 años, graban vídeos cuando visitan los estadios, estos indicadores demuestran que no se puede ser ajeno a aprovechar el diseño interactivo y la experiencia de usuario en un escenario de grandes masas puesto que abre nuevas posibilidades de interacción e interactividad.

El explotar estos nuevos medios es un factor de vital importancia puesto que en el mundo el desarrollo de los avances tecnológicos ha alcanzado los estadios, poder aprovecharlos de manera eficaz ayudaría a cubrir las demandas del público emergente en situaciones que presencialmente en tiempo y espacio son imposibles de disfrutar, un claro ejemplo se puede percibir en las repeticiones a tiempo real de los goles o jugadas que surgen en medio del partido, o el poder compartir videos, fotografías y comentarios en vivo como es el caso de las redes sociales; es por ello que se plantea el aprovechar los medios donde podría verse ligado con la empatía hacia los usuarios que asisten al estadio, ya que el diseño interactivo como factor

---

<sup>1</sup>(2017, 02). Incrementar la asistencia a los estadios pasa por desarrollar la experiencia digital de los aficionados. Panorama Audiovisual. Obtenido 04, 2017, de <http://www.panoramaaudiovisual.com/2016/07/07/incrementar-la-asistencia-a-los-estadios-pasa-por-desarrollar-la-experiencia-digital-de-los-aficionados/>

emergente en las sociedades contemporáneas, se ha convertido en un enorme campo de exploración.



## **Formulación Del Problema**

¿Cómo generar una nueva experiencia de usuario a los hinchas del Deportivo Pasto a través del Planteamiento de una Aplicación Móvil?

## **Objetivos**

### **General**

Generar una nueva experiencia de usuario a los hinchas del Deportivo Pasto a través del Planteamiento de una Aplicación Móvil.

### **Específicos**

- Indagar en el estado actual de las principales prácticas socio-culturales de los seguidores del Deportivo Pasto.
- Identificar los grados de participación del usuario en las diferentes interfaces en las que están expuestos en el Estadio Libertad.
- Proyectar una nueva experiencia de usuario a los hinchas del Deportivo Pasto a través del planteamiento de una aplicación móvil.

## **Justificación**

Actualmente el fútbol es uno de los deportes que tiene más seguidores en el mundo, y el asistir a los estadios se ha convertido en una actividad ineludible dentro de los hinchas de un equipo, ya que es la forma cómo pueden demostrar el compromiso que tienen con el mismo.

El presente proyecto se enfoca en propiciar una nueva experiencia de usuario a los hinchas del Deportivo Pasto a través de una aplicación que resulte distinta a lo tradicional, especialmente que germine de la cultura, las necesidades y de su comportamiento; a pesar de que la atracción principal es ir a observar el partido, existen varias acciones las cuales, si se aprovechan de una manera diferente e innovadora, optimizarían las dinámicas existentes entre hincha y su equipo, ya que al sentirse identificados con estos servicios generaría nuevas prácticas que partan de la demanda de los hinchas y las nuevas tecnologías en el estadio.

## Contextualización

El fútbol en Colombia es el deporte más popular y el que más seguidores tiene, para apreciar lo impregnado que se encuentra el fútbol no solo como deporte sino también como cultura le preguntaron a un niño colombiano Diego Giraldo de 8 años ¿Qué es Colombia? al cual respondió “Colombia es un partido de fútbol”, esa respuesta refleja lo que representa este deporte en el país<sup>2</sup>.

En la ciudad de Pasto en donde existen teorías las cuales la llaman “la cuna del fútbol en Colombia” se ha desarrollado una amplia cultura deportiva, tanto recreativa como competitiva en donde el balompié es uno de los deportes que más se practica; es por esto que el Deportivo Pasto a pesar de ser un equipo “joven” en el rentado nacional se supo ganar el cariño de la gente, porque es un equipo del pueblo el cual ha brindado muchas alegrías que demuestran lo orgulloso que se siente un hincha de haber nacido en esta tierra mirándolo incluso como un patrimonio aparte de un equipo de fútbol. Debido a lo anterior se encuentra la necesidad de brindarle a los hinchas una nueva experiencia en la cual se vea reflejada la importancia de la cultura y pasión hacia el equipo del departamento.

---

<sup>2</sup>(2014, 04). Fútbol en Colombia: pasión e identidad. Revista Semana. Obtenido 02, 2017, de <http://www.semana.com/nacion/articulo/futbol-en-colombia-pasion-identidad/384019-3>

## Marco Teórico

### Asociación Deportivo Pasto

Las personas tienen la capacidad de escoger sus gustos los cuales generan emociones, para una gran parte de las personas el fútbol es aquel deporte que brinda impresiones que son difíciles de describir, ya que se lo vive con mucha pasión. Este entretenimiento, para quien no lo sigue, se describe como “22 personas atrás de una pelota”, y aunque puede sonar sin sentido o aburrido, pero es mucho más que eso, es el deporte con más seguidores alrededor del mundo, es más que un sentimiento, más que una pasión, es el identificarse con unos colores, una ciudad, un país, una cultura, en fin diversos factores a tal punto de dejar a un lado todo sin importar que sea, es tan grande el sentimiento que puede brindar una alegría inmensa aunque también puede causar una enorme tristeza.

Según el texto: “San Juan de Pasto la verdadera cuna del fútbol colombiano” existen varias teorías las cuales hablan de 4 ciudades (Barranquilla, Bogotá, Santa Marta y Pasto) que lidian por ser la cuna del fútbol en Colombia, las cuales narran como fue este acontecimiento que ha marcado el país. Y en donde los pastusos también tienen participación, “Pasto cuna del fútbol colombiano” Así tituló un artículo el periodista Neftalí Benavides Rivera miembro de la academia nariñense de historia en el año de 1975 en donde narra muy detalladamente lo que aconteció en el año de 1909, en donde el inglés Mr. Leslie o Spain llega a la ciudad de San Juan de Pasto con el objetivo de agilizar el envío de sombreros que se elaboran en el departamento de Nariño; es así como consigo mismo carga algunos elementos curiosos en su equipaje, un balón de fútbol, una bomba de mano para inflarlo y un par de zapatos para practicar este deporte. En una tarde de noviembre de dicho año sale uniformado con sus trabajadores a la plaza de San

Andrés en donde también quedaba su hogar y la fábrica de sombreros, y fue de este modo como empieza a practicar este deporte en la ciudad de Pasto. Se narra como en su propio hogar daba clases con ayuda de un pizarrón además de entrenar varios días de la semana a las 6 am, 3 meses después conforma el primer equipo en Colombia y el 20 de Julio de 1910, se conmemoró el Primer Centenario de Nuestra Independencia, y entre lo más destacado de la programación fue la realización del primer partido de futbol, entre dos conjuntos de su equipo, los cuales jamás tuvieron nombre propio para identificarlos. El furor por el fútbol fue creciendo en la sociedad pastusa, que sin importar las condiciones, muchos descalzos, algunos con alpargatas, con zapatos de calle y hasta amarrándose trapos, domingo tras domingo se daban cita para practicarlo; es por esto que se reclama el honor de ser la cuna del futbol colombiano.

La fundación del equipo nariñense lleva al 12 de octubre de 1949, que es la fecha donde se registra en una notaría de la ciudad y nace legalmente el equipo nariñense, algunos jóvenes de la ciudad hablan con el periodista Miguel Humberto López Muñoz pidiendo que presida un nuevo equipo de futbol, él junto a algunas personas de la ciudad como Eduardo Delgado, Segundo Onofre entre otros y con la ayuda de la empresa Bavaria conformaron el equipo, al cual en un principio se lo llamo “Oro Rojo” nombre que no tuvo acogida y dos días después se cambió por *Asociación Deportivo Pasto*.

Existe otra versión de su fundación orientada a que el conjunto nariñense tiene muchos más años, el compositor pastuso Luis “Chato” Guerrero quien nació en 1916 y fallese en 2011 es testigo importante que estuvo en esa época el cual afirma que en los años 20 ya existía un equipo llamado “El Libertador” y en el año de 1932 aparece un grupo de hombres que practicaban futbol, estos tomarían el nombre de la ciudad para ser reconocidos, este equipo no tuvo mayor

continuidad y en el año de 1936 se empezó a desintegrar ya que los jugadores en su mayoría conformaron la selección Nariño<sup>3</sup>.

Para el año de 1949, después de su creación, el equipo nariñense inicio su participación en torneos locales en los cuales obtuvo todos los títulos destacando su buena técnica y buen manejo de balón que a lo largo de los años ha hecho resaltar el futbol local; el lugar en donde empezó a jugar partidos y forjar este gran sueño, fue fundado en 1954 bajo el gobierno del general Gustavo Rojas Pinilla y en donde inicialmente el nombre dado fue “13 de junio” pero al culminar la dictadura de esa época se cambió el nombre a Estadio Departamental Libertad siendo el principal escenario de la ciudad y en donde actualmente después de varias remodelaciones tiene un fórum de 28.400 espectadores aproximadamente, en su casa la ha convertido a lo largo de los años en el fortín del cuadro pastuso y en donde ha logrado obtener un record de 34 partidos sin perder como local logrando grandes triunfos y convirtiéndola en una plaza difícil para cualquier equipo.

En los años de 1950 y 1960, fue la época la cual se podría llamar “Dorada” ya que obtuvo de la mano del maestro Eduardo Delgado, todos los títulos que se disputaban tanto a nivel regional como departamental desde ese entonces destacándose por su buen manejo de pelota haciéndose con el sobrenombre “El ajedrez pastuso”. En el año de 1977 la Gobernación de Nariño reconoce al Deportivo Pasto como entidad deportiva organizada concediendo su personería jurídica, el cual fue un gran paso en su carrera deportiva.

Después de varios años siendo un equipo semi-profesional a partir de 1990 y después de cumplir los requisitos de la Difutbol se toma la determinación de incluir a un equipo juvenil en el campeonato de primera C y en 1995 logro ganar el zonal para posteriormente en 1996 llegar al

---

<sup>3</sup> (2007, 03). HISTORIA DEL DEPORTIVO PASTO. El Blog de Deportivo Pasto y Attake Massivo. Obtenido 01, 2017, de <http://deportivopasto-historia.blogspot.com.co/>

cuadrangular final, que aunque no lo gano, llamo la atención del en ese entonces Alcalde Antonio Navarro Wolff que junto a algunos dirigentes nariñenses consiguió llevar al equipo a la primera B por invitación expresa de la Dimayor, realizo buenas presentaciones en los 3 años que estuvo en la segunda división logrando estar en los cuadrangulares finales para en 1999 ser recompensado y conseguir el tan anhelado ascenso a la primera categoría del futbol profesional colombiano un sueño que demoro mucho desde su creación pero fue una gran satisfacción para todos sus hinchas.

Desde entonces el cuadro pastuso ha tenido tanto altas como bajas ocasionando en sus hinchas no solo alegrías sino también tristezas pero esto es el futbol, siendo un equipo guerrero que ha sabido afrontar diversas situaciones las cuales las ha superado gracias en gran parte al cariño y apoyo de sus hinchas, en el rentado nacional se ha destacado desde un principio ya que a los 3 años de estar en la categoría A en el año 2002 logro su primer subcampeonato con el que pudo participar en el primer torneo internacional, la Copa Sudamericana, un gran logro para un equipo llamado “chico” por muchos en Colombia pero que supo demostrar su coraje, a pesar de ser tan reciente su ascenso ya tiene en sus palmares un título en la categoría, ganado en el año 2006 con el que pudo estar presente en el campeonato de clubes más importante de américa, la Copa Libertadores, al cual varios equipos aún no han podido asistir, y el tricolor tuvo el honor de representar a Colombia, es allí donde se enfrenta a rivales distinguidos y con tradición en Sudamérica, después de esto obtuvo un subcampeonato de la Copa Colombia al caer con santa fe por la vía de los penales, paso un año y las cosas no marchaban bien hasta descender injustamente en el año 2010 donde pasaron 2 años los cuales disputo las finales de cada uno para nuevamente lograr el ascenso a la primera categoría del futbol colombiano que se le había esquivado anteriormente, después de esto vienen una serie de subcampeonatos tanto en Copa



Colombia como en la Liga haciendo vibrar a su gente con grandes presentaciones y dejando el nombre en alto de la región.

Dentro de la parte institucional el equipo tiene el título de asociación porque en la parte económica está sustentado en las contribuciones de los socios, en su misión expone: “Somos una Asociación dedicada a brindar el espectáculo del fútbol a nivel profesional y aficionado en competencias locales, nacionales e internacionales, en la búsqueda del sano esparcimiento y aprovechamiento del tiempo libre de la hinchada en general y de nuestros asociados en particular. Formamos jugadores de fútbol con excelente capacidad técnico-táctica, física, psicológica y con un alto sentido de pertenencia hacia su región y hacia su equipo; seres capaces de desempeñarse en la comunidad luego de su paso por el fútbol” Donde destaca que el jugador que está representando a este equipo debe demostrar a la región el gran afecto que tiene hacia el mismo, en los últimos años y específicamente en el año 2016 el Deportivo Pasto tomo un paso muy importante puesto que es el único equipo en Colombia que se sometió a los niveles de

### **Hinchada del Deportivo Pasto**

La ciudad de Pasto no está exenta de la cultura del futbol por toda la historia con la que cuenta en donde el reconocimiento del equipo es relativamente nuevo a nivel nacional pero ha realizado grandes presentaciones en los diversos torneos que ha participado, es por esta razón que se ha ganado el aprecio de la gente, por haber demostrado que nuestra región está hecha para grandes cosas, porque es un equipo que viene de abajo, que ha sufrido, ha caído pero como muchos pastusos se ha levantado y ha salido adelante a pesar de las dificultades, es por esto que los hinchas se sienten identificados porque es un equipo del pueblo que ha brindado muchas satisfacciones las cuales mucha gente recuerda con fecha, hora y hasta con los nombres de

personajes que son protagonistas de estas grandes historias, que se cuentan con mucho orgullo y a pesar de que la persona que este escuchando no tengan vínculo alguno con el futbol o con el pasto sin duda alguna le generara algún tipo de sentimiento, es por esto que el hincha pastuso no es común y sin temor a decirlo es el más fiel y el que más orgulloso se siente de crecer en esta tierra a las faldas de un volcán y de seguir a su equipo en todo momento sintiéndolo como un patrimonio de la región.

A pesar de que las personas son firmes con los afectos a su región; el pastuso se destaca porque es aún más; este hincha no es común puede que no sean en cantidad pero se sienten orgullosos de vivir en esta ciudad que los vio nacer, la cual les ha brindado todo y es por esto que el regionalismo que sienten muchos habitantes va más allá, es diferente, con más sentimiento, y es que esta tierra se hace extrañar, las personas a pesar de encontrarse en Pasto o en un lugar lejano demuestran su afecto con lo que puedan; en pocas líneas es difícil describir todos los sentimientos que el hincha tricolor desborda pero entre lo que más se destaca es la fidelidad, constancia y amor hacia el equipo.

Así es el hincha pastuso, el que vive minuto a minuto del partido, el que ríe, grita, abraza, salta, alienta, insulta, llora y en fin miles de emociones que como en sus canticos se pueden escuchar, es un sentimiento que vale más que mil palabras, ese hincha que quiere ver a su equipo campeón que quiere festejar y a gritar ante todo el mundo somos campeones de nuevo.

Desde que el Deportivo Pasto ingreso a la categoría B del futbol, este sur de Colombia tuvo un cambio y no ha sido el mismo, la ciudad pasó de ser un lugar “olvidado”, como lo narran varios hinchas, a tener un semblante diferente, a partir de este año es cuando mucha de la

población que se veía cautivada por otros equipos de tradición del fútbol Colombiano empieza a apoyar con gran fervor al equipo volcánico.

Después del subcampeonato que obtuvo en el año 2002 empezaron a organizarse grupos de hinchas, las “barras” como se conoce en el ámbito del fútbol que eran los que en ese tiempo domingo tras domingo asistían sin faltar al estadio, paso el tiempo y estas barras crecían al mismo ritmo del equipo más aun con el título obtenido en el año 2006, en este lapso de tiempo es donde gana gran número de seguidores a pesar ser un club joven en relación a otros equipos del país.

Hace ya varios años la población de la ciudad estaba alrededor de 400.000 habitantes, se calculaba en ese tiempo que el 20% cerca de 80.000 mil personas tenían al deportivo pasto como el equipo de sus apegos de los cuales el 10% asistían masivamente al estadio, en la actualidad estas cifras han cambiado, la ciudad de San Juan de Pasto fue censada en el año 2015 en donde según datos de proyección del DANE es de 550.000 habitantes, el número de hinchas ha incrementado, y con ello la demanda de nuevas experiencias hacia el equipo de sus apegos.

El trabajo de grado realizado por Marcela Guerrero Jojoa de la Universidad de Nariño sobre “Tipología de las Barras de animación del equipo Deportivo Pasto que asisten a las tribunas del Estadio Libertad de la ciudad San Juan de Pasto” en el año de 2007 aporta la variable de sexo de las personas asistentes al estadio, se expone que son los hombres y en mayoría adultos los que más asisten al mismo, argumentando que tienen derecho a distraerse y que un partido de fútbol es un buen incentivo, además de esto afirma que el sexo femenino asiste mínimamente por la falta de educación igualitaria en este tiempo. En la observación que se logra hacer actualmente se concluye algo diferente, el fútbol es un deporte que trascendió el rol de

género y en donde se evidencia que aunque el sexo masculino es el que más asiste, existe un incremento significativo por parte del público femenino que ya es fiel seguidor de este deporte, en cuestión de edades en tribuna occidental se mantiene la síntesis de que son los adultos los que más asisten pero a nivel general son los jóvenes los que están acudiendo en gran número y esto se debe al fenómeno de las barras bravas.

Algo muy notable y bonito que tiene el fútbol es que se pueden mezclar personas de toda clase social sin importar su condición, gracias al sentimiento hacia un equipo, en la investigación realizada aduce que los estratos que asistían son diferentes, pero que en gran número eran los estratos dos y tres, cabe resaltar que en los dos sexos las representaciones máximas y mínimas son iguales en cuestión de estratos, en la actualidad se podría segmentar este estudio por tribunas añadiendo que el estrato medio bajo tiene gran número de acudientes.

Actualmente el deportivo Pasto cuenta con gran cantidad de hinchas a lo largo del Departamento de Nariño, en la fase de empatía y exploración con los usuarios se obtuvo acercamiento con 10 principales barras, entre las cuales se encuentran: La Banda Tricolor, Attake Masivo, Los Independientes, Comando Sur, Furia del Galeras, La Guaneña, Legion Tricolor, Fieles del Sur, Cuyigans, Que Viva el Pasto Carajo; además de las mencionadas anteriormente existe un gran grupo de hinchas los cuales no pertenecen a grupos de barras pero aun así, apoyan y asisten fielmente al estadio.

Un dato importante de resaltar es que los hinchas sin importar su estrato social se apropian y son apasionados con el Deportivo Pasto, es un sentimiento que trasciende de un escenario como un partido de fútbol a otros campos que ya forman parte de la cultura de las barras, puesto

que ha llevado a estos grupos a involucrarse en campos positivos como la música, el arte, actos sociales o en casos negativos como actos de violencia, drogadicción y factores externos al fútbol.

### **Referentes gráficos e interactivos**

El fútbol es un deporte pasional un fenómeno que mueve multitudes, mirar un partido es casi como un ritual que se espera cada domingo, no importa que temporada sea, siempre existen miles de aficionados interesados en seguir minuto a minuto todo lo relacionado con este deporte y las nuevas tecnologías han sido uno de los métodos más eficaces que permiten seguir los resultados en cualquier lugar donde se encuentre; hoy en día se encuentra un sin número de aplicaciones con todo tipo de contenido y para todos los gustos lo que supone una gran competitividad, por esta razón es un reto distinguirse y plantear una aplicación que sobresalga y se diferencie de las demás, incluyendo valores innovadores que sean de gran interés para el usuario.

Es así como el Diseño Interactivo y Experiencia de Usuario con todos los servicios que brinda se integra a ésta actividad ofreciendo aún más emotividad y dando un plus al valor del entretenimiento, creando historias para ampliar la pasión y el fanatismo. Según lo mencionado anteriormente un gran ejemplo encontrado es el trabajo realizado por *Tribal Colombia SA* que con el patrocinio de *Pilsen* crearon una aplicación realmente atrayente llamada *Parche Poderoso*, su principal función es poder medir la pasión de los hinchas del Independiente Medellín a través de los saltos y gritos durante los 90 minutos del partido.

El estilo de diseño de esta aplicación es muy llamativo visualmente en sus diversas interfaces que se basan en un diseño con opacidades, degradados, intervenciones tipográficas y decoraciones muy ligadas a la estética de los hinchas. Esta unidad visual también se aplica a los

contenidos, donde solo aquellos importantes permanecen en pantalla, sobresaliendo en su contexto. Esta aplicación resulta ser innovadora en el campo de la interacción ya que analizan los comportamientos de los hinchas al ver un partido de futbol y desarrollan un método interactivo en el cual pueden medir su pasión.



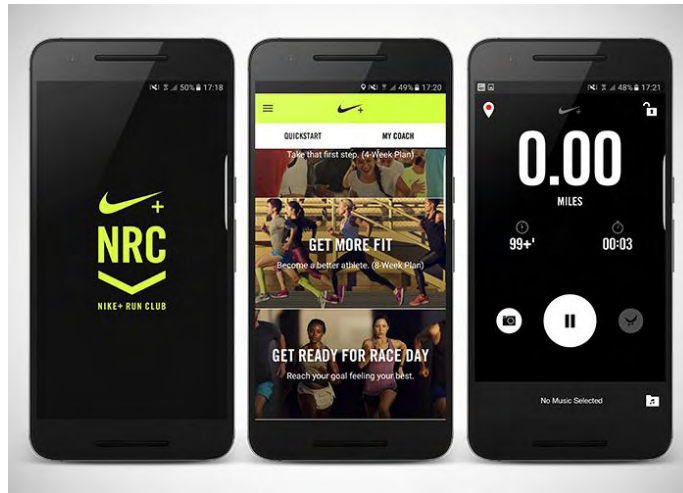
**Figura 1. Referentes gráficos e interactivos, Parche Poderoso**

Fuente: tomada de <http://www.festivaleldorado.com/ganadores/2012/design/parche-poderoso>

Éstas pretensiones son a lo que va encaminada esta investigación la cual busca que los hinchas se sientan atraídos y sobretodo identificados con esta aplicación móvil, que pueda facilitar su afecto hacia el equipo y proveer la interacción con los nuevos medios digitales mejorando su estancia en el Estadio Libertad.

Con la llegada de los Smartphone, no solo la vida social y tecnológica cambió, sino que el deporte también se vio involucrado. Por lo anterior, otro referente que aporta a esta investigación y las pretensiones de la misma es Nike, una de las mayores marcas de ropa deportiva, quien con su aplicación Nike Running Club le sacó provecho a una de las actividades deportivas más comunes: correr

La calidad gráfica que maneja llama mucho la atención se basa en una pulcritud, es muy acogedora en la composición de la interfaz. Cada gráfico, botón y texto está representado de forma minimalista, lo cual ayuda a generar una limpieza visual y a la vez seducir con pequeños detalles.



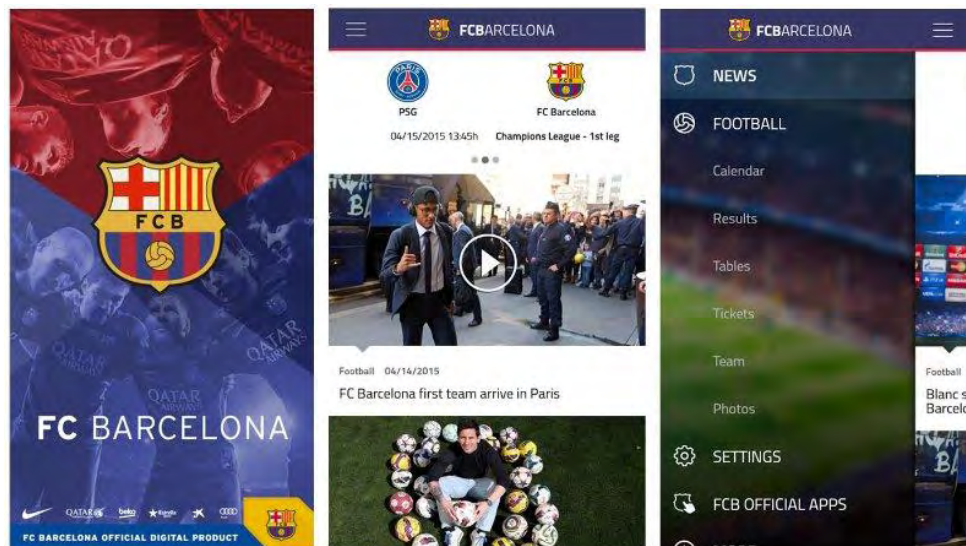
**Figura 2. Referentes gráficos e interactivos, Aplicación Nike**

Fuente: tomada de [http://www.nike.com/xf/en\\_gb/c/nike-plus/running-app-](http://www.nike.com/xf/en_gb/c/nike-plus/running-app-)

Este tipo de aplicaciones son muy interesantes ya que hacen relación a productos y servicios, en este caso Nike vende sus productos deportivos pero le brinda el valor agregado al ofrecer con ellos una aplicación que mejore la experiencia de sus usuarios con el uso de dichos productos, puesto que personaliza listas de reproducción de música para cuando se está corriendo, además, brinda asesoría con la opción de entrenador personal e igualmente ofrece una plataforma para compartir, competir y comparar con otras personas después de realizar una sesión de ejercicio. El ejemplo mencionado anteriormente es de gran importancia ya que Nike logra una fidelización con sus usuarios, es por ello que se lo ha tomado como referente puesto

que es uno de los impactos esperados en el desarrollo de la aplicación planteada en esta investigación.

Otro referente tomado que causa gran impacto en la gente no solo por su estética sino también por los servicios que ofrece, es la aplicación móvil de uno de los equipos más emblemáticos del mundo: el Futbol Club Barcelona, uno de los pioneros en el fútbol español en invertir y crear una página en las redes sociales, fruto de ello es contar con más de 100 millones de seguidores en todo el mundo. En su aplicación, los servicios que ofrece es poder conocer en tiempo real las últimas noticias y novedades entorno al equipo, ver vídeos y acceder a las alertas de información de todas las actividades que se realizan. También se puede interactuar en la aplicación a través de las redes sociales de los hinchas, los cuales pueden colgar sus fotografías, comentar y compartir mensajes con otros usuarios. Además, la aplicación incluye otros contenidos estáticos de información de la plantilla del primer equipo del Barcelona, su estadio y su historia.

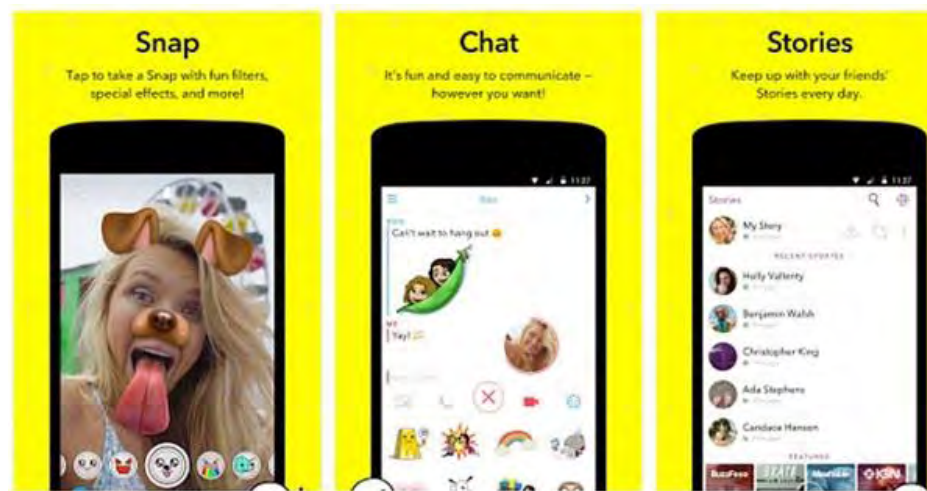


**Figura 3. Referentes gráficos e interactivos, aplicación Barcelona**

Fuente: tomada de <http://sponsoradvisor.com.ar>



Otro referente de gran imponencia en el mundo digital es “Snapchat”, esta aplicación a pesar de que es una red social se toma como referente puesto que es el mejor ejemplo de plataforma para compartir en vivo las actividades o acciones de sus usuarios, la aplicación permite tomar fotografías, grabar vídeos, añadir textos y dibujos y enviarlos a una lista de contactos limitada. Estos vídeos y fotografías se conocen como "Snaps" y los usuarios pueden controlar el tiempo durante el que estos serán visibles, tras lo cual desaparecen de la pantalla del destinatario y son borrados del servidor de Snapchat. Este tipo de interacción son de gran interés para esta investigación ya que no solo permite compartir en vivo los hechos que estén vivenciando los usuarios sino que también permiten personalizarlos en cuanto a su estética con los filtros que utiliza y con el tiempo que están expuestos.



**Figura 4. Referentes gráficos e interactivos, aplicación snapchat.**

Fuente: tomada de <https://www.gihosoft.com/wp-content/uploads/2017/02/screenshot-snapchat-android.jpg>

## **Metodología Proyectual**

### **Área de investigación**

El desarrollo de la investigación compete al diseño interactivo y experiencia de usuario, ya que se puede entender como el lugar donde se plantea el desarrollo de una nueva experiencia a través de una aplicación móvil ante el problema de investigación, con lo que se promovían las competencias de observación, análisis, evaluación, mediante el desarrollo de soluciones a la temática propuesta

### **Cualitativo Histórico - Hermenéutico**

El enfoque que se presenta en la investigación es cualitativa, ya que se trata de conocer hechos, comportamientos y culturas de los hinchas en su totalidad, los resultados cualitativos se originaron de analizar e interpretar conceptos, ya que desde el diseño interactivo es indispensable pensar en el diseño centrado en el usuario, en este caso se desea conocer y las interacciones que tienen los hinchas del Deportivo Pasto en el estadio libertad con el fin de propiciar una nueva experiencia a través de una aplicación móvil.

### **Método: etnográfico**

Se utiliza el método etnográfico ya que se realiza un acercamiento con los hinchas o seguidores que permita entender la forma como se relacionan e interactúan, sus expresiones culturales y los significados que confieren a las experiencias en el estadio Libertad. Surge de la antropología, dado que en esta investigación es de gran importancia los hinchas del Deportivo Pasto, se desea analizar por medio de la observación y los métodos de la experiencia de usuario sucesos de la sociedad estableciendo relaciones de causa y efecto, donde posteriormente se

puedan usar los dichos elementos para la realización de una aplicación interactiva que permita las nuevas experiencias que reflejen los hechos encontrados.

### **Herramientas utilizadas de diseño**

El área del diseño experimenta una transformación gracias a la evolución digital, consistente en pasar de la eficiencia y la optimización a una forma de innovar que trae consigo múltiples posibilidades. Al tratar de crear una nueva experiencia de usuario a través de una aplicación móvil que sea dirigida para los hinchas del Deportivo Pasto y en donde se refleje la cultura de los mismos, se puede pensar en varias metodologías que ayudan a comprender a ese usuario final y la interacción en el entorno del mismo donde aporten a la construcción del objetivo principal de esta investigación, el método planteado se origina desde el diseño pensado en el usuario y en especial, en la forma particular como los diseñadores resuelven los problemas, para ello es de gran relevancia identificar necesidades o problemas en los usuarios de un servicio o producto para encontrar soluciones a dichos problemas mediante una aproximación que ha ido evolucionando con el tiempo, cuya principal característica es aprovechar las posibilidades de las nuevas tecnologías, es por ello que se piensa en una metodología *hibrida* que comprenda múltiples técnicas de recolección como el design thinking, arquetipos, visualización de datos, Customer Journey, y algunas tradicionales como la observación aplicadas hacia la creación de una aplicación que permita una nueva experiencia de usuario a los hinchas del Deportivo Pasto. A dicha metodología se la ha nombrado “**HAZLO CON FUTBOL**”.

Para este caso se ha llamado a las etapas de la siguiente manera:

- Primera etapa *La previa*: Empatía e investigación
- Segunda etapa *Entretiempo*: Desarrollar y prototipar
- Tercera etapa *Marcador Final*: Pieza Final



**Figura 5. Metodología proyectual con visual thinking.**

Fuente: tomada de esta investigación

### Instrumentos

Cámaras de video y fotografía, micrófono, grabadora de voz, Computador, Redes sociales, Celular, Piezas didácticas.

## **Primera Etapa “La Previa”**

En esta primera etapa de acercamiento con los hinchas se realizaron diferentes técnicas de recolección de información que permite la empatía con los mismos, para ello se deseó conocer su entorno, lo que dicen, sienten, hacen y piensan, con el fin de descubrir cuáles son las necesidades en cuanto a las experiencias que viven en el entorno de ser Seguidores del deportivo Pasto.

### **Un Momento en la Vida de**

Este método de recolección de información es tomado de las técnicas que posee el design thinking, el fin es mezclarse entre los usuarios y “ponerse en los zapatos de ellos”, con el objetivo de vivenciar desde otro punto las posibles causas del problema de investigación. Para ello, el mejor escenario para tener el respectivo acercamiento con los hinchas fue el Estadio Libertad donde sus sentimientos hacia el Deportivo Pasto son aún más desbordados y hasta a veces desmedidos, hechos que han logrado ser cuestionados en la actualidad, puesto que muchas veces terminan en actos violentos con otras barras, o incluso con hinchas de la misma barra.

Para este ejercicio se toma las barras que viven de modo mucho más ferviente el futbol y son las ubicadas en la tribuna Sur, la posibilidad de ir al estadio a sentir de manera vibrante y más apasionada el amor hacia el Deportivo Pasto hace a cualquier persona generar diversos pensamientos encontrados que empiezan a sentirse desde antes de salir de casa, en el momento que se prevé con qué vestimenta asistir al estadio y sentirse más orgulloso de demostrar que es hincha del tricolor; el paso siguiente es el momento de llegar al Libertad en donde verdaderamente ya se empieza a palpar y a sentir que los minutos pasan despacio; el momento de ingresar al estadio es exasperante por que la fila de hombres es la más congestionada en gran

parte de las entradas, a diferencia de las mujeres que entran fácilmente, después de varios filtros de seguridad y requisas se puede acceder al recinto del fútbol. La emotividad, los cantos y gritos de las personas hacen que empiecen a relucir sentimientos de ansiedad, al igual que la gente de alrededor, a que den el pitazo inicial. Rodeados con un mar de camisetas rojas por donde se levante la mirada, crean pensamientos de que todas las personas que se encuentran en ese lugar piensan y sienten lo mismo, aunque no todo es felicidad ya que se observa que el fútbol ha trascendido y que a veces la rivalidad pasa de ser sana a perjudicial por todos los insultos y amenazas al mirar a un seguidor con la camiseta rival que en muchas ocasiones tiene que pasar de incognito para no ser objeto de dichos choques.

En la tribuna “Sur” en especial es difícil la convivencia, no solo con seguidores de otros equipos, sino incluso con los mismos integrantes de la barra, puesto que se ven en las diferentes acciones que no es totalmente un lugar seguro, por lo que es necesario la presencia escandalosa de la ley por parte de la policía que aparece cada 20 pasos custodiando que no exista inconvenientes. En el interior del estadio no se logra identificar por cual caracol se debe hacer el ingreso a la tribuna para poder presenciar el campo de juego, además de mirar el estadio pintado de rojo donde todas las personas están en una misma sintonía que es apoyar al Deportivo Pasto.

A primera vista se encuentran varios elementos gráficos interesantes que no pasan desapercibidos, las banderas a las que llaman “trapos” las cuales tienen numerosas tipografías que las pintan o las hacen con tela como se puede estimar caminando por la parte baja del estadio, es notable que este anterior es el objeto máspreciado de un grupo dentro de la barra o “parche” como ellos le llaman; “el frente” se denomina a la bandera más grande, es el identificador de la barra en general. Es increíble descubrir que por estos objetos se pueden matar como se pudo escuchar dentro de los relatos de las persona. Dentro de la gradería no se distingue

ni importa clase social, ni educación, ya que todos o en su gran mayoría van disfrutar del espectáculo

Se ingresa a la barra ubicada en el segundo piso en donde se siente un ambiente diferente en varios aspectos, en compañía de “Gabo”, un líder, que se encontraba en muletas y a quien se nota el respeto de las personas de la barra. Antes de ingresar a la tribuna realiza la recomendación de seguir junto a él por los implementos que se poseían (cámaras), demostrando que existe un grado de inseguridad dentro de la barra; se empieza a subir las escaleras de la gradería para ubicarse en la parte superior, muy cerca de la instrumental y en donde se puede presenciar una vista única acompañada del volcán galeras a un lado que la hace más interesante y agradable.

Los seguidores empiezan a cantar, es un entorno muy bonito, armonioso y eufórico porque todo es fiesta, carnaval, alegría y un sinfín de sentimientos que hacen contagiar a cualquier persona, es indescriptible esa pasión de alentar al equipo durante 90 minutos y a veces más; al empezar un nuevo cantico las graderías también vibran y se siente como retemblan bajo los pies, pero es agradable ya que cada frase, cada palabra, refleja todo lo que hacen para ir a apoyar a su equipo, para estar presente a veces no solo en la ciudad de Pasto sino en otras localidades y en ocasiones en otros países exponiendo su propia integridad. Durante el momento que se pudo compartir todo fue celebración, regocijo, en donde acompañados al ritmo de bombos, trompetas, pitos, redoblantes y otros instrumentos amenizan el estar presente en la barra, todos con una indumentaria peculiar.

Se observa personas de todas las edades en su gran mayoría jóvenes adolescentes y también sorprende la cantidad de mujeres en grandes sectores donde se las escuchaba cantar muy

fuerte, la barra en ningún momento deja de saltar y de cantar, se puede hablar de un código que ya está estipulado, ni con la llegada del gol del equipo contrario, hecho que llama la atención ya que no les importa y alientan con más fuerza; aparte de los canticos, se usan palabras como “Aguante” “Vamos” que son señales que ayudan a motivar a los demás para que sigan cantando o lo hagan con más impulso, en sus canticos demuestran todo el sentimiento que sienten hacia su equipo y los cuales son muy pegajosos además de demostrar cierto odio a las personas que son hinchas de otros equipos a los que llaman vendidos, amargos o arrodillados.

Pero no todo es fiesta y carnaval también tiene sus contras y sus puntos no muy agradables, el alto consumo de sustancias alucinógenas, problemas internos que provocan peleas y hurtos que hace contrastar un poco lo que se describe anteriormente.

Al finalizar el primer tiempo tenían preparado una “salida” que por cuestiones logísticas y de entidades en este caso de la Dimayor, ente que maneja estos partidos de clase A y es quien verifica y les entrega todos los implementos, se retrasó, sin embargo se decidió documentarla desde varios ángulos. Para esta salida tenían dispuestos 18 extintores con colores y tenían adecuado cintas en la tribuna con tres colores del equipo.

Para que todo salga como se desea debe haber mucha coordinación pero ante todo mucha creatividad, el momento escogido es cuando sale el equipo a la cancha en el segundo tiempo, todo sale muy bien y se mira magnífico, una cortina de humo amarillo, azul y rojo toda la tribuna cantando a rabiar y cuando pasa la cortina se observa las cintas, sombrillas y banderas, es un marco espectacular que a cualquiera le pone “la piel de gallina”.

Tiempo después a mediados del segundo tiempo tenían preparadas unas bombas de humo para las cuales no tenían permiso pero no les importaba puesto que querían demostrar que son



una hinchada fiel, que no es resultadista y que todo lo hace es por el cariño a la región; fue otro marco espectacular con pólvora a un lado, las bombas de humo en el centro de la tribuna y además mostraron una bandera gigante.

Definitivamente la experiencia en esta tribuna es muy diferente a las demás barras, pues se vive el fútbol de manera mucho más activa y apasionada. Además se logró entender algunos comportamientos y sentimientos de los hinchas que muchas veces son criticados por personas del común.



**Figura 6. Fotografía fase "un momento en la vida de".**

Fuente: tomada de esta investigación 2017

### **Conclusiones de “Un Momento en la vida de:”**

- El participar en la barra fue una práctica muy placentera y agradable ya que el experimentar las vivencias al lado de los hinchas ayudo a entender el fútbol desde otra perspectiva que no se conocía.
- Se logra conocer los diferentes comportamientos dentro de la barra, y las posibles nuevas experiencias para desarrollar en aspectos como sus canciones, sus salidas, sus trapos o banderas y varios factores que aportan en esta investigación.
- Gran parte de los integrantes de esta barra son jóvenes y ha crecido las seguidoras por parte del público femenino.
- Los cantos muestran frases de todo lo que los hinchas sienten y con un gran sentido de pertenencia hacia la región siendo un gran instrumento de investigación.
- Las salidas del equipo del camerino son de gran importancia para demostrar que los hinchas están apoyando a su equipo, y estas mismas son reguladas por la Dimayor por la seguridad, prohibiendo como bengalas
- Los hinchas de la barra sur se caracterizan por demostrar por medio de gritos, cantos y demás expresiones con su cuerpo que están alentando a su equipo, este tipo de público se caracteriza por compartir su amor, opiniones y fotos por el equipo en redes sociales.
- La problemática social acerca de la violencia, inseguridad, drogadicción entre otros se ve muy arraigada y a pesar de estar presente la policía en el estadio aun en la barra se ve con mucha frecuencia.

## **Incognito**

Esta metodología de “incognito” también está ligada a la fase de empatía con design thinking, el objetivo es tener una conversación muy relajada con los stakeholders sin que se enteren de que están siendo entrevistados, con el fin de conocer sus historias y experiencias desde la parte humana. Para este método se trató de evitar intimidar a las personas con algún elemento como cámaras, es por eso que todo fue grabado por voz.

Lo que se pudo encontrar en cada uno de los usuarios y las personas que aportan a esta investigación se resumió en ideas principales para tener en claro los hallazgos más relevantes.

### **Barristas.**

- El primer acercamiento que tienen los hinchas hacia el futbol es por medio de su familia.
- A raíz de la primera estrella aumenta la fanaticada del Deportivo Pasto.
- Las telas hacen “oficializarte” como barra o parche que apoya al deportivo Pasto.
- El ser hinchas que forman parte de la organización de la barra es un oficio de tiempo completo.
- Pueden tener pocos integrantes en la barra con relación a otras del país, pero existe una identidad fuerte, con los colores, las raíces, con la Guaneña, y el Carnaval con lo que se identifican.
- Envuelven todo un contexto social, diferentes estratos.
- Los medios de comunicación no cuentan las acciones buenas, solo se enfoca en la parte negativa de la barra
- Existen nuevos códigos que se están estableciendo desde las barras nacionales para mejorar la convivencia entre los mismos barristas.

- El sentimiento (adrenalina) que se vive en los estadios de otra ciudad es indescriptible.
- Hay diferentes formas de apoyar en el estadio, existe gente que le gusta ir a sentarse a ver jugar al Deportivo Pasto, o como los barristas que les gusta gritar y sentir de otra manera el futbol.
- Para cambiar el pensamiento de un Barrismo violento fue los sucesos que acontecían ante la misma violencia, todo forma parte de un proceso.
- No todo tiene que ser violencia, ¿aficionados al futbol o aficionados a la barra?
- No es lo mismo estar en otras tribunas que estar en medio de la barra. Por la "Euforia"
- Están realizando un proyecto con el ministerio del interior, para un barrismo social consiente.
- Los policías están muy predispuestos con la hinchada y muchas veces los catalogan como delincuentes, lastimosamente por este problema suelen retardar la entrada al estadio y por dichos hechos se pierden de jugadas importantes o goles en su defecto.

#### **Hinchas Mujeres de estratos Medios Bajos de 17 años.**

- Se unieron por sus amigos, y les empezó a gustar el sentimiento que sentían.
- Se escaparon de la casa para ver al Pasto.
- Decide ya no asistir con tanta frecuencia al estadio ya que le daban muchos problemas en casa.

Se decidió conocer en pequeña medida la opinión que tiene la madre de una hinchita que ha vivenciado los problemas sociales de las barras con el fin de buscar una posible solución por medio de la experiencia que se plantee en la aplicación.

### **Mamá de una Hinchita.**

- Le ha tocado sacar a la hija de la tribuna
- Miro a una amiga de su hija consumiendo drogas en el estadio, es por eso que evita a que su hija asista
- Desea que el Pasto no pase a finales para que su hija no asista al estadio.
- Es hinchita de millonarios ya que desde niña no había equipos profesionales en Pasto, y cuando jugó en la ciudad de Pasto asistió a la tribuna oriental, y no tuvo inconvenientes con ningún hinchita del equipo contrario.

Se logró de igual forma un contacto con un Ex jugador del Deportivo Pasto que desde sus vivencias en otros estadios y equipos puede aportar con las nuevas experiencias con la tecnología que se desarrolla en otros escenarios

### **Ex jugador del Deportivo Pasto.**

- Cree que en el Deportivo Pasto deberían aprovechar de mejor manera la interacción de hinchita a equipos.
- En diferentes equipos ya existen aplicaciones que brinden información y mejoren la estancia de los hinchitas en el estadio.
- Los hinchitas quieren tener a su equipo todo el tiempo.

### **Hincha fiel de estrato medio alto.**

- Apoya en todos los partidos que juega en la ciudad de Pasto, pero no viaja por su estudio y por los gamines que se puede encontrar.
- Lo que más le disgusta es la mala administración
- Lo que más le gusta es cuando un jugador se suda la camiseta.
- Antes asistía a la barra de popular pero por problemas dentro de la barra como robos y acciones violentas dejó de asistir a esa tribuna.

### **Insights de Incognito**

- Los hinchas del Deportivo Pasto tienen una identidad muy arraigada con la cultura de su región.
- Su primer acercamiento con este equipo es compartido por algún familiar o amigo cercano.
- El sentimiento que se vive al estar en la tribuna de las barras es muy eufórico.
- Es evidente la importancia de los cánticos, los trapos y las salidas en los hinchas.
- El fenómeno de las problemáticas de las barras bravas ha hecho que la gente deje de asistir al estadio.

## Observación

Dentro de la fase de empatía y de comprensión de las experiencias de los hinchas se planteó una etapa de observación con la cual se pueda identificar los posibles puntos que se perdieron de vista con las etapas anteriores. Esta fase se desarrolló en la localidad occidental para tener un contraste de las experiencias vivenciadas en la tribuna sur, los usuarios que normalmente se encuentran en esta localidad son de barras como “La Guaneña” de estratos medios – altos.

En primera instancia la compra de las boletas se realiza por medio de puntos autorizados, normalmente se las puede encontrar en Multisports, Hotel Bolívar plaza, y el Estadio Libertad, en este caso se realizó la compra en la tienda Multisports de Unicentro, la entrada de la localidad no cuenta con filas tan extensas como las que se encuentran en sur, y los niveles de seguridad son menos estrictos, desde ese punto se puede notar una gran diferencia con respecto a la otra tribuna. En el arranque del partido se puede considerar todo tipo de público, esta tribuna es un ambiente mucho más familiar, la gente antes de comenzar el partido, en los actos protocolarios como salida del equipo e himnos, aprovecha para tomar fotografías, hacer “selfies” o grabar por medio de sus celulares. En el público adulto se nota gran cantidad de hinchas que llevan audífonos conectados a radios A.M. en el cual siguen la narración del partido. Cuando emprende el juego la gente grita frases como “vamos Pasto” y aplauden con efusión, en las barras tradicionales tienen la costumbre de tocar San Juanito o la Guaneña por medio de una Papayera, este acto es de gran riqueza cultural ya que se ha convertido en una insignia en esta tribuna,

Dentro del desarrollo del partido se notó que este tipo de tribunas no tiene canticos de composición musical como lo tienen las barras de Sur, la manera de alentar al Deportivo Pasto es gritando “Pasto” repetidamente y en algunos casos hacer ruido con sus palmas, o con bombos.

Dentro del estadio también se pudo observar hinchas que eran del Attake Massivo, actualmente denominados “Vieja Guardia”, son personas que siguen siendo fielmente hinchas del Deportivo Pasto pero que ya no desean integrarse en las Barras populares debido a los conflictos sociales que se vivencian, es por ello que tomaron la determinación de asistir al estadio en otra localidad para no verse involucrados o comparados con los hinchas desadaptados.

En el entretiempo del partido se observa que una gran cantidad de gente se desplaza a las tiendas del estadio para comprar alimentos, así como también existe gente que simplemente espera a que inicie el segundo tiempo. De igual forma las personas aprovechan para chequear sus celulares, compartir fotografías o pasar tiempo mientras arranca el partido; Cuando sale el equipo también existe “Salidas”, donde es arrojado pedazos de papelillos con los cuales reciben a sus jugadores. En algunos casos la gente después de comprar la comida llegaba tarde al partido y se perdían de una jugada interesante por lo que preguntaban a sus acompañantes sobre lo que había acontecido en su ausencia. Posteriormente cuando finaliza el partido, muchos aplauden a los jugadores o incluso les llaman por su nombre para agradecer el buen juego del partido.



**Figura 7. Fotografía tomada de la fase de Observación, 2017**

Fuente: Esta investigación.



### **Conclusiones de Observación.**

- Es muy notorio el cambio de ambiente en la tribuna Occidental y en la Sur, desde las filas, hasta el comportamiento de los hinchas en las barras.
- Las personas de esta tribuna comparten mucho contenido del partido, videos y fotografías tanto de ellos (Selfies) como del juego que están viviendo.
- En esta tribuna asisten muchas personas de edad adulta, y en la mayoría de casos portan un radio para escuchar el partido.
- Los hinchas de esta tribuna no tienen una barra que posea composición de letras, muchas veces se grita “Pasto” repetidamente, o también cuentan con una Papayera de la barra “La Guaneña” que toca música tradicional de Nariño.
- Para los asistentes de Occidental al igual que en la tribuna Sur es muy importante la salida del equipo del camerino.

### **Visualización de datos principales barras del Deportivo Pasto**

Para esta investigación es de fundamental importancia conocer las relaciones entre barras para distinguir las diferencias y similitudes de los usuarios directos e indirectos., para ello se utilizó el software de Gephi que ayuda a la visualización de dichas relaciones.

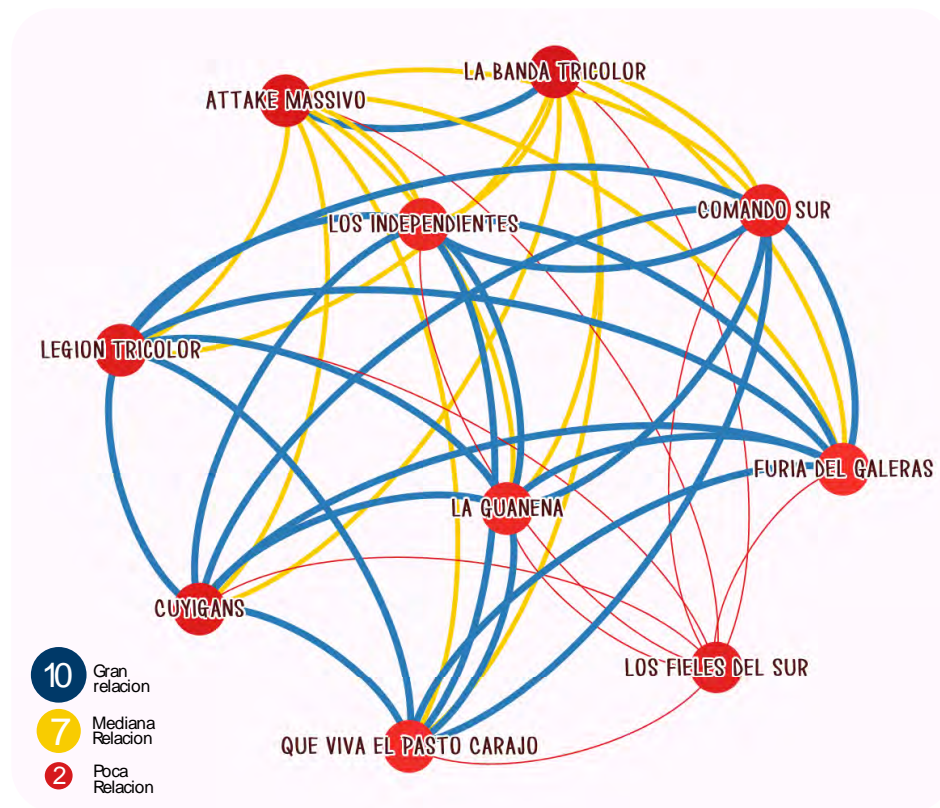
**Nodos:** Para realizar la visualización de datos se tomó en cuenta las barras del Deportivo Pasto, después de realizar el trabajo de campo respectivo se encontraron 10 Grupos destacados que se toman como Nodos como se aprecian a continuación:

1. La Banda Tricolor
2. Attake Massivo

3. Cuyigans
4. Legión Tricolor
5. Los Fieles del Sur
6. Comando Sur
7. Los Independientes
8. La Guaneña
9. Que Viva el Pasto Carajo
10. Furia del Galeras

***Aristas:*** Para cada Mapa se tuvieron en cuenta todas las relaciones que tienen entre si las barras, para ello se encontraron 45 aristas de cada uno (360 en total).

## Relación Banderas.



**Figura 8. Relación Banderas- Visualización de datos, 2017.**

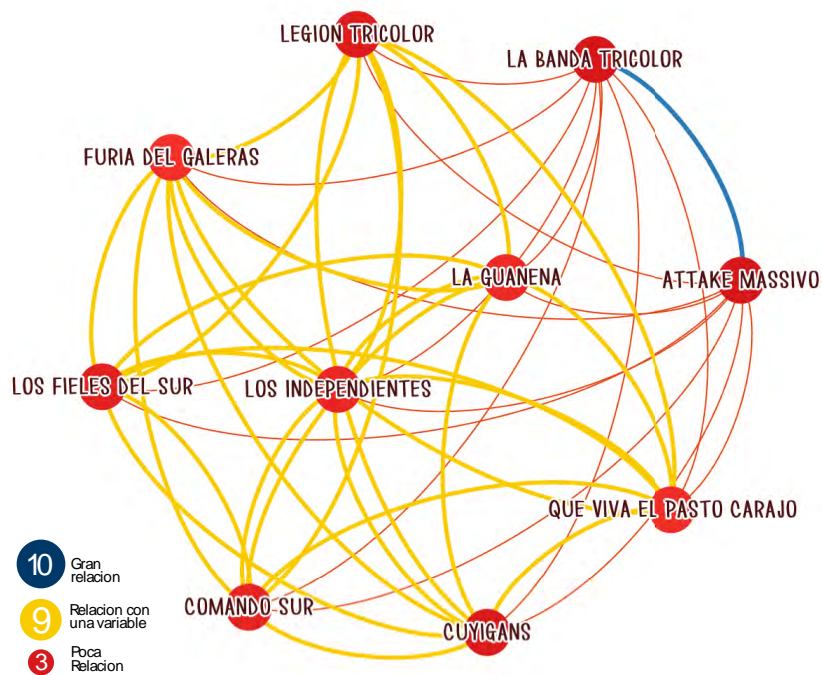
Fuente: Tomada de esta investigación

En la visualización de los datos de las principales barras seleccionadas con respecto poseer o no banderas se puede destacar diferentes puntos. El más visible es la diferencia que marca la Barra “Los Fieles del Sur” puesto que es la única que no tiene Banderas. Posteriormente se puede apreciar 2 tipos de relaciones entre las barras que se marca con el grosor de línea y el color: Azul mayor grado de cercanía, Amarillo mediano grado de cercanía y rojo mínimo grado de cercanía.

La Banda tricolor y Attake Masivo tienen un alto grado de igualdad como se observa la gráfica con el color Azul, puesto que en este ámbito sus banderas o “Trapos” como ellos le llaman son numerosos y llevan los nombres de los “Parches” que conforman estas barras, además el tipo de enlace es fuerte por el grado de significado que tiene este elemento en su cultura. En segunda instancia se puede observar la línea amarilla que es un enlace menos cercano debido a que en las barras populares de sur como Attake Masivo y la Banda Tricolor tienen una pequeña diferenciación en el número de sus banderas ya que las barras restantes poseen una o dos banderas expuestas en el estadio.

Con respecto a las demás barras en el mapa se puede observar en enlace que es fuerte marcado con el color azul debido a que entre si tienen la similitud de poseer una o dos banderas exhibidas en el estadio.

## Relación Canticos.

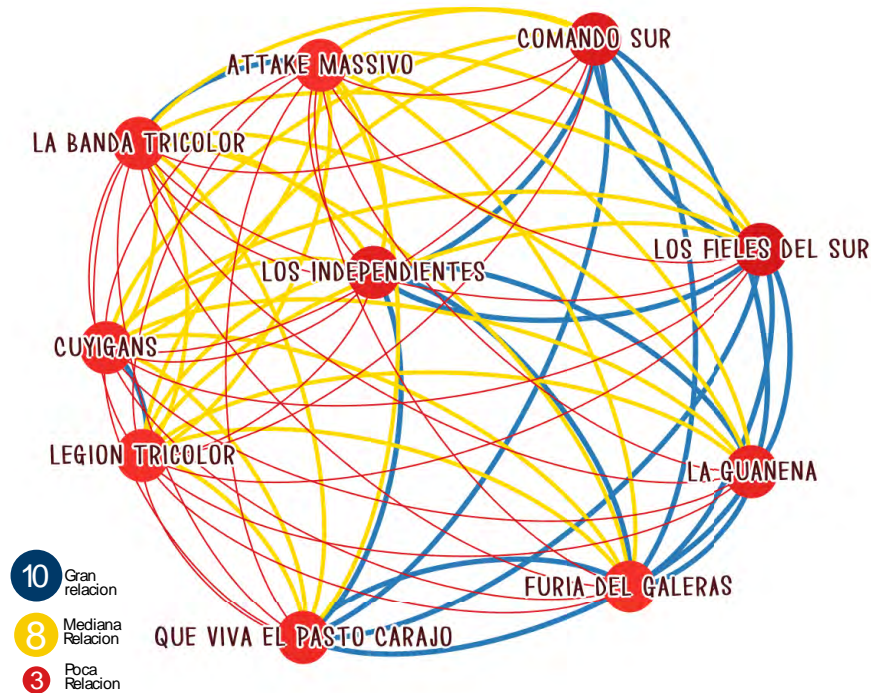


**Figura 9. Relación Canticos- Visualización de datos, 2017.**

Fuente: Tomada de esta investigación

En esta grafica los enlaces son muy claros puesto que las únicas barras que tienen canticos son Attake Massivo y La Banda Tricolor es por eso que el enlace azul entre ellos se resalta y los enlaces con las demás barras son muy mínimos de color rojo puesto que las demás barras no poseen canciones definidas sin embargo alientan al Deportivo Pasto en el estadio con frases como “Vamos Pasto” o con papayeras. De igual manera el enlace entre las barras de las otras tribunas es fuerte por el mismo motivo expuesto con anterioridad.

## Relación Edades.

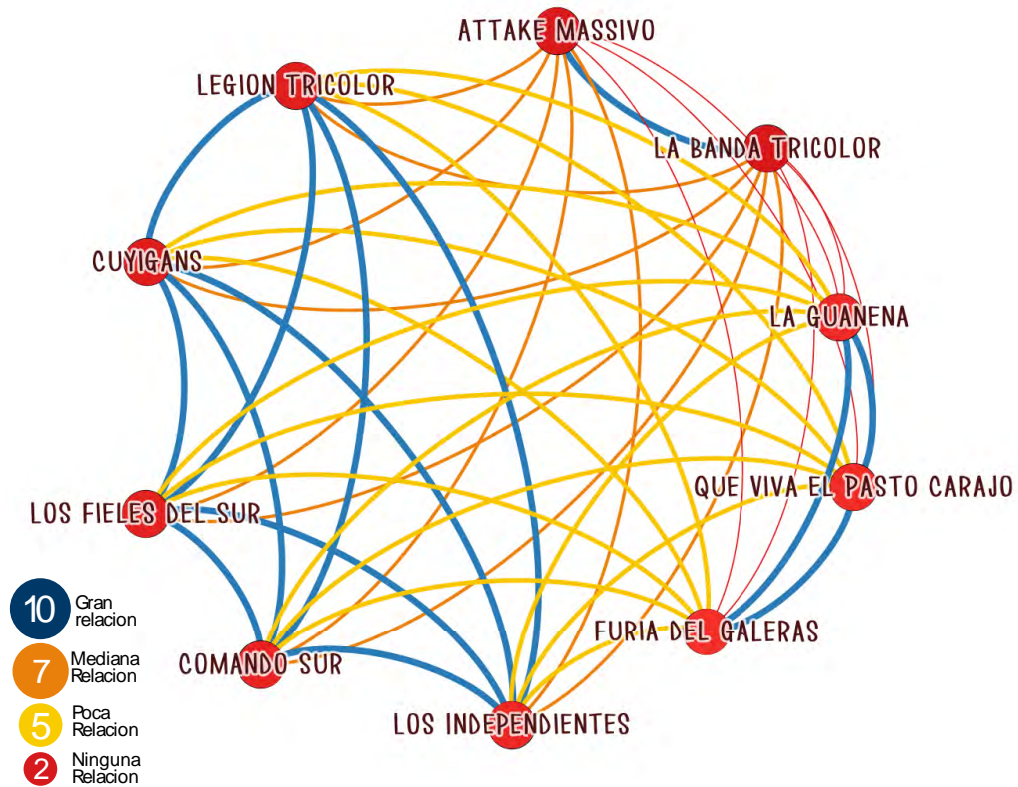


**Figura 9. Relación Edades- Visualización de datos, 2017.**

Fuente: Tomada de esta investigación

En la figura se pueden ver múltiples enlaces y es debido a que el rango de edades dentro de las Barras es muy diverso, existen algunas que tienen mayor relación como las barras Comando Sur, Fieles del Sur, La Guaneña, La Furia del Galeras y Que Viva el Pasto Carajo que son las barras que tienen igual rango de edad. Las barras que se diferencian mayormente con respecto a las demás son Attake Massivo y la Banda tricolor ya que la mayoría de integrantes de estas barras son Jóvenes.

## Relación Estratos.



**Figura 11. Relación Estratos- Visualización de datos, 2017.**

Fuente: Tomada de esta investigación

En la figura se puede observar una gran diversidad de enlaces puesto que en las barras bravas se pueden encontrar todos los estratos sociales, los enlaces más fuertes son de aquellas barras que tienen igual estrato social, pero existen unos términos intermedios ya que algunas barras constan de dos estratos sociales como lo es la Banda Tricolor que es estrato Medio Bajo, y Cuyigans de estrato medio, en ese caso la relación entre estas dos barras se marca con una línea

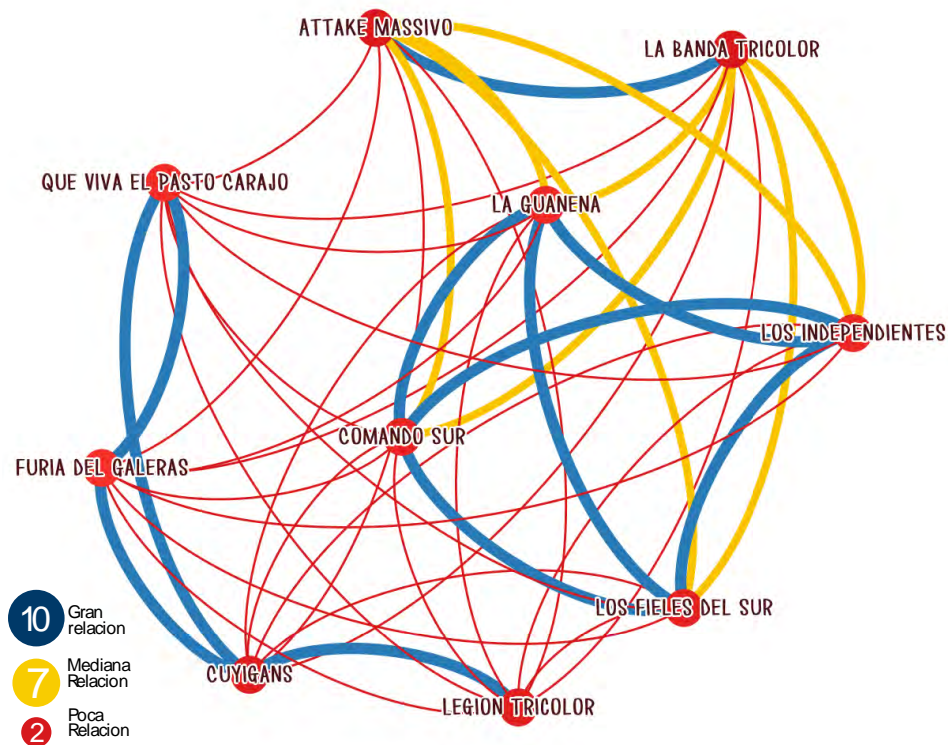
color naranja de un término intermedio que muestra dicha diferencia; este mismo caso se puede verificar en las demás barras.

Las Barras que más diversidad tienen con respecto a las demás son Attake Massivo y La Banda tricolor ya que son las barras de estrato Medio Bajo a diferencia de las demás barras que son en su mayoría de estrato medio, o medio-Alto.

En el caso de las barras “Los Independientes”, “Comando sur” “Los fieles del Sur” “Cuyigans” y “Legión tricolor” tienen un alto grado de relación debido a que todos son de estrato medio alto.



## Relación Instrumentos.



**Figura 12. Relación Instrumentos - Visualización de datos, 2017.**

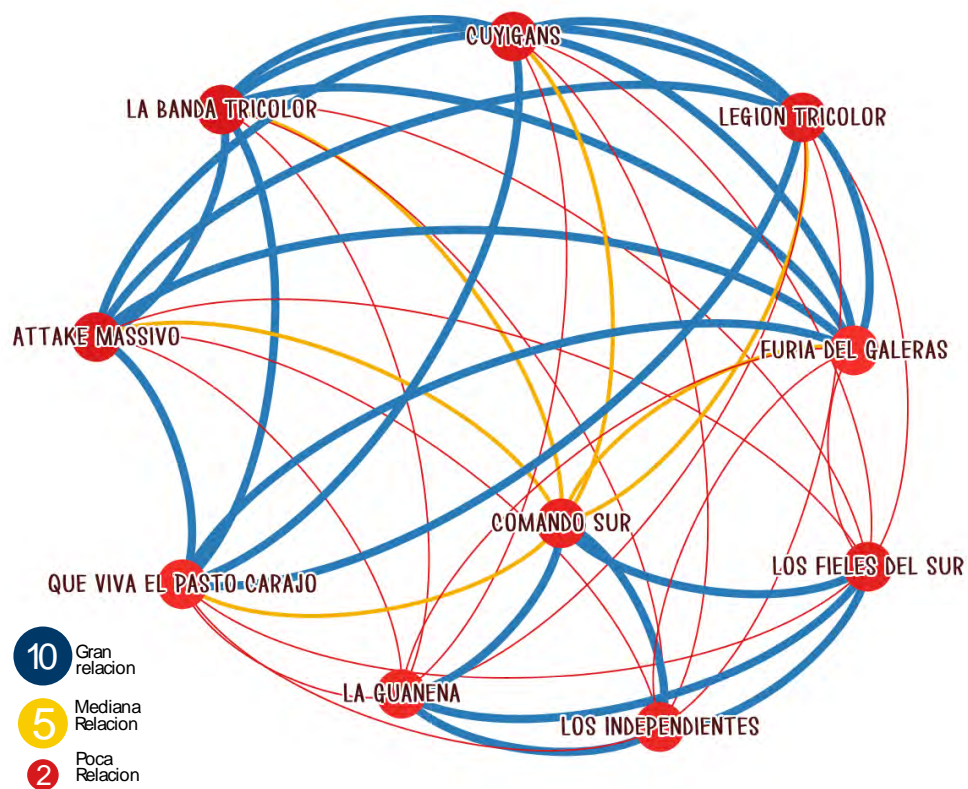
Fuente: Tomada de esta investigación

En la figura de visualización de instrumentos podemos ver 3 grados de relación, el color azul marca a las barras que poseen variedad de instrumentos como es el caso de La Banda Tricolor y Attake Massivo, el segundo nivel de relación se marca con color Amarillo y lo tienen las Barras como Los Fieles del Sur, Comando Sur, Los Independientes, y La Guaneña que tienen un grado de relación menor a las dos primeras barras mencionadas debido a que poseen menos instrumentos y su uso es diferente puesto que no poseen canticos. Y existen Barras como

Guaneña, los independientes, fueres del sur, comando sur, que tienen una fuerte relación entre ellas identificada con el color azul debido a que no poseen Instrumentos.

Los métodos aplicados fueron de gran importancia para conocer las diferentes historias de los hinchas en general, estipular los usuarios, lo que dicen, sienten, hacen y sus entornos alrededor de las experiencias que existen en el estadio. Para ello en la primera etapa se puede estipular los “Arquetipos” a quienes va dirigida la aplicación.

### Relación Redes Sociales.

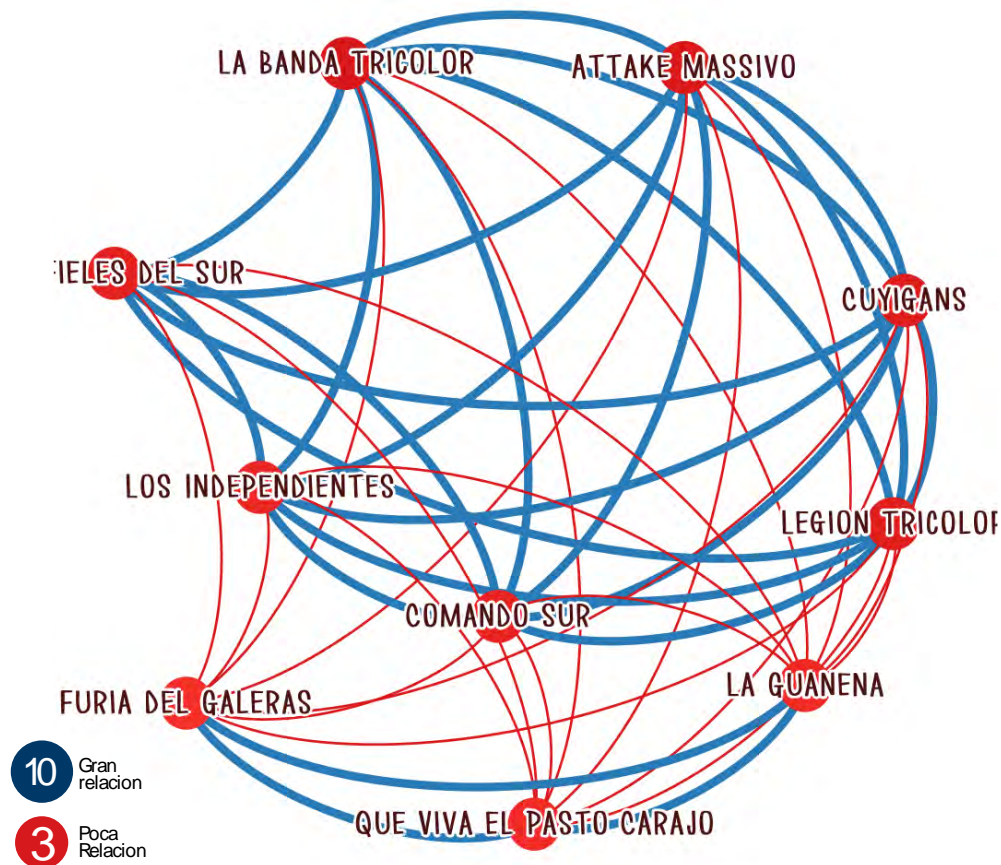


**Figura 11. Relación Redes Sociales- Visualización de datos, 2017.**

Fuente: Tomada de esta investigación

En la visualización de las relaciones de redes sociales se pueden encontrar puntos de grandes contrastes es decir, que poseen gran relación y diferencias unas barras con otras, puesto que existen algunos grupos que No tienen redes sociales, el punto intermedio identificado con el color “Amarillo” que se encuentra en esta grafica es la barra “Comando Sur” debido a que no posee como tal redes sociales pero tiene un grupo en Facebook donde la gente puede opinar, es por esta razón que el grado de parentesco es diferente a las demás.

### Relación Socios.

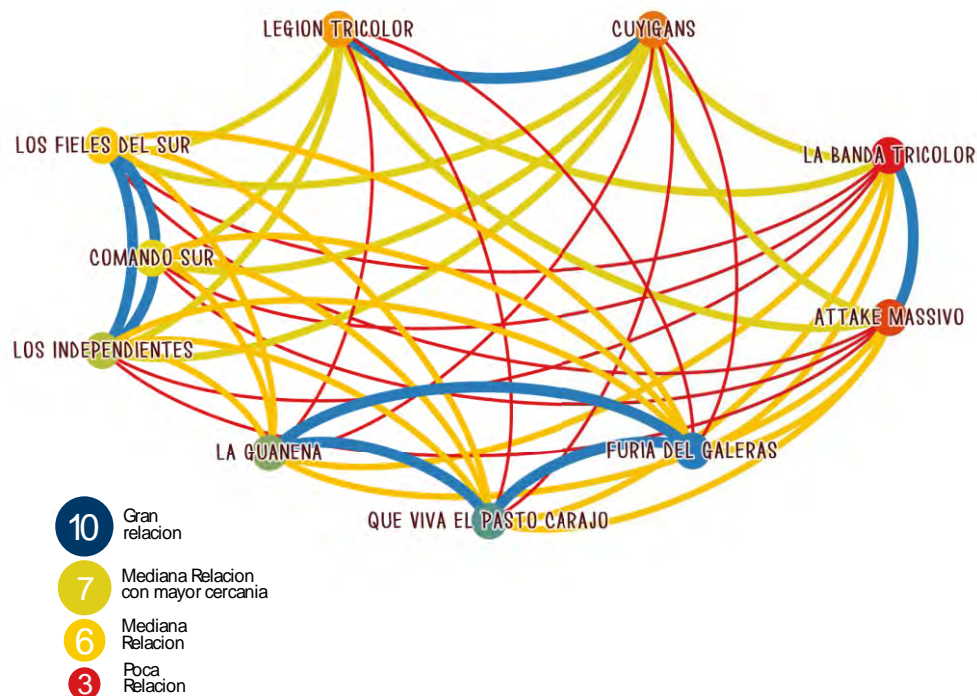


**Figura 14. Relación Socios - Visualización de datos, 2017.**

Fuente: Tomada de esta investigación

Esta grafica es una de las más contrastantes visiblemente en los dos colores que se pueden observar (Azul y Rojo) y ello es debido a que solo tres de las barras más representativas son socias oficiales del Deportivo Pasto.

### Relación Ubicación en el Estadio.



**Figura 15. Relación Ubicación en el Estadio - Visualización de datos, 2017.**

Fuente: Tomada de esta investigación

Para la visualización de la ubicación de las barras se basó en las tribunas del estadio libertad, por ejemplo: Para el caso de la Barra La Banda tricolor, la hinchada de mayor relación es la que se puede visualizar en color azul y es la que se ubica en su misma gradería (sur), en este caso es Atake Masivo, Las barras de mediana relación con respecto a La Banda Tricolor son las que se ubican al lado de su tribuna, en este caso Occidental y Oriental, dándole mayor relevancia

a Oriental por la cercanía de su gente con respecto a esta tribuna, y finalmente las de menos relación son las que se ubican al frente de la tribuna de la Banda Tricolor (Norte) que se ven representadas en la gráfica con el color rojo. Este mismo caso fue aplicado para todas las demás barras.

## Arquetipos

Se toman 4 tipos de arquetipos a los cuales está enfocada la aplicación.

### Arquetipo N.1 .



**Figura 16. Arquetipo No. 1.**

Fuente: Tomada de esta investigación 2017

Jessica empezó a asistir al estadio desde los 14 años gracias a las preferencias que tenían sus amigos, dichos sentimientos le empezaron a gustar debido a las experiencias de euforia vividas en la tribuna sur del estadio.

En dicha tribuna existen muchas problemáticas sociales, y su madre presencio cuando una amiga de Jesica consumía drogas a las afueras de un partido, es por ello que en su hogar le prohibieron la asistencia y muchas veces optó por escaparse de su casa para acompañar a su equipo. Ante dichas situaciones Decide ya no asistir con tanta frecuencia al estadio ya que le propiciaba muchos problemas en casa.

A Jesica le disgusta las personas que son Hinchas de otros equipos y son nacidos en la ciudad de Pasto. Le apasiona estar con sus amigos, salir de fiesta y asistir al estadio.

## Arquetipo N. 2.



Figura 17. Arquetipo No. 2.

Fuente: Tomada de esta investigación 2017

Nicolás suele asistir al estadio con amigos, pero la mayoría de veces lo hace solo, siempre va identificado con sus elementos para apoyar al Deportivo Pasto, no existe partido que no asista. Se Caracteriza por ser una persona muy activa en el estadio, Grita, le da euforia, y Hasta Insulta si es el caso. Antes asistía a la barra de popular pero por problemas dentro de la barra como robos y acciones violentas deajo de asistir a esa tribuna.

Nicolás es un Estudiante que asiste fielmente al estadio, la primera vez que lo hizo fue gracias a su Familia, y debido a ello ha ganado grandes reconocimientos por parte de los jugadores, a tal punto que los objetos como camisetas, sudaderas, chaquetas y demás elementos de identificación del equipo han sido regalados por los jugadores y cuerpo técnico.

Apoya en todos los partidos que juega en la ciudad de Pasto, pero no viaja por su estudio y por los gamines que se puede encontrar en las demás ciudades. Comparte su opinión y amor por el equipo en redes sociales.

A Nicolás le parece que lo más importante en su equipo es que los jugadores “Suden” la camiseta, sientan y retribuyan ese cariño que tiene la gente ante el Deportivo Pasto.

Piensa que lo peor que le puede pasar al Deportivo Pasto es una Mala Administración ya que afecta tanto económica como futbolísticamente.



## Arquetipo N. 3.

**Edad:**  
55 Años

**Estrato:**  
Medio Alto

**Ciudad:**  
Pasto  
Colombia

**Características:**  
Hincha del Deportivo Pasto

**Ocupación**  
Mensajero de planta de la  
Gobernación de Nariño

**Pedro Torres**

“ Soy hincha del Deportivo Pasto Desde que estaba en la C”

Figura 18. Arquetipo No. 3.

Fuente: Tomada de esta investigación 2017

Pedro asiste al estadio desde que tiene uso de razón, es uno de los primeros hinchas que llevaron papayeras al estadio, es infaltable su asistencia, suele ir acompañado de algún familiar. Dentro de los utensilios que lleva al estadio siempre lleva consigo un radio con el cual pueda escuchar las jugadas y los sucesos que muchas veces se escapan al estar en vivo. Por su trabajo tiene la posibilidad de asistir a la tribuna occidental.

Pedro es de los hinchas que conoce muy bien la historia del Deportivo Pasto, puede conocer fechas muy puntuales con relación a hechos que sean de gran trascendencia del equipo.

#### Arquetipo N. 4.



**Figura 19. Arquetipo No. 4.**

Fuente: Tomada de esta investigación 2017

Estefanía es una integrante y Organizadora de la barra “La Banda Tricolor”, Apoya a su equipo desde que tiene uso de razón, cuenta que a raíz de la Primera estrella en 2006 aumenta la fanaticada del Deportivo Pasto.

Ella afirma que la organización de la barra es un oficio de tiempo completo, se ha buscado proyectos sociales, “Barrismo Social Consiente” donde se busca conmovir a los hinchas sobre la

violencia en el futbol, su mensaje es que este tipo de actos deben existir porque a fin de cuentas se debe centrar en el apoyo al equipo de su ciudad.

Le disgusta que los medios de comunicaciones no cuentan las acciones buenas que parten de las barras sino que se enfocan en la parte negativa.

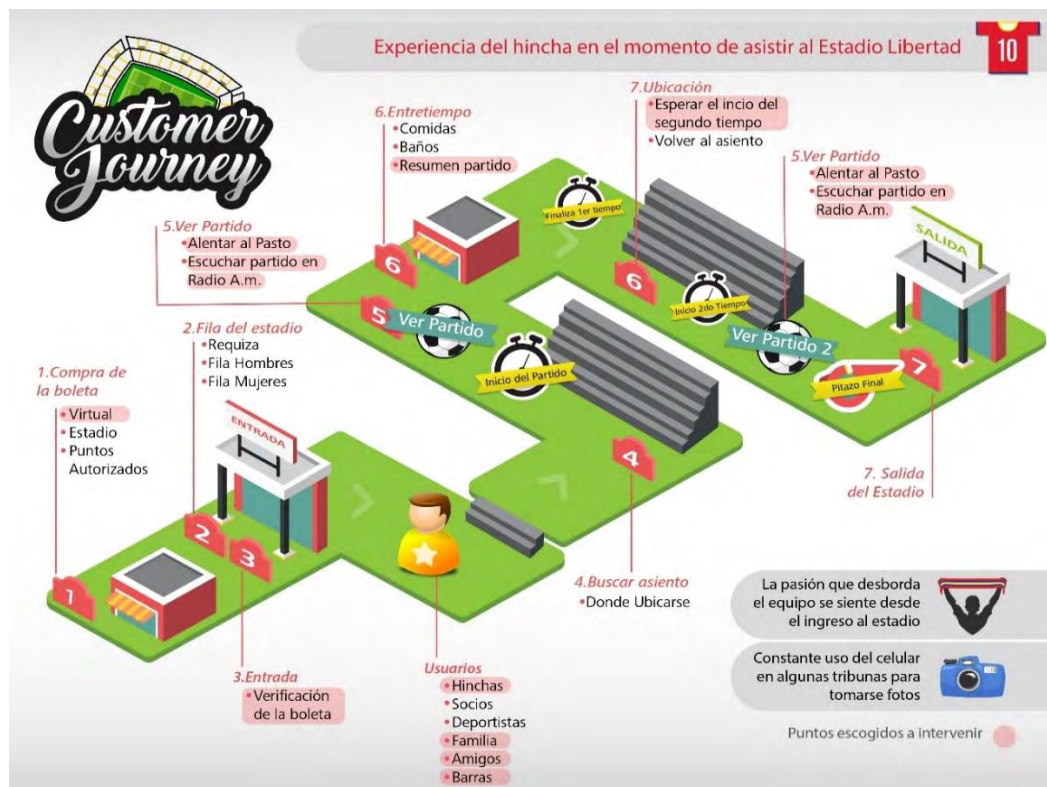
Al conformar parte de la organización de la barra ha podido vivir experiencias en otras ciudades llevando sus banderas e insignias, lo cual también es un peligro debido a la violencia que existe actualmente en el futbol.

## Segunda etapa “Entretiempo”

Esta etapa está destinada a la construcción de los contenidos, interfaces, y puntos a intervenir en la aplicación móvil que brinde una nueva experiencia de usuario a los hinchas del Deportivo Pasto, para ello es de fundamental importancia plantear el ejercicio de Customer Journey, Cardsorting y hallazgos de la primera etapa, “La previa”.

### Customer Journey

El ejercicio de Customer Journey fue de gran importancia para poder identificar las diferentes etapas en las que se enfrenta un hincha al asistir a un partido en el estadio para de esta manera conocer los puntos a intervenir en la creación de una nueva experiencia en este recinto.



**Figura 20. Customer Journey.**

Fuente: Tomada de esta investigación 2017

Gracias a la etapa de empatía, se logra identificar la experiencia que tienen las personas desde que compran la boleta para entrar al estadio, hasta cuando salen de este recinto; el ejercicio de Customer Journey ayuda en esta investigación a evaluar qué puntos críticos se puede intervenir y encontrar una solución viable e innovadora como se puede visualizar en la Figura 20 los cuales son:

1. Compra de Boletas (Virtual)
2. Verificación de la Boleta
3. Usuarios: Hinchas, Familia, amigos, Barra
4. Ver partido 1: Alentar al Pasto, Escuchar partido en radio A.M.
5. Resumen del Partido
6. Esperar el Inicio del segundo tiempo.
7. Ver partido 2: Alentar al Pasto, Escuchar partido en radio A.M.

En la exploración del Customer Journey existieron dos comportamientos de los usuarios que se repiten en varias de las experiencias en el estadio, el primero fue el apoyar al Deportivo Pasto gritando, cantando, aplaudiendo o incluso haciendo música desde que se ingresa al Libertad hasta cuando finaliza el partido; el segundo comportamiento de gran aporte a la investigación es que actualmente existen muchas personas que hacen uso de su celular en medio del partido, ya sea para tomarse una selfie, o para capturar y grabar videos sobre jugadas importantes del partido. Muchos de ellos son con el fin de compartirlo en redes sociales donde demuestran el amor que tienen a su equipo.

## Card Sorting.

Una vez definidos los puntos a intervenir que se encontraron en el Customer Journey, es de vital importancia estructurar la maquetación de la aplicación móvil con todos sus contenidos, para ello la herramienta de Cardsorting ayuda a tomar decisiones sobre la estructura óptima de la información y la experiencia del usuario con la aplicación.

Dentro de la arquitectura de la información se puede encontrar el esquema ambiguo puesto que la aplicación a desarrollar brinda una nueva experiencia a los usuarios. Lo anterior implica el interactuar dentro de las múltiples posibilidades que pueden localizar en la aplicación; el posible hincha disfruta de una o varias experiencias nuevas con relación a su equipo, lo anterior se basa en la subjetividad y en las diferentes situaciones en las que se encuentre el hincha ya sea en su hogar o principalmente en el estadio Libertad. Para detectar las categorías de navegación y requerimientos, es necesario desarrollar un ejercicio de Cardsorting Abierto que permita conocer la experiencia del Usuario.

### Categorías de Navegación.

**Tabla 1. Categorías de Navegación Cardsorting.**

Inicio	Tu entrada	Mi Súper Depor	Disfruta del Partido	Entretiempo	Ajustes
-Regístrate con Facebook	-Comprar entradas	-Historia de la fecha	-Narración en vivo	-Entretenimiento	-Mi perfil
-Crea tu cuenta	-Gana tu boleto	-Alineación de la fecha	-Repeticiones	-Juegos	-Notificaciones
-Continuar como visitante		-Tabla de posiciones	-Cambios	-noticias	-Cerrar sesión
		-Calendario	-Resumen del partido		-Valora la app
		-Multimedia	-Comparte en vivo		
		-Hinchadas tricolor	-Cantico del día		
			-Que tan Tribuneros eres		

**Nota:** Sólo se aplicaron las secciones tu entrada, mi súper Depor, Disfruta del partido y entretiempo puesto que el objetivo iba encaminado hacia estas 4 secciones.

**Aplicación de Cardsorting.** Para la aplicación del cardsorting se busca definir la interacción de las categorías de navegación planteadas para la aplicación móvil de los diferentes Arquetipos planteados, es por ello que se realizan de manera igualitaria, 2 por cada arquetipo, para que la aplicación móvil pueda ser entendida y acogida por todos aquellos que, sin importar su estrato, edad, ocupación entre otros, apoyen al Deportivo Pasto.



**Figura 21. Fotografía de Ejercicio cardsorting.**

Fuente: Tomada de esta investigación 2017



**Figura 22. Fotografía de ejercicio cardsorting.**

Fuente: Tomada de esta investigación 2017

### **Análisis de resultados de cardsorting.**

Este ejercicio con los usuarios fue de gran importancia para el desarrollo de la aplicación ya que se pudo tener claro las diferentes categorías y los contenidos que se planteaban, para ello se realiza el análisis pertinente tanto de los resultados como de la observación de las expresiones a los Arquetipos en el momento de realizar el ejercicio.

### **Sección tu entrada.**

Se logra tener afinidad en lo planteado en la investigación puesto que los arquetipos agruparon en su mayoría la sección “Comprar entradas”, muchos expresaron gran entusiasmo de tener accesibilidad para poder acompañar a su equipo en el estadio.



Se pudo observar que la categoría de navegación “Gana tu boleta” la agrupan en la mayoría de los arquetipos aplicados, lo que significa que se acertó en la ubicación de la misma. Un aporte importante que arrojo esta categoría es vincularla con “juegos” ya que los usuarios podrían ganar boletas participando de una actividad didáctica que se plantee en la aplicación.

Dentro de la sección de “Tu entrada” los arquetipos también agruparon categorías como, “análisis de la fecha” “historia” “hinchadas tricolor” “Que tan Tribunero eres” “multimedia”, pero según lo observado en la actividad, los nombres generaban confusión en los usuarios lo cual hizo que ubicaran esta categoría en el mencionado grupo.

### **Sección mi “Súper Depor”.**

En esta sección los arquetipos agruparon las categorías “historia y alineación de la fecha” de igual forma como se había planteado en el ejercicio; esta información fue de fácil entendimiento y ubicación, se puede concluir, según lo observado, que las personas desean información a la mano para poder conocer y estar enterados de datos actuales de su equipo, un gran aporte brindado por las personas a las que se les aplicó el cardsorting demuestra que los hinchas desean visualizar la información del Deportivo Pasto actual muy sintética, de factible entendimiento y que sea en una sección sencilla de encontrar.

Las categorías que son “en vivo” fueron fácilmente agrupadas como “Comparte en vivo”, “Cantico del día” “Narración en vivo”, estas fueron muchas veces situadas en el grupo de “disfruta tu partido” o en “Entretiempo” y por lo observado en las expresiones de las personas al ubicar las categorías se detectó confusión en estos dos grupos por el significado que tiene en el contexto de los hinchas, es por ello que como solución a la experiencia que brinda la aplicación

en los actos que se desarrollen en vivo, se propone ponerle el nombre a dicho conjunto de “Partido en vivo”.

Dentro de las concusiones más importantes que arrojó el cardsorting es que el lenguaje de los hinchas tiene conceptos muy similares que generan dudas, es por ello que como solución se busca replantear algunos nombres y que cada categoría esté acompañada de **iconos** los cuales ayuden a brindar información visual acerca de las mismas

Los arquetipos expresaron que existían categorías que son muy similares entre sí, un caso específico fue “Entretenimiento” y “juegos”.

La categoría de Navegación “Que tan tribunero eres” es la que más confusión genera puesto que se observó que los arquetipos la ubicaron en las diferentes interfaces propuestas, es por ello que se optó por cambiarle el nombre a “*Hinchas de verdad*”.

Las categorías “Resumen del partido” y “repeticiones” de igual forma se observó que eran muy equivalentes, para este inconveniente se resuelve integrarlas generando la doble función de jugadas en vivo y resumen del partido en general.

La opción de Compartir en vivo tubo gran acogida por los hinchas, además fue de buen entendimiento y la mayoría la agrupaban dentro de las categorías que son ligadas al “Deportivo Pasto” o “Disfruta del Partido”, para esta sección se plantea crear filtros en la cámara acerca del Deportivo Pasto con los cuales las personas puedan compartir sus fotos en redes sociales y en la aplicación dándole un valor agregado para aquellos hinchas que no poseen utensilios del equipo. Referente: Snapchat.

En cuanto la sección “entretiempo” muchos de los hinchas agruparon las categorías que estaban relacionadas con la información del Deportivo Pasto en los torneos y en la actualidad, es por ello que se evidencia la confusión que el término “*entretiempo*” genera puesto que esta sección estaba destinada hacia el entretenimiento del usuario mientras hace fila en el estadio o en los entretiempos del partido, es por ello que se replantea totalmente esta selección.

Dentro de la observación en los cardsotings aplicados, los arquetipos expresaron su interés en resaltar las actividades de la barra, es por ello que la categoría “hinchadas tricolor” se dispone como sección donde se pueda encontrar diferente información sobre este tema.

La categoría “cambios” generaba confusión por la terminología, es por ello que se opta por a cambiar su nombre a “sustituciones”.

## **Planteamiento de Aplicación**

**Desarrollo de contenidos para la Aplicación.** Después de aplicar los métodos de diseño centrados en el usuario, se puede definir las fases finales y los contenidos de la información de manera detallada, para ello se explicará las principales interacciones que brindan una mejor experiencia de usuario a los hinchas del Deportivo Pasto.

### **Puntos a intervenir.**

**Sección inicial:** Es la primera visualización de los usuarios con la aplicación, para ello se incorpora la información más relevante de la actualidad del equipo, como el próximo partido a disputar, Noticias y Videos de la fecha, además cuenta con una serie de accesos rápidos para poder disfrutarlos y encontrarlos de manera fácil en los partidos, en los cuales se encuentran: Modo bengala, hinchas de verdad, comparte en vivo, cantico del día, chat en vivo, y Amigos.

**Hinchas de verdad:** Esta sección está planteada para los hinchas de la Tribuna Sur; en la fase de “La Previa” se pudo encontrar un tipo de usuario que se concentra principalmente en lo que está vivenciando en el estadio, se caracterizan por vivir con fusión y cantar los 90 minutos que dura el partido, es por ello que se brinda la posibilidad de medir la pasión que tienen con su equipo; la aplicación al tener activo el GPS e ingresar al estadio, medirá las vibraciones sonoras y los movimientos que haga el usuario, haciendo un record y mostrando con graficas que tanto alienta a su equipo, y de alguna manera comprobar quienes son hinchas de verdad.

**Cantico del día:** En la investigación se pudo encontrar que los hinchas de las barras de la Tribuna Sur cuentan con canciones inspiradas en el sentimiento hacia el Deportivo Pasto, pero en las otras localidades no poseen canciones, es por ello que se desea integrar a toda la hinchada con el fin de que compartan un mismo sentimiento y puedan cantar al unisonoro; se plantea en la aplicación que para cada partido se comparta 3 canticos de las barras para invitar a los hinchas de las localidades Oriental, Norte y Occidental a apoyar al Deportivo Pasto de una manera diferente.

**Chat en vivo:** Poder compartir con todos los amigos inscritos en la aplicación las opiniones del partido.

**Amigos:** esta sección ayuda a crear una red de amigos dentro de la aplicación y compartir los contenidos que surgen a lo largo del partido.

**Menú de Aplicación:** En el menú se establecen 4 categorías principales “tu entrada”, “mi súper depor”, “partido en vivo” e “hinchada tricolor” y 2 secundarias “perfil” y “ajustes” que sirven para la personalización y ajustes de la aplicación en general.

En la sección de perfil las personas podrán encontrar un avatar que permita personalizar según su aspecto y gusto, además tienen la posibilidad de compartirlo por medio de redes

sociales. De igual forma pueden cargar su fotografía, o enlazarla con la que poseen en Facebook, la sección de “Ajustes” está proyectada para el funcionamiento de la aplicación en general, permite activar notificaciones, valorar aplicación, y cerrar sesión.

**Tu entrada:** Actualmente se puede realizar en dos momentos, antes de los partidos en los puntos autorizados Multisports y Hotel Bolívar plaza. En el momento del partido se pueden adquirir en la taquilla del Estadio Libertad. Para esta sección se han desarrollado dos submenús, Comprar entradas y Gana tu Boleta.

**Comprar entradas:** Para este submenú se observó que actualmente con el desarrollo de la tecnología se puede realizar un método pago por medio del Celular, así le brindaría mayor comodidad al usuario, puesto que podría comprar su boleta en cualquier lugar y momento, además de tener a mano la posibilidad de alentar a su equipo, igualmente, es una herramienta que se está adaptando en otros equipos en la actualidad y ayudaría al Deportivo Pasto tener mayor simpatía con sus hinchas. De igual forma también se brindará la información pertinente del costo de boletería por partido y los puntos de venta en el caso de no poder pagar vía PSE.

**Gana tú boleta:** Se involucra a los hinchas puesto que se plantea un juego con el cual puedan ganar boletas según los records y las pautas que impulse el Deportivo Pasto. Una de las cosas a destacar en el Videojuego es que trata la problemática social que actualmente están vivenciando los hinchas con el fin de indirectamente sensibilizar a las personas frente a este tema, la mecánica del juego consiste en que el jugador deberá avanzar por las calles de la ciudad hasta llegar al estadio antes de que se le agote el tiempo; en el camino se encuentra con barristas de otros equipos, malas juntas o policías que se acercan para hacerle una requisa, el jugador deberá esquivarlos y llegar a antes de que se inicie el partido.

***Mi súper Depor:*** En esta sección las personas podrán tener al alcance de su mano información actualizada del Deportivo Pasto; se pudo descubrir que los hinchas consultan con frecuencia el estado de su equipo en las diferentes ligas y torneos de los que participa, es por ello que se brinda la posibilidad de encontrar información muy sintética en formatos infográficos y multimedia. Los hinchas del Deportivo Pasto son regionalistas, en su cultura se encuentran arraigados muchos símbolos de la historia del pueblo pastuso de igual forma resaltan la cultura del Sur, es por ello que se plantea distinguir la trayectoria del equipo, y el precinto donde el Deportivo Pasto ha escrito su historia: el Estadio Libertad. El submenú que se despliega de esta sección es Análisis de la Fecha, Calendario, Estadio Libertad, Historia, Multimedia y Tabla de Posiciones.

***Partido en Vivo:*** El submenú de “partido en vivo” está pensado en las diferentes interacciones que tienen los hinchas en el Estadio Libertad, para ello se realizó el análisis de la primera etapa “La Previa” y del Customer Journey. Se pudo concluir 3 comportamientos claves, el primero es la acción de fotografiar o grabar su presencia en el estadio. La segunda es que el radio se ha convertido en un elemento primordial en los partidos donde escuchan la narración del partido, las sustituciones y todas las acciones que suceden en el estadio. Y finalmente que los hinchas cuando llegan tarde o cuando no visualizan una jugada importante en el partido no tienen la posibilidad de ver repeticiones como sucede en la televisión, y muchas veces tienen que esperar a llegar a su casa para hacer esta acción. Es por ello que se ha deseado intervenir en estos comportamientos para que los hinchas puedan disfrutar el partido de manera satisfactoria. Para esta sección el submenú que se despliega es: Alineación de la fecha, Comparte en vivo, Narración en vivo, Resumen del Partido, Sustituciones.

***Alineación de la fecha:*** Las personas podrán encontrar los jugadores que van a participar del juego que esta por disputarse en vivo.

***Compartir en vivo:*** En la etapa de “La Previa” se logró apreciar que los hinchas sin importar su estrato comparten en redes sociales todo tema relacionado con el Deportivo Pasto, e incluso algunos grupos de barras tienen redes sociales con las cuales postean contenido; además de ello, principalmente se observó que gran cantidad de personas actualmente interactúan en el estadio compartiendo selfies, fotos y videos del partido. Por las anteriores razones mencionadas, en la aplicación se plantea una sección en la cual los hinchas puedan compartir en vivo fotografías y videos acerca del Deportivo Pasto, con la innovación que actualmente se puede encontrar en las aplicaciones, contará con filtros los cuales permitan tomar fotografías llamativas y que brinden mayor afinidad entre los hinchas y brindar una experiencia innovadora al compartir buenos momentos que pasa con su equipo.

***Narración en vivo:*** La etapa de empatía ayudo a encontrar que los hinchas de estratos medios asisten al estadio con radios de frecuencia A.M. para poder escuchar la narración del partido; es por ello que se plantea en la aplicación la opción de tener su propia narración en vivo puesto que todas las personas no cuentan con un radio, pero si en su mayoría con un Smartphone, es por ello que se brinda esta posibilidad además con lo anterior poder ayudar en la comodidad de tener este tipo de funciones en su celular.

***Resumen del Partido:*** Esta sección surge en el instante de la Observación, puesto que al momento de asistir al estadio se notó que en algunas localidades es retardada la entrada debido a los pasos de seguridad que deben transitar los hinchas al ingresar al estadio, es por ello que muchas veces la gente ingresa una vez iniciado el partido y en algunos casos suelen perder de

vista jugadas o goles. Debido a que los hinchas asisten al estadio con el fin de disfrutar y ver el partido en vivo, se plantea que en esta sección se pueda recopilar instantáneamente jugadas importantes o anotaciones para que los hinchas puedan gozar de una experiencia mucho más fructífera.

**Sustituciones:** en esta fase las personas podrán observar los jugadores que han sido sustituidos del partido puesto que en las mecánicas de los partidos normalmente suelen anunciar los cambios por medio de un tablero donde se visualiza con rojo el número del jugador que sale y en verde el número del jugador que entra, pero en las localidades lejanas como oriental no es muy visible este tablero y muchas veces no se conoce la identidad de quienes han ingresado al partido, es por ello que se plantea esta selección con el fin de tener informados a los hinchas constantemente.

**Hinchada tricolor:** Para este submenú se tuvo en cuenta los descubrimientos en la fase de empatía ya que muchos de los barristas expresaron que los medios de comunicación no informan a la comunidad de las acciones sociales que ellos realizan y sus esfuerzos de vivir el fútbol en paz, además se captó una acción de gran importancia para los hinchas que son las salidas del equipo del camerino. En el submenú se puede encontrar Galería con fotos de las barras tomadas en la semana, Noticias de la hinchada donde se demuestre las acciones que se están realizando desde la parte social, viajes y demás información de relevancia para ellos. Otro punto a resaltar en el estadio son las salidas del equipo del camerino, donde las barras de todas localidades arrojan elementos que puedan hacer sentir el sentimiento que tienen hacia su equipo; desde papelillos, extintores de colores, hasta bengalas entre otros. Muchas de las salidas que planean en los estadios son prohibidas por la Dimayor debido a la seguridad, es por ello que se proyecta intervenir en este aspecto en la aplicación donde las personas al entrar en “Modo Bengala”



puedan activar el flash del celular con diferentes patrones y así lograr un gran impacto visual a gran escala para recibir a su equipo en el estadio. Este método a su vez es una gran ayuda al planeta ya que muchas veces las salidas son planeadas con recortes de papelillos y rollos de papel tipo cinta. Esta opción se encuentra dentro de “salidas” que son de gran importancia puesto que coordinar este tema entre las barras es muy complejo, por ello se brinda la posibilidad de informar la salida del partido a disputar para que todos los hinchas estén enterados de lo que se desea hacer al momento de recibir al equipo.



**Figura 23. Visualización de Categorías de Navegación Finales.**

Fuente: Tomada de esta investigación 2017

### Tercera Etapa “Pitazo Final”

#### Musicstorming

Para el proceso de creatividad e innovación se realizó un taller con la técnica de musicstorming; esta metodología es tomada del design thinking. Gracias a su elaboración permitió tener un acercamiento para generar una estética agradable en la aplicación móvil planteada. Para su desarrollo se reunió a varias personas expertas en el mundo del Diseño y las Artes. La metodología consiste en escuchar audios y bosquejar el mensaje que les transmitía, para ello se eligió reproducir algunos audios recolectados en la fase de empatía para así tener un punto de vista objetivo para plantear la estética de la aplicación. Los audios eran de los canticos más representativos de los hinchas del Deportivo Pasto que brindaron grandes resultados.



**Figura 24. Fotografía Musicstorming.**

Fuente: Tomada de esta investigación 2017



**Figura 25. Fotografía Musicstorming.**

Fuente: Tomada de esta investigación 2017.



**Figura 26. Fotografía Musicstorming.**

Fuente: Tomada de esta investigación 2017.

### **Conclusiones de Musicstorming.**

- En la aplicación es importante utilizar un lenguaje visual que sea enfocado en los hinchas, para ello es significativo tener en cuenta su léxico.
- Las canciones de los hinchas evocaron diferentes sensaciones entre las que se pueden resaltar son: Emotividad, efusión, movimiento.
- Un patrón que se encontró fue el uso de símbolos representativos de los hinchas, como banderas, bufandas, e instrumentos.
- Los artes que se generaron de los canticos de los hinchas logran plasmar el regionalismo que existe en la hinchada y en las expresiones de sus canciones.

## Proceso de Creación

**Naming:** La elección del nombre para una aplicación que brinde una nueva experiencia de usuario a los hinchas del Deportivo Pasto no fue una tarea fácil, pues con anterioridad se había pensado el nombre de “*Los Tricolores*” el cual a simple vista era funcional ya que hacía referencia directamente con el Deportivo Pasto, es decir, era sencillo de identificar; pero al desarrollar un pequeño testeo se evidenció que existe la tienda oficial del Deportivo Pasto la cual se llama *Tienda Tricolor*, además de ello, también se logró observar que una de las barras con mayor transcendencia en la ciudad posee el nombre de *La Banda Tricolor*, es por estos motivos que se logró percibir las posibles confusiones que las propuestas de nombres causaban, puesto que los usuarios indirectamente intuían que la aplicación solo iba destinada para dicha barra o que hacía referencia a la tienda oficial del Pasto; La aplicación que se plantea trata de llegar al mayor número de hinchas sin importar su estrato social, para lo cual se tomó la decisión de tomar el nombre de *Tribuneros*.

### Tribuneros

El nombre como bien lo dice, son para aquellas personas que siempre están en la tribuna, surge del ejercicio de asociar mayor número de elementos que se derivan alrededor del Deportivo Pasto, conociendo que la hinchada del mismo es aquella que sin importar las circunstancias esta fiel con el equipo de su región.

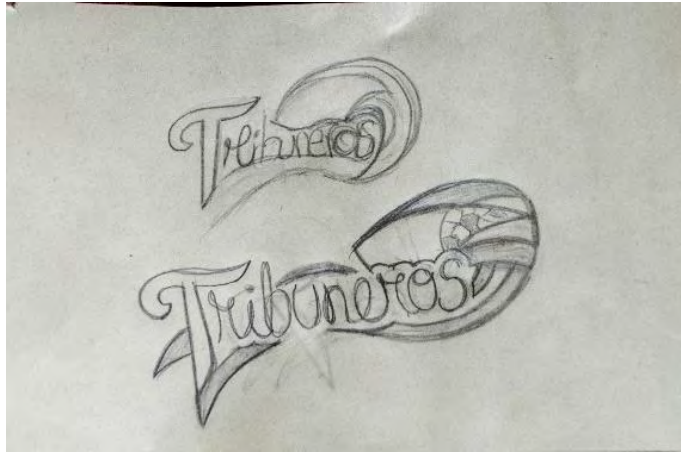
Se quiso aprovechar la separación de silabas resaltando el <TRI> que hace referencia al homónimo de *Tricolores* con el doble significado de la palabra tribuna que tiene varios conceptos pero el que más identifica con el futbol fue el propuesto, su significado lo define como

la localidad preferente de algunos estadios, pabellones o campos de deporte; el público objetivo son los hinchas y es por esto que se busca una palabra que les sea familiar.

**Perfil:** Un *Tribunero* es una persona fiel a su equipo además de su región, que siente y vibra el fútbol, que le da gusto y es orgulloso de llevar esos tres colores para todos lados porque su pasión es única; una persona alegre, emotiva, apasionada;

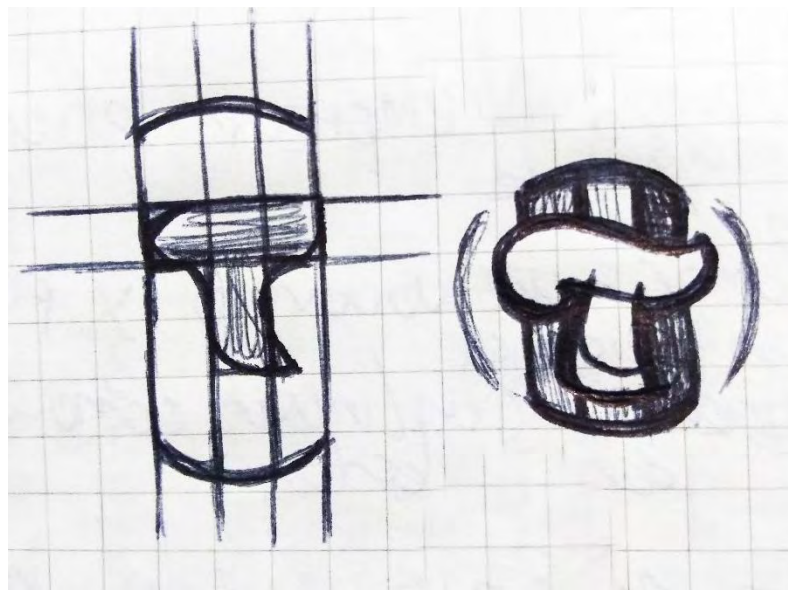
### **Logotipo**

En cuanto a la imagen de “*Tribuneros App*” se optó por una solución tipográfica con el fin de seguir las tendencias actuales de lettering y de igual forma acercarse a los hinchas ya que es evidente el uso de tipografías en gran parte de las intervenciones que poseen sus banderas o trapos para alentar a su equipo. Se toma los colores representativos del Equipo Deportivo Pasto para representar el contenido de la aplicación. La decisión final se obtuvo de indagar con algunos hinchas quienes expresaron su gusto por esta propuesta. Es importante que para la marca de una aplicación también se contemple el icono que se encuentra en la pantalla de inicio del celular, es por ello que se optó por tomar la inicial del logotipo y transformarla en el icono que represente a la aplicación.



**Figura 27. Bocetación de logotipo.**

Fuente: Tomada de esta investigación 2017.



**Figura 28. Bocetación Logotipo.**

Fuente: Tomada de esta investigación 2017.



**Figura 29. Logotipo de Aplicación.**

Fuente: Tomada de esta investigación 2017.



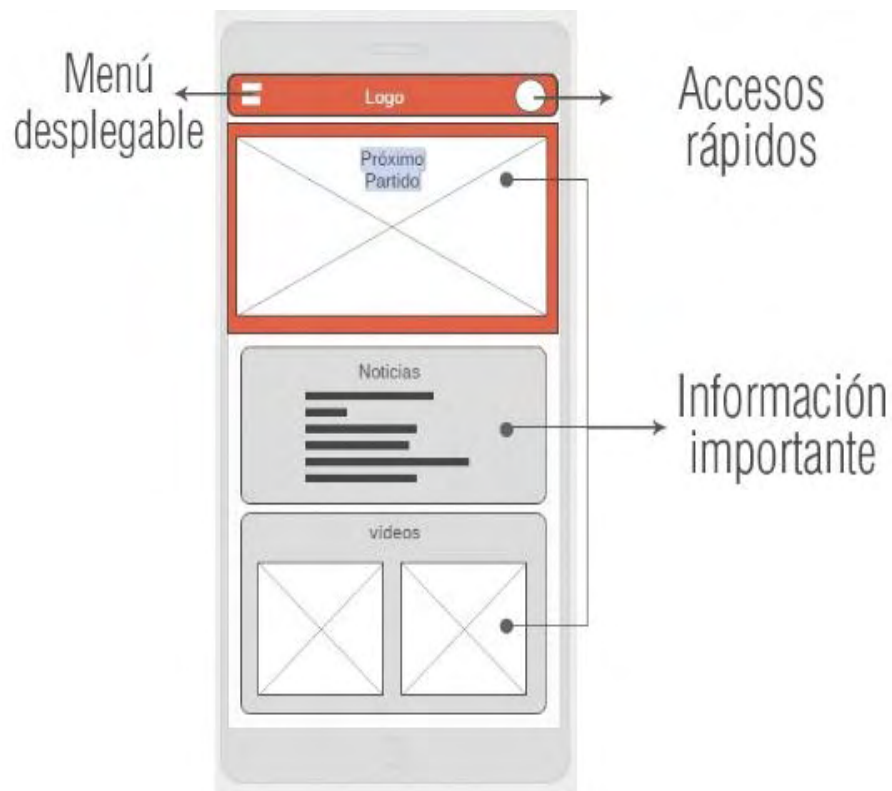
**Figura 30. Icono de Aplicación.**

Fuente: Tomada de esta investigación 2017.



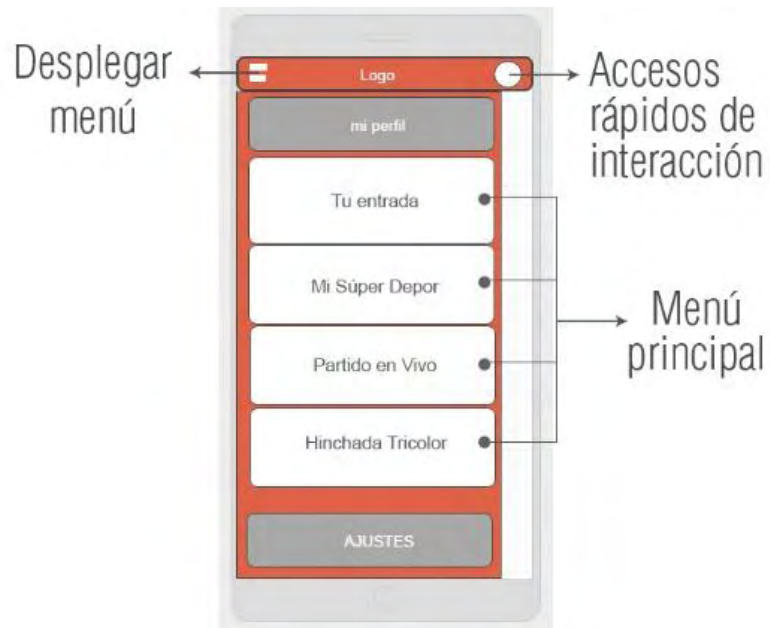
## Arquitectura de la Información

Después de identificar las secciones y la información que va a contener la aplicación, se realiza un bosquejo de cómo puede ir organizada en la aplicación, para ello también se contempló una versión para escritorio usando *Diseño Adaptative* dado que las funciones en cuanto a las experiencias en vivo son planteadas para móviles, sin embargo la versión para computadores se crearía para que los usuarios puedan tener la visualización de los contenidos de la aplicación, se toma de referencia la aplicación Whatsapp Web. A continuación se muestra un proceso de Bocetación para el prototipo final.



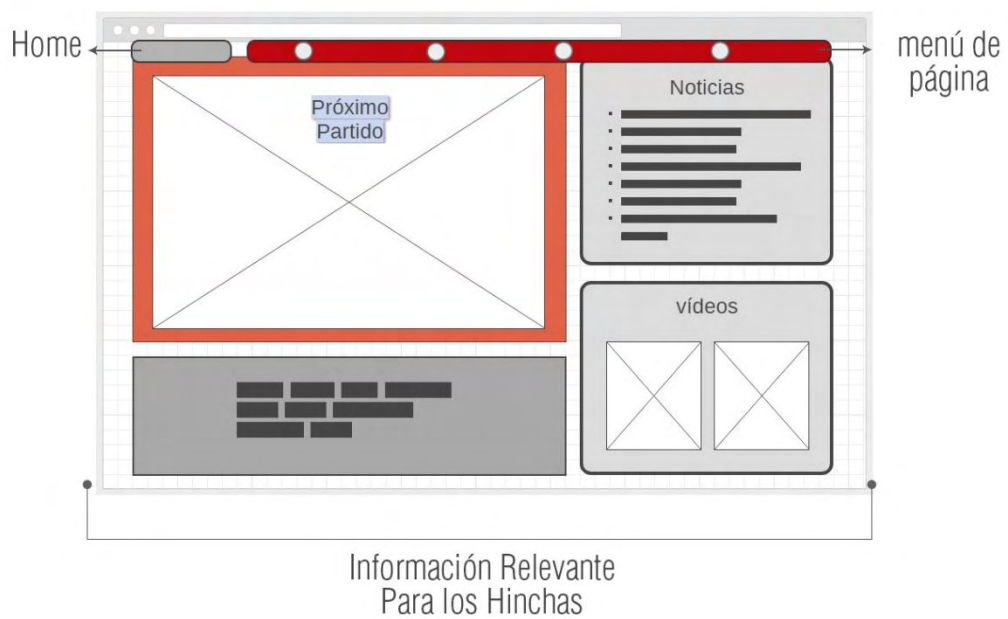
**Figura 31. Bocetación Página Inicial Aplicación.**

Fuente: Tomada de esta investigación 2017.



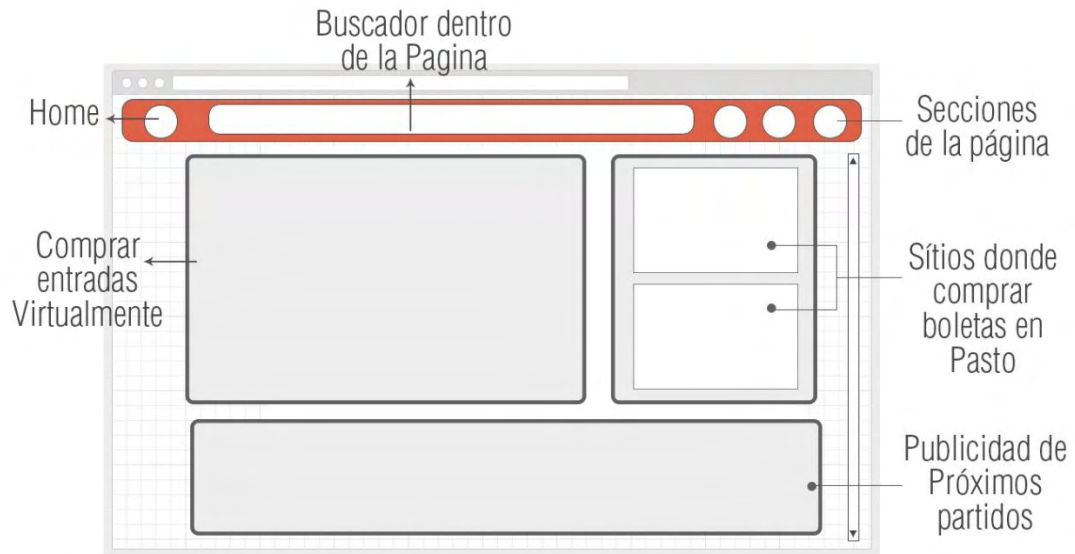
**Figura 32. Bocetación Aplicación Menú Principal.**

Fuente: Tomada de esta investigación 2017.



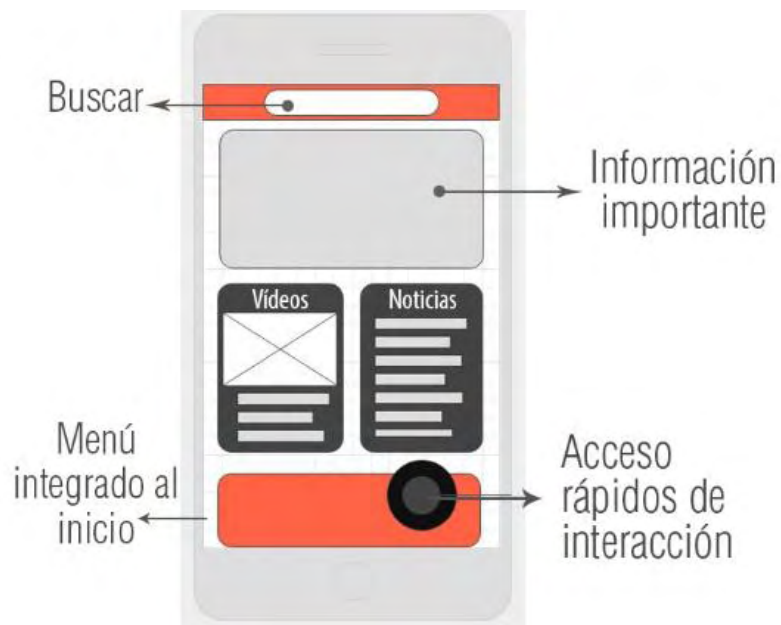
**Figura 3. Bocetación Web, página principal.**

Fuente: Tomada de esta investigación 2017.



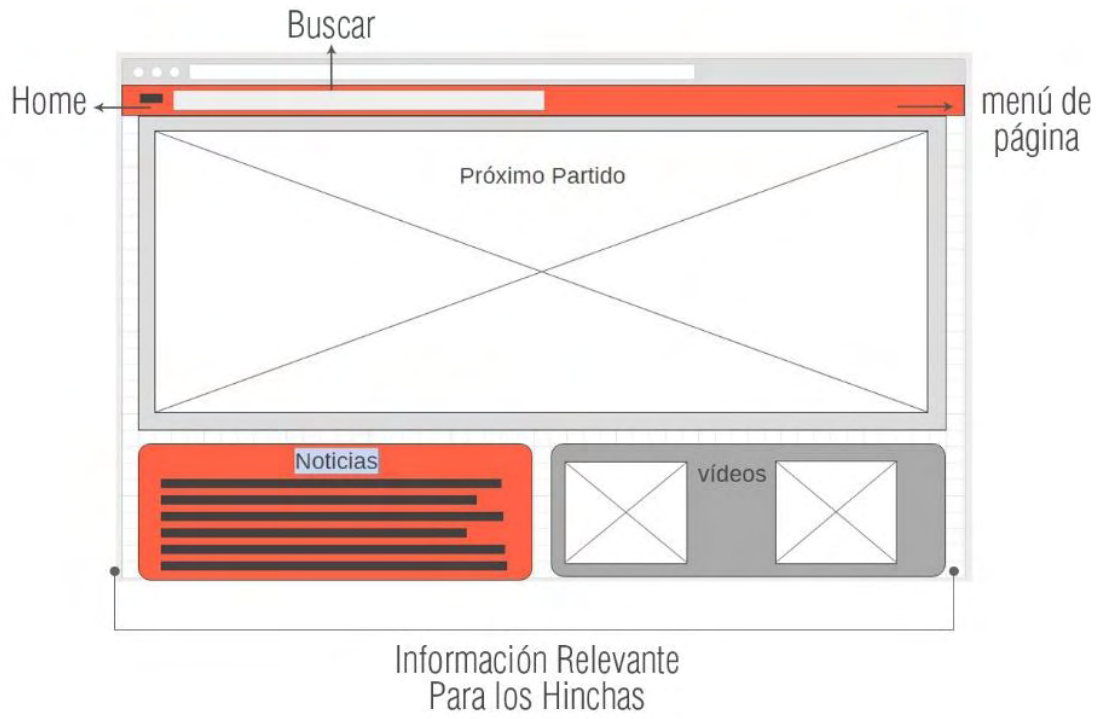
**Figura 34. Bocetación Pagina Web Sección Tú Entrada.**

Fuente: Tomada de esta investigación 2017.



**Figura 35. Bocetación N. 2 página inicial Aplicación.**

Fuente: Tomada de esta investigación 2017.



**Figura 36. Bocetación Web No. 2, página principal.**

Fuente: Tomada de esta investigación 2017.

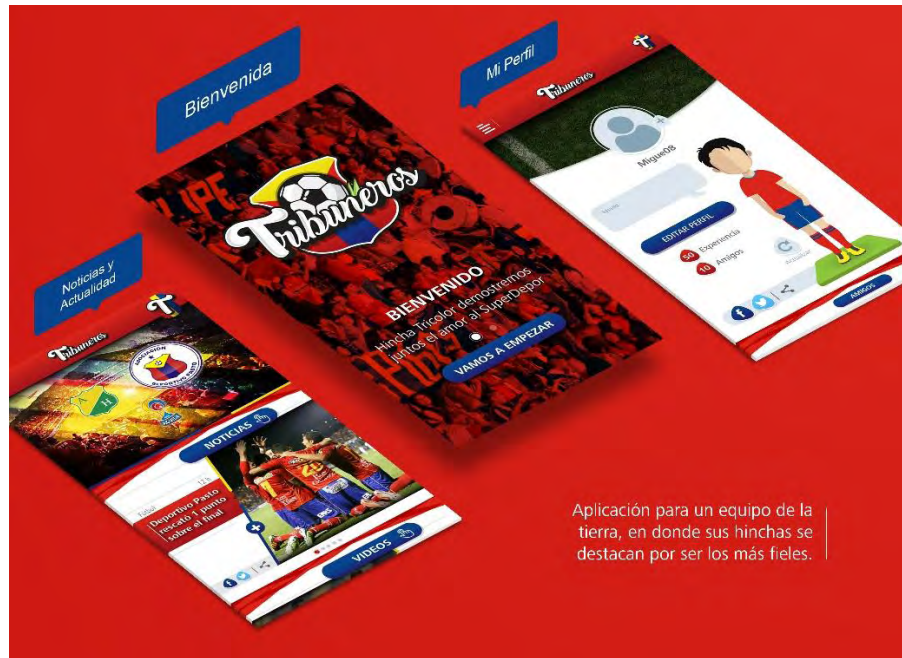
## Prototipo Final

Después del desarrollo de las etapas anteriores, se plantea el prototipo final de la aplicación teniendo en cuenta el desarrollo de las metodologías para ser aplicadas en el diseño interactivo y la experiencia de usuario



**Figura 37. Prototipo Final.**

Fuente: Tomada de esta investigación 2017.



**Figura 38. Prototipo Final.**

Fuente: Tomada de esta investigación.



**Figura 39. Prototipo Final.**

Fuente: Tomada de esta investigación.



**Figura 40. Prototipo Final.**

Fuente: Tomada de esta investigación.



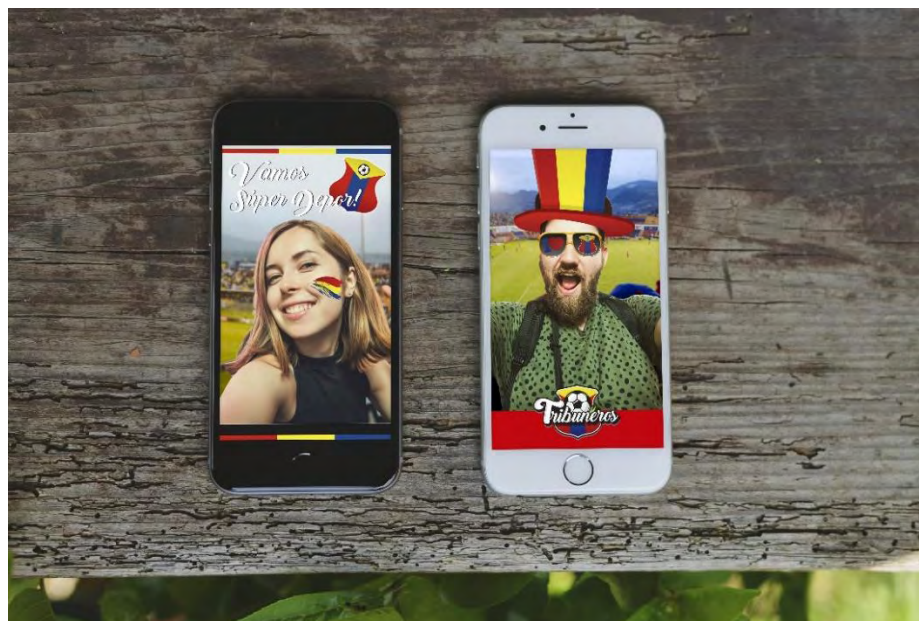
**Figura 41. Prototipo Final “Partido en Vivo”.**

Fuente: Tomada de esta investigación.



**Figura42. Prototipo Final Bienvenida.**

Fuente: Tomada de esta investigación.



**Figura 43. Prototipo Final de Compartir en Vivo.**

Fuente: Tomada de esta investigación.



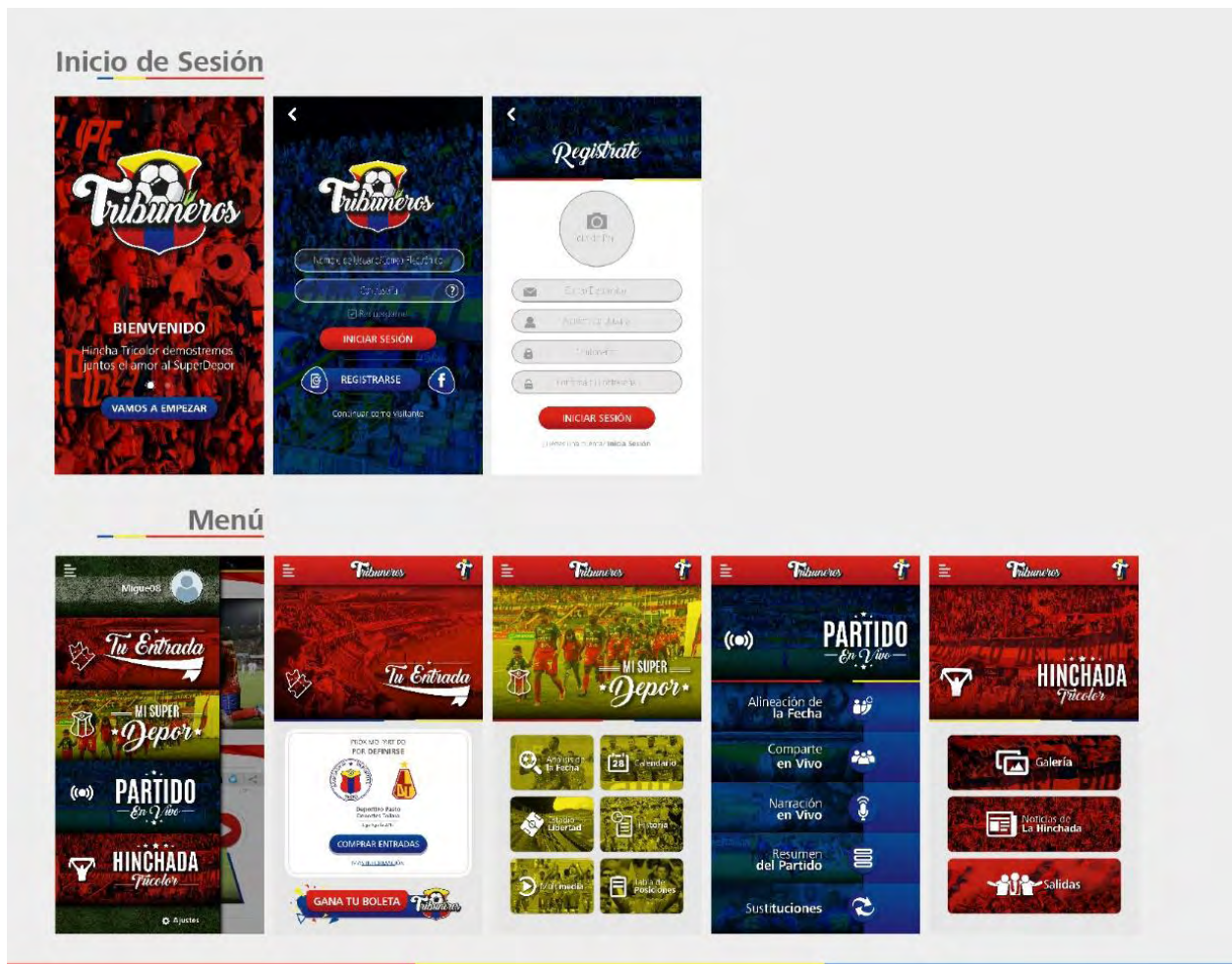


Figura 44. Prototipo Final.

Fuente: Tomada de esta investigación.

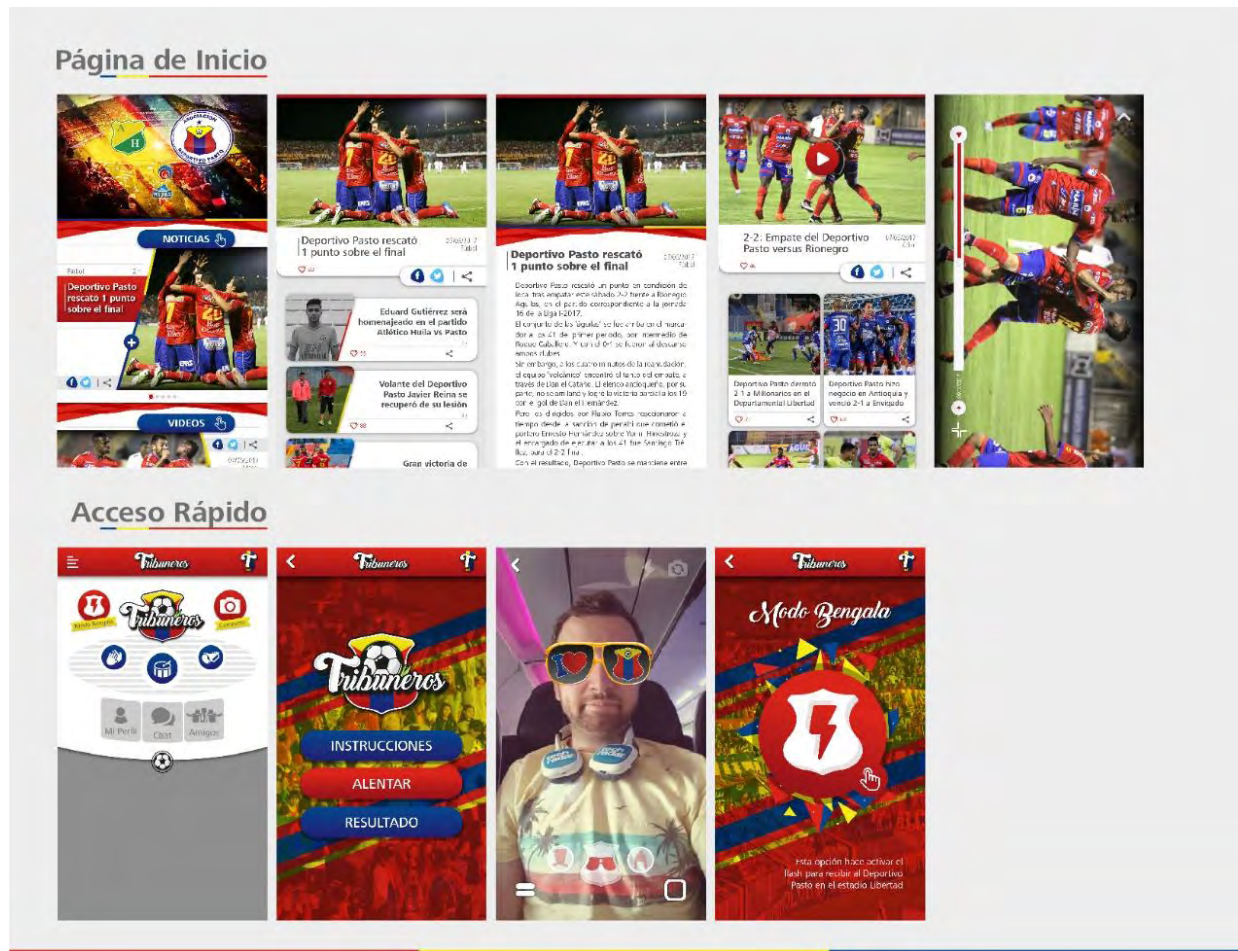


Figura 45. Prototipo Final.

Fuente: Tomada de esta investigación.

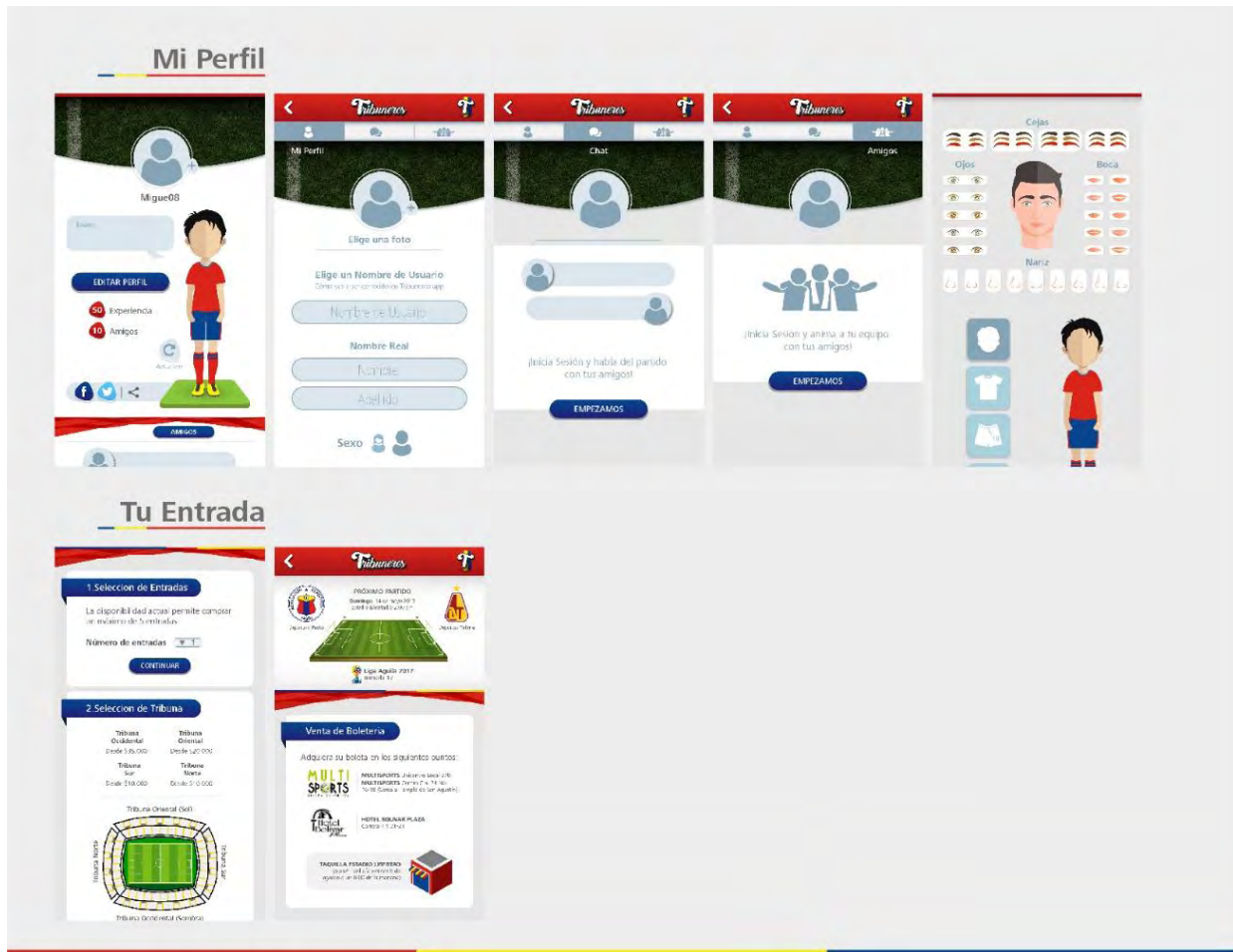


Figura 46. Prototipo Final.

Fuente: Tomada de esta investigación.

## Conclusiones

- La presente investigación se ha dedicado a generar una nueva experiencia de usuario a los hinchas del Deportivo Pasto, cumpliendo los objetivos planteados en 3 fases (La Previa, entretiempos, Pitazo Final) las fases fueron destinadas para el desarrollo de cada objetivo; Este método ayudó a descubrir grandes aportes para el planteamiento de la aplicación. La primera fase fue el pilar fundamental para proyectar la aplicación final puesto que se encargó de indagar por medio de diferentes técnicas de recolección de información el estado actual de las principales prácticas socio-culturales de los seguidores del Deportivo Pasto, arrojando grandes resultados y permitiendo descubrir diferentes prácticas desde la cultura de los hinchas que proyectan un amplio potencial inexplorado para la creación de nuevas experiencias a través de los medios digitales que aporten un plus a la acción de asistir al estadio.
- En el proceso de investigación se ha desarrollado una metodología proyectual *híbrida* que se enfocó en el comportamiento humano y de este modo poder entender de manera diferente la experiencia del usuario en el entorno estudiado puesto que muchas veces los procesos investigativos se enfocan a desarrollar soluciones desde una visión del diseñador; en este caso fue un proceso de descubrimiento constante con el usuario que permitió proyectar una propuesta innovadora resolviendo las necesidades actuales de los hinchas.
- El desarrollo de las metodologías de diseño pensando en el usuario es una gran herramienta para poder definir el contenido y las categorías de la aplicación proyectada, el acercamiento directo con el objeto de estudio permite dar soluciones más acertadas a las necesidades enfocadas a las nuevas experiencias.

- La presente proyección de una aplicación móvil permite visualizar cómo se puede indagar en cuanto a las experiencias de los hinchas, el Deportivo Pasto actualmente cuenta con una página web y redes sociales, sin embargo no ha explorado en campos de desarrollo tecnológico que ayude a fortalecer la cercanía de la hinchada con su equipo.
- Actualmente algunos de los desarrollos tecnológicos planteados en el prototipo final de esta investigación han sido adaptados en otros campos diferentes al fútbol, en un futuro cercano se prevé la posibilidad de que la mayoría de los equipos futbolísticos se interesen en las nuevas áreas tecnológicas para brindar un mejor espectáculo a su público.
- Desde el diseño interactivo y la experiencia de usuario se puede capturar la atención de un público de manera masiva puesto que actualmente la tecnología se está desarrollando a pasos agigantados y con ello las posibilidades de los diseñadores de plantear productos y servicios que tengan un valor agregado.

## Bibliografía

Diario, E. (2014, 07). *El fútbol como recurso de ocio y entretenimiento*. El Nuevo Diario.

Obtenido 05, 2017, de [www.elnuevodiario.com](http://www.elnuevodiario.com).

L. (2012, 07). *Pasto, Artífice del Fútbol en Colombia*. Liga Postobón Deportes. Obtenido 04,

2017, de <http://www.ligapostobon.com.co/noticia/pasto-artifice-del-futbol-en-colombia-13792>.

Moreno Sánchez, I. (2013, 01). *Narrativa Hipermedia y transmedia*. Academia. Obtenido 04,

2017, de [http://www.academia.edu/4195842/Narrativa\\_hipermedia\\_y\\_transmedia\\_2013](http://www.academia.edu/4195842/Narrativa_hipermedia_y_transmedia_2013).

N.N. (2017, 02). *Incrementar la asistencia a los estadios pasa por desarrollar la experiencia*

*digital de los aficionados*. Panorama Audiovisual. Obtenido 04, 2017, de

<http://www.panoramaaudiovisual.com/2016/07/07/incrementar-la-asistencia-a-los-estadios-pasa-por-desarrollar-la-experiencia-digital-de-los-aficionados/>

N.N. (2014, 04). *Fútbol en Colombia: pasión e identidad*. Revista Semana. Obtenido 02, 2017,

de <http://www.semana.com/nacion/articulo/futbol-en-colombia-pasion-identidad/384019-3>

N.N. (2010, 07). *San Juan De Pasto La Verdadera Cuna Del Futbol Colombiano*. Calameo.

Obtenido 02, 2017, de <http://es.calameo.com/read/0043772594c4d9573663d>

N.N. (2007, 03). *Historia del deportivo Pasto*. El Blog de Deportivo Pasto y Attake Massivo.

Obtenido 01, 2017, de <http://deportivopasto-historia.blogspot.com.co/>

<sup>1</sup> (2016, 04). *Violencia en el futbol, responsabilidad de todos*. El espectador. Obtenido 05, 2017, de <http://www.elspectador.com/opinion/opinion/violencia-en-el-futbol-responsabilidad-de-todos-columna-626350>