

Revista de Comunicación Política

Comunicación Política Alternativa: La Zurda Guadalupeana antifascista en Costa Rica

Alternative Political Communication: La Zurda Guadalupeana anti-fascist in Costa Rica

Lhiam Vega Umaña¹

¹ Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7286-9328>. Email: lhiam.vegaumana@ucr.ac.cr

Copyright: © 2026 Revista de Comunicación Política, Vol. 8 | e-ISSN: 2992-7714

Tipo de artículo: Artículo de investigación

Recibido: 10/04/2025 | Aceptado: 20/01/2026 | Publicado: 10/03/2026

Cómo citar:

Vega Umaña, L. (2026). Comunicación Política Alternativa: La Zurda Guadalupeana antifascista en Costa Rica. *Revista de Comunicación Política*, 8, 1–13. <https://doi.org/10.29105/rcp.v8i1.76>

Resumen

El artículo pretende posicionar la categoría Comunicación Política Alternativa (CPA), entendida como la comunicación de aquellos actores que adversan -desde la informalidad y lo cotidiano- alguna expresión particular del poder hegemónico; como un tipo de Comunicación Política, a partir de la exposición de un caso ilustrativo: los mensajes políticos contenidos en el himno oficial del colectivo La Zurda Guadalupeana, una barra de fútbol obrera antifascista de Costa Rica. Los resultados muestran que el contenido de los mensajes difundidos alude a cuestiones antifascistas, obreras, feministas, a favor de las personas migrantes, LGTB+ y las personas afrodescendientes. La función estratégica que cumple el discurso en este caso es la resistencia, oposición o protesta, utilizada por quienes se encuentran en una posición de desventaja estructural, para promover otras visiones del mundo y valores como el feminismo, la solidaridad, la no violencia, entre otros. Se concluye que, efectivamente, el contenido político expuesto corresponde a un discurso contrahegemónico y que estos deben entenderse como una forma específica de comunicación política no contemplada en la tipología tradicional, la cual incluye la comunicación electoral, la gubernamental, la comunicación de crisis y la de riesgo; por lo que se propone la Comunicación Política Alternativa (CPA) para identificar la comunicación contestataria. Lo anterior constituye un aporte teórico-conceptual en el ámbito de las Ciencias Políticas.

Palabras clave: Fútbol, política, cultura de masas, narrativas políticas, Comunicación Política Alternativa (CPA).

Abstract

The article seeks to position the category of the Alternative Political Communication (APC) category, by defining it as the communication of those actors who oppose - from informality and the everyday practices - some particular expression of hegemonic power; as a type of Political Communication, based on the exposition of an illustrative case: the political messages contained in the official anthem of the collective La Zurda Guadalupeana, anti-fascist working-class football supporters' group in Costa Rica. The results show that the content of the messages addresses anti-fascist, workers', feminist, pro-migrant, LGBT+ and Afro-descendant issues. The strategic function that the discourse fulfills in this case is resistance, opposition or protest, used by those who are in a position of structural disadvantage, to promote other worldviews and values such as feminism, solidarity, nonviolence, among others. It is concluded that, in fact, the political content exposed corresponds to a counter-hegemonic discourse and that these should be understood as a specific form of political communication not contemplated in the traditional typology, which includes electoral communication, governmental, crisis communication and risk communication; therefore, Alternative Political Communication (APC) is proposed to as a category to identify contestatory communication. The above constitutes a theoretical-conceptual contribution in the field of Political Science.

Keywords: Soccer, politics, mass culture, political narratives, Alternative Political Communication (APC).



CC BY-NC-ND 4.0 A

Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International

1.- INTRODUCCIÓN

Problema de investigación

El artículo procura atender un problema teórico, se valora la pertinencia de la categoría *Comunicación Política Alternativa (CPA)* y se propone definirla como la comunicación de aquellos actores políticos (individuales y colectivos) que adversan -desde la informalidad y lo cotidiano- alguna expresión particular del poder hegemónico. Se considera que ese tipo de comunicación queda excluida en la tipología clásica de la comunicación política que contempla la comunicación electoral, la gubernamental, la de riesgo y la comunicación de crisis. Lo anterior con base en la necesidad subrayada por Figueiras (2024) de que “al volverse más complejas nuestras sociedades, requieren de estudios multidisciplinarios y al mismo tiempo más profundos de las disciplinas, en este caso particular, de la Comunicación Política” (p. 23). Así se proporciona un aporte teórico-conceptual.

El estudio es exploratorio, se trata de un primer acercamiento a la cuestión sustantiva para lo cual se ejecuta un análisis del contenido político de los mensajes de la barra de fútbol costarricense denominada *La Zurda Guadalupeana*, asumida como un caso instrumental, para determinar si este corresponde a un discurso contestatario y, por tanto, susceptible de ser considerado una forma de CPA. Así, se visibilizan actores no convencionales de la escena política nacional, en este caso, al colectivo La Zurda Guadalupeana, una agrupación que materializa otras formas de participación política en un ámbito deportivo caracterizado por la violencia, el machismo y la discriminación; y en un sistema político que, en general, muestra altos niveles de desigualdad¹, apatía y descontento de la ciudadanía respecto a la política electoral y la representación partidaria, entre otros.

El objetivo del artículo es analizar el contenido político expuesto en la canción oficial de *La Zurda Guadalupeana*, titulada *Con la Zurda (La Zurda Guadalupeana)*, con base en la premisa de que este elemento identitario del colectivo sintetiza un discurso contrahegemónico que permite inferir que se trata de una forma específica de comunicación política, no incluida en la tipología estándar que contempla la comunicación electoral, la gubernamental, la comunicación de crisis y la de riesgo, sin tomar en cuenta los procesos comunicacionales de actores que adversan -desde la informalidad y/o lo cotidiano- alguna expresión particular del poder hegemónico.

La denominada *Nueva Barra Antifascista Guadalupe*, mejor conocida como La Zurda Guadalupeana, constituye una barra futbolística nueva en Costa Rica, no sólo porque su inauguración oficial fue el 29 de julio de 2018, sino, fundamentalmente, por los valores que posiciona en sus prácticas y mensajes, ya que se autodefine como una barra antifascista, obrera, feminista, a favor de las personas migrantes, LGTB+ y las personas afrodescendientes. El lema y principal fin de la barra es “Otra cultura del fútbol es posible” (Salazar Murillo, 2018).

El surgimiento de esta agrupación se da en un contexto en el que la afinidad de las personas hacia la ideología conservadora tiene un valor medio en la escala de ideología conservadora de 46,37 puntos (Díaz-González et al., 2022, p. 7). En esta escala valores sobre los 50 puntos pueden interpretarse como una propensión o mayor afinidad hacia una ideología conservadora, asociada con la necesidad de sostener el *status quo*, limitando las libertades sociales de ciertos grupos en beneficio de los más poderosos, por lo que cualquier intento de cambiar los valores tradicionales es visto como una amenaza al orden preestablecido (Díaz-González et al., 2022).

La Zurda Guadalupeana es un proyecto de Colectiva Conciencia de Clase (La Triple C), una organización política que se autodefine como un grupo plural e interseccional de izquierda que tiene como principal objetivo expandir la conciencia de clase en todos los sectores de la sociedad costarricense. La inspiración fue la barra del club FC Sankt Pauli, de la ciudad portuaria Hamburgo, reconocido por

¹ Según el Informe Estado de la Nación 2022, en Costa Rica la pobreza está acompañada por una elevada desigualdad del ingreso. En 2021, el coeficiente de Gini alcanzó el valor más alto registrado desde 1987 (0,524) (Programa Estado de la Nación, 2022, p. 81). En 2023 el valor fue de 0,502 (Programa Estado de la Nación, 2024, p. 69).

su militancia social y por la identidad antifascista y de izquierda de su afición (Salazar Murillo, 2018).

En general, la barra pretende atender la necesidad de las personas aficionadas al fútbol de tener un espacio seguro y libre de discriminación en el que puedan disfrutar ir al estadio y las actividades asociadas con este deporte de masas. La finalidad es crear una cultura de barra alternativa en la que se pueda disfrutar del fútbol sin la multidimensional violencia que se expresa en otras barras y estadios. También procuran visibilizar las luchas obreras, de las mujeres, de la comunidad LGBT+, de las personas migrantes y afrodescendientes.

Respecto a la vigencia del colectivo, la pandemia de Covid-19 (Coronavirus) también tuvo consecuencias negativas para el movimiento, ya que las medidas sanitarias y restricciones gubernamentales impidieron que la organización se mantuviera activa. Desde el 2023 no se registran apariciones públicas de la barra.

Revisión actual de la literatura

Los estudios sobre el fenómeno de las barras futbolísticas en Costa Rica se han centrado en los procesos de construcción identitaria y en las prácticas simbólicas que estos colectivos ejecutan en escenarios concretos, así como en el conflicto, entendido desde la perspectiva de la organización interna de las agrupaciones. En primera instancia, se ubican investigaciones centradas en las representaciones sociales de personas pertenecientes a las barras futbolísticas, tales como Castro Navarro y Hernández Cordero (2012), y Viquez Calderón (2006). Estas investigaciones procuran identificar las características de la identidad social de las personas jóvenes que participan en las principales barras de fútbol en Costa Rica. Por otra parte, se encuentran las investigaciones realizadas por Rodríguez Aguilar (2006, 2007, 2014, 2018, 2019) que abordan prácticas plurales del colectivo La Ultra Morada, barra fundada en 1995 por el Deportivo Saprissa, un equipo de la primera división del campeonato masculino de fútbol costarricense.

Otro antecedente importante es Rodríguez Aguilar et al. (2019) en el que se indica que el 58,4% de las personas pensaban en la idea 'violentos' cuando escuchaban las palabras 'barras de fútbol', mientras el 26,8% pensaba en 'aficionados/apoyo' y un 17,2% en 'maleantes/delincuentes'. Estos datos evidencian que la población costarricense asocia a las barras de fútbol con una connotación negativa, relacionada con las concepciones/imaginarios sobre esos espacios que existen en el país, los cuales están vinculados, a su vez, con las elaboraciones mediáticas predominantes sobre las barras.

Un dato adicional relevante es que el 63,2% de la población que asiste con regularidad a presenciar partidos de fútbol en los estadios, indicó haber presenciado actos de violencia dentro o fuera de estos durante un partido de fútbol. En ese marco, el 80,3% de las personas consideran que las barras influyen "mucho" en la violencia que ocurre en los estadios o en sus alrededores (Rodríguez Aguilar et al., 2019). La investigación concluye que la mayoría de las personas consultadas piensan la práctica del fútbol desde su dimensión lúdica, es decir, "no asocian este deporte con algún aspecto comercial/corporativo o competitivo" (Rodríguez Aguilar et al., 2019, p. 35).

Lo expuesto permite inferir que tampoco se visualiza la dimensión política del deporte, mucho menos respecto al carácter simbólico -en tanto generadoras de sentido- de sus dinámicas comunicativas o expresiones discursivas. Estos aspectos son muy relevantes en el ámbito de la Comunicación Política.

A nivel internacional, se ubica el estudio de Suárez-Sierra (2020), enfocado en determinar las representaciones sociales que tienen los adolescentes frente a las denominadas hinchadas. La metodología es cualitativa, se trata de estudios de caso cuya principal técnica de recolección de datos fueron entrevistas (semiestructuradas). Un aporte de este es la conceptualización de la barra de fútbol como una agrupación que tiene un orden social complejo, por la dinámica de los segmentos y los actores sociales que la componen, en las cuales, mediante celebraciones festivas y carnavaleras que sirven como elementos de visibilización ciudadana y social, ocurren procesos identitarios y de reconocimiento.

Por otra parte, se ubican las investigaciones de Saint Martin Parada (2020) y Ortega Olivares (2008), las cuales se centran en el fenómeno de la violencia en el fútbol y posicionan el término barra brava con base en el caso de los "Hooli-

gans”. En esa línea, Preciado Gallego (2018) indaga el vínculo de las barras de fútbol y el poder político en Colombia.

El elemento diferenciador de este artículo es el énfasis dado a la dimensión comunicativa del fenómeno de las barras de fútbol, desde la perspectiva del poder simbólico, a partir de la identificación de mensajes contestatarios, considerados como expresión de una nueva categoría de comunicación política. El criterio que determina la relevancia del estudio es el valor teórico, ya que se propone la categoría *Comunicación Política Alternativa (CPA)* y una definición que incluye los procesos de comunicación política contrahegemónicos y/o de protesta².

Referente teórico

La comunicación política se entiende como el “proceso de gestión de la visibilidad del ejercicio del poder de los actores que lo ejercen, lo aspiran, lo respaldan o lo adversan” (Sibaja Quesada, 2012, p. 40). Este se define a partir de las formas en las que los actores administran lo visible de su ejercicio político: qué hacer público, quién y cómo. La gestión de la visibilidad se refiere a las acciones que los actores desarrollan para hacer visible su imagen, su mensaje y su propósito. Los actores son aquellos que tienen poder, material o simbólico, ya sea político, económico o social (Sibaja Quesada, 2020).

La comunicación política se centra, entonces, en los mensajes o discursos que se construyen e intercambian entre los actores políticos en contextos específicos. La clasificación convencional incluye las siguientes categorías:

- A. Comunicación electoral: Se refiere a las estrategias de mercadeo político que se desarrollan en una campaña electoral. Su objetivo principal es ganar las elecciones.
- B. Comunicación gubernamental: Alude a la gestión gubernamental de la comunicación o comunicación utilizada por los gobiernos para lograr capacidad institucional y condiciones de gobernabilidad que doten de consenso a las gestiones.
- C. Comunicación de riesgo: Es la comunicación dirigida a prevenir, concientizar, modificar hábitos o comportamientos.
- D. Comunicación de crisis: Son las operaciones de comunicación que contribuyen a reducir o eliminar los efectos negativos que una crisis (pérdida de poder relativo) puede provocar sobre la imagen y reputación de determinados actores (Riorda, 2011).

En términos generales, esta tipología no toma en cuenta el estudio de las dinámicas comunicativas de quienes adversan un poder hegemónico desde la informalidad y/o el ejercicio cotidiano del poder. Este es el objeto de estudio del presente artículo. Un aporte conceptual relevante para el desarrollo de la propuesta es la definición de la comunicación alternativa dada por Figueiras (2024), esta se entiende, con base en los postulados de la comunicación colectiva, como un proyecto que se opone al predominio de la comunicación transnacional, cimentada en la existencia de poderes internacionales y de un discurso político predominante, en el ámbito de la comunicación de masas (*mass-media*). La comunicación alternativa se centra, según el autor, en la desigualdad informativa característica de la comunicación moderna y evidencia “el enfrentamiento entre la comunicación autoritaria, atomizada y vertical de los grandes capitalistas contra la producción horizontal de procesos de comunicación imaginativos de diversos grupos de la sociedad” (Figueiras, 2024, p. 25). Este proceso desmitificador del poder de los medios masivos del capitalismo, propio de la comunicación alternativa, implicaría la propuesta de una cultura política diferente, relacionada no con el individualismo característico del sistema económico sino con la conciencia social.

Desde la Ciencia Política, se ubica en el centro de esta disputa no solo a los medios de comunicación sino al poder político, frente a cualquier sistema económico, ya sea el capitalismo o el socialismo, entre otros; ya que se asume que, en general, “la comunicación alternativa debía ser parte de la lucha política contra la dominación” (Figueiras, 2024, p. 27).

Los planteamientos expuestos refieren, principalmente, a la tensión existente entre los medios transnacionales

² Se pretende aportar a la discusión teórica sobre comunicación política alternativa propuesta por Figueiras (2024).

y aquellos que no forman parte de ese entramado global en el marco de una constante evolución tecnológica, por lo que están vinculados de manera más directa con las nociones de democratización de la propiedad de los medios de comunicación masiva. Este abordaje proporciona algunos lineamientos generales respecto a qué se entiende por comunicación alternativa, sin embargo, no atiende las particularidades de la dimensión comunicacional, es decir, respecto a la construcción de significados o sentidos contrahegemónicos, por lo que se subraya que no contempla las implicaciones simbólicas del ejercicio comunicativo de los actores políticos en su diversidad.

El artículo se centra en el contenido temático de la comunicación para determinar su carácter contrahegemónico, desde la perspectiva del poder simbólico. En general, se entiende que el poder no se cede, ni se intercambia sino que se ejerce y sólo existe en acto, ya que es una relación de fuerza en sí mismo (Foucault, 1969) que se ejerce mediante la coacción (o la posibilidad de ejercerla) y/o mediante la construcción de significado, a partir de los discursos a través de los cuales los actores sociales guían sus acciones (Castells, 2009). En ese contexto “cuanto mayor es el papel de la construcción de significado en nombre de intereses y valores específicos a la hora de afirmar el poder de una relación, menos necesidad hay de recurrir a la violencia (legítima o no)” (Castells, 2009, p. 35). El significado se construye, entonces, a través del proceso de la acción comunicativa.

Fútbol y comunicación política

Respecto al vínculo fútbol – comunicación política es útil recordar lo expuesto por Medina Pérez, (2013) en tanto se asume que el deporte debe estar articulado con el proyecto de Estado-nación de una sociedad, por lo que encarna, por un lado, la dimensión política de la organización social y, por otro, la expresión de las representaciones colectivas de esa sociedad.

Dado el rol preponderante del fútbol en las sociedades latinoamericanas, este se considera un espacio privilegiado en el que no solo se construyen y circulan discursos políticos, es decir, en el que ocurren procesos de comunicación política; sino que también evidencia las tensiones sociales vigentes en la región. Es importante reconocer que el surgimiento de las denominadas barras fue influenciado por la crisis de ciertos presupuestos conceptuales propios de las instituciones que históricamente han ejercido los liderazgos colectivos. Como consecuencia:

Se asiste, por tanto, a la actuación de barras de distinto origen y diferente concepción sobre su quehacer: están aquellas que hacen del deporte y de su adscripción a un equipo un pretexto para ejercer una presencia pública y una presión que les permita ganar reconocimiento, capacidad de interlocución con instancias de la sociedad civil y del Estado; y existen las barras que establecen un vínculo afectivo con su club, aunque mediado por el fanatismo (Medina Pérez, 2013, p. 176).

En ese escenario, se ubican tanto organizaciones de barristas que junto a su condición de aficionados de fútbol se declaran simpatizantes de una ideología concreta como otros que se sitúan en posturas de rechazo al establecimiento y asumen la transformación revolucionaria de la sociedad como propósito (Medina Pérez, 2013)

Discursos políticos no autorizados

Debido a que las relaciones de poder existentes son -por definición- desiguales, los discursos no circulan libremente, sino que pueden descubrirse condiciones que regulan su producción y circulación (Martín, 2006, p. 7). En general, para desafiar las relaciones de poder existentes, se necesitan discursos alternativos (Castells, 2009). Los discursos se definen como “estructuras de significado que posibilitan ciertas acciones, su producción, funcionamiento y cambio, así como el entendimiento de la articulación y carácter de lo político en las sociedades contemporáneas” (Concepción Montiel, 2009, p. 17). Existen discursos autorizados y no autorizados, discursos legitimados y deslegitimados. Hay, pues, una interrelación entre comunicación e ideología en el discurso político (Concepción Montiel, 2009).

Barbero (2001) destaca un aspecto central para el entendimiento de los procesos de comunicación al-

ternativa: “los individuos redescubren la capacidad comunicativa que contienen las prácticas cotidianas y los canales subalternos o simplemente alternos” (p. 77). En concordancia, la transformación de lo popular se fundamenta en los procesos de consumo, comunicación y organización, es decir, en las nuevas maneras de concebir estos procesos y su relación con la hegemonía (García, 1984, p. 72).

De esta forma la resistencia o la capacidad de réplica política se articulan con el consumo en ciertas luchas populares. Estas luchas, además de evidenciar el conflicto de clases, se extienden a otras contradicciones sociales. Estos conflictos son, al menos, de dos tipos: luchas contra formas de poder, represión y discriminación, principalmente en la vida cotidiana; y luchas por la apropiación de los bienes y servicios, o sea, en el campo del consumo. Según García (1984) las demandas surgidas en el contexto y la vida cotidiana quedan representadas por movimientos extrapartidarios, que generan así una relación no convencional entre cultura y política, entre valores y poder (p. 78).

Con base en los referentes teóricos expuestos, la cuestión que orienta el artículo es si el contenido político identificado en el himno oficial del colectivo *La Zurda Guadalupeana* permite ilustrar una forma específica de comunicación política, no contemplada en la tipología tradicional difundida por la Ciencia Política. Esto implica atender las siguientes preguntas: ¿el contenido político de los mensajes de *La Zurda* constituye un discurso alternativo? ¿Cuáles son sus características? ¿Pueden considerarse estos procesos comunicativos una forma de CPA? ¿Por qué?

2.- METODOLOGÍA

Se desarrolla un estudio empírico de un caso instrumental, entendido como el análisis de un conjunto de situaciones específicas que ilustran un fenómeno determinado y, por ende, permiten profundizar un tema o afinar una teoría (Stake, 2005), esta vez relacionada con la Comunicación Política Alternativa (CPA), de manera que contribuya con la formulación de inferencias sobre el objeto de estudio. En esa línea, aunque el caso desempeña un rol secundario es oportuno mencionar que este es relevante porque ilustra la acción política comunicativa de actores contestatarios en el ámbito del fútbol costarricense, ambos poco abordados desde la politología en el país.

La Zurda aparece en Costa Rica por primera vez en el Estadio José Joaquín Colleya Fonseca en San José, Goicoechea, Guadalupe, en el año 2018. El apoyo al Guadalupe F.C se justifica en tanto este es un barrio obrero. Este estadio, además, recuerda la relación del fútbol y la izquierda en el país, ya que la historia se remonta a la convocatoria de la primera marcha del Primero de Mayo en 1913, una movilización que tuvo como acto de cierre un partido de fútbol entre los equipos *Club Sport La Libertad* y *el Club Orión*. El *Club Sport La Libertad* fue un equipo anarcosindicalista fundado por José Joaquín “Coyella” Fonseca, jugador, cuyo nombre lleva el estadio guadalupano. Lo descrito evidencia la dimensión política presente en el fútbol a lo largo de la historia, en este caso, dada la existencia de equipos con una ideología manifiesta y, fundamentalmente, de un conjunto de simpatizantes que ejercen como activistas mediante el apoyo a su club de fútbol y la reapropiación de espacios como la gradería en los estadios (Salazar Murillo, 2018).

El nombre *La Zurda Guadalupeana* es un juego de palabras que vincula fútbol y política, cuya esencia se resume de la siguiente manera: “Guadalupe porque es un barrio obrero. Gradería de sol, porque son barra obrera. Zurdos, porque el fútbol también es un acto político”. El único requisito de ingreso a la barra es que no se acepta el ejercicio de ningún tipo de violencia por parte de sus miembros, ya que para estas personas, así como la ética *punk* y el orgullo obrero son espacios para visibilizar la contracultura en distintas formas, el fútbol, en tanto fenómeno social inherente a los países de la región latinoamericana, es también un espacio para reflejar y consolidar los principios de solidaridad y lucha (Salazar Murillo, 2018). Esta característica resulta trascendental para comprender el vínculo con la noción de contrapoder de las prácticas discursivas de *La Zurda Guadalupeana* y la importancia de su abordaje.

La principal técnica de recolección de datos es la revisión documental y se ejecuta un análisis de contenido. Por tratarse de un estudio exploratorio, se utiliza un texto emblemático del colectivo, la canción oficial de la barra titulada *Con la Zurda (La Zurda Guadalupeana)* del grupo punk nacional Los Hambrientos, la cual tiene una duración

de 3' 46" y fue lanzada en 2018 mediante la plataforma digital YouTube³. Este texto se enmarca en un contexto sociocultural particular que establece las posibilidades de su interpretación. Se desarrolla un análisis de carácter descriptivo con base en fragmentos textuales, según su referencia a cuestiones políticas, en el sentido más amplio del término, el cual, alude a la existencia del conflicto en la interacción humana. Se aplica una codificación axial.

Los elementos que se incluyen en el análisis son: el contexto circunstancial, referido al momento o lugar político que incide en el tono y fondo del contenido y la forma en la que el discurso se expresa; el contexto material, es decir, si el acto comunicativo forma parte de un acto protocolario formal o informal y las características físicas del sitio; el tipo de auditorio, que agrupa las características culturales, socioeconómicas y políticas de quienes reciben el mensaje (tipo de formación, condición de clase, etaria y de género); los objetivos, que se refieren a lo que pretende lograr el discurso y, por último, los recursos, los cuales aluden a los elementos: ideas, datos, recursos retóricos y argumentos; incorporados para el logro de los objetivos (Abarca et al., 2013, p. 232).

En cuanto al alcance del estudio, este es un primer acercamiento a la valoración de la categoría *Comunicación Política Alternativa (CPA)* como una forma de comunicación política, por lo que no se pretende generalizar los hallazgos y dar por concluida la discusión respecto a la pertinencia de establecer la CPA como una categoría analítica en el ámbito de la comunicación política. Por el contrario, el posicionamiento del tema y la propuesta de definición de este tipo de comunicación se consideran aportes -básicos- relevantes para su eventual desarrollo teórico.

Análisis y discusión de resultados

En primera instancia, se identifica que los procesos comunicativos desarrollados por personas o colectivos que adversan -desde la informalidad y/o lo cotidiano- alguna expresión particular del poder hegemónico no son contemplados en la tipología clásica de la comunicación política, a pesar de que en estos se materializa el vínculo entre lo político y lo público y de que, efectivamente, constituyen una forma particular de gestionar la visibilidad del ejercicio del poder, ambos aspectos considerados en la teoría como elementos definitorios de la comunicación política.

De igual manera, se constata que -entendida a partir del vínculo entre lo político y lo público que expresan sus mensajes- la comunicación política alternativa (CPA) se diferencia de lo expuesto por Figueras (2024) en tanto, desde los postulados de la Ciencia Política, no se refiere a un proyecto que se opone al predominio de la comunicación transnacional, sino que su carácter alternativo radica en que se adversa un discurso hegemónico desde lo cotidiano de la acción política y en escenarios informales, más allá de la desigualdad informativa existente en el ámbito de la comunicación de masas (*mass-media*) y las cuestiones relacionadas con la democratización de la propiedad de los medios de comunicación masiva.

Un elemento común es que el proceso desmitificador del poder que se lleva a cabo implica la propuesta de una cultura política diferente, asociada con la conciencia social. En el caso de estudio, el colectivo *La Zurda Guadalupeña* plantea que su propósito es lograr otra cultura del fútbol en Costa Rica, con conciencia de clase, solidaria y no violenta, inclusiva y diversa; feminista, obrera y popular. En general, se observa que el contenido expuesto en el himno oficial del colectivo alude a una lucha política más amplia, por lo que se infiere que la tipología tradicional de la comunicación política, excluye, al menos, dos aspectos centrales del ejercicio del poder de los actores involucrados en estas dinámicas: por un lado, el *para qué* de los mensajes contruidos (su intencionalidad), y por otro, el *por qué* de estos procesos; más allá del *qué* y el *cómo*.

En este caso, el carácter contestatario del mensaje resulta fundamental para establecer características distintivas de la comunicación política alternativa como una categoría que engloba la comunicación con contenido político y alcance público que no pasa estrictamente por lo electoral u organizacional formal (partidos e instituciones públicas, etcétera) a partir de la premisa de que en los procesos comunicativos desarrollados den-

³ Canal La Zurda Guadalupeña. Barra antifascista del Guadalupe FC. Se unió el 10 de agosto de 2018. Al 21 de febrero de 2025 cuenta con 282 visitas y 14 suscriptores. Disponible en el siguiente enlace: <https://www.youtube.com/channel/UC7zpHsUphElm39DAIcvsWAQ>

tro de las estructuras que sostienen el sistema político casi nunca se cuestionan de manera profunda las bases de su funcionamiento, ya que esto implicaría su desaparición como espacio o forma de participación política legitimada y reconocida socialmente. De acuerdo con De la Fuente (2015) “la intervención en el terreno político-institucional no concuerda con la ruptura sistémica que requeriría la subversión de la dominación” (p. 180). Por lo anterior, se considera que es, justamente, en la Comunicación Política Alternativa (CPA) donde se pueden ubicar expresiones de crítica a las cuestiones estructurales de un sistema político determinado.

Por otro lado, se omite el posicionamiento base de los actores, es decir, el *por qué* construyen los mensajes que posicionan en tanto estos adversan una dimensión del poder hegemónico, es decir, la tipología predominante no toma en cuenta los procesos comunicacionales relacionados con la lucha política en su complejidad y diversidad, más allá de los mecanismos formales de participación política y expresión ciudadana: el voto y las movilizaciones populares, por ejemplo. Este aspecto alude al posicionamiento de los actores, el cual fundamenta el ejercicio de la crítica, la denuncia y la resistencia política en contextos democráticos que así lo permiten, pero que, a su vez, configuran escenarios excluyentes que inciden en los repertorios disponibles para que los actores políticos expresen su posición respecto a cuestiones de interés colectivo.

En general, se considera que la comunicación política debe ocuparse también del *por qué* se hace público un contenido político particular construido desde otros lugares y cuáles son sus implicaciones en términos sociales, no solo político-electorales o en términos de gobernabilidad democrática. Lo anterior permitiría comprender -de manera más completa- la dimensión comunicativa del ejercicio del poder en el marco de los sistemas políticos democráticos, dentro de los cuales destaca el caso costarricense por su estabilidad política.

Derivado de lo anterior, se observa en el caso de estudio una disputa por los valores (principios rectores) que orientan la acción política en términos de su concordancia con el sistema social predominante: capitalista y patriarcal, etcétera; ya que se puede afirmar que este constituye un proceso de resistencia al poder, en nombre de intereses, valores y proyectos excluidos o subrepresentados.

En esa línea, lo expuesto por *La Zurda Guadalupeana* se asume como parte de un discurso político alternativo, en tanto su contenido alude a cuestiones relacionadas con las (desiguales) relaciones de poder vigentes en la sociedad costarricense. Este también puede entenderse como un conjunto de acciones performativas que involucran o recrean el ejercicio de la resistencia, así como el posicionamiento de discursos no autorizados (Concepción Montiel, 2009) en el sentido de que se defienden valores alternativos como la solidaridad, la equidad de género y la no violencia, entre otros principios incompatibles con aquello que Borón (2006) denomina *la democracia capitalista*. Este ejercicio permitió, a su vez, que los individuos pertenecientes a la agrupación redescubrieran la capacidad comunicativa de las prácticas cotidianas y de los canales subalternos en el ámbito del fútbol costarricense, deporte con mayor alcance mediático en el país. El conflicto que se identifica es una lucha contra las formas del poder hegemónico que deriva en discriminación, es decir, no está relacionado con la apropiación de bienes y servicios o el consumo, como sí ocurre con la contrapublicidad política, por ejemplo, considerada también una forma de CPA.

En general, *La Zurda* se asume como un actor político colectivo -extrapartidario- que evidencia una relación no convencional entre cultura y política, al apropiarse de espacios y valores que la sociedad costarricense no ha asociado históricamente con el fenómeno masivo del fútbol. En ese marco, interesa ahondar en el contenido relacionado con la categoría clase expuesto en el texto. Estas cuestiones se enmarcan en la teoría de clases de Karl Marx en la que se destaca la dimensión subjetiva de la lucha de clases, la cual es producto de un proceso histórico y de la misma lucha que llevó a los obreros a entenderse ya no como una clase en sí sino como un colectivo *para sí* (Castillo, 2024, p. 21).

Por otra parte, la alusión a los panfletos, entendidos como escritos breves y en ocasiones satíricos que tratan asuntos sociales y/o políticos, cuyo formato es muy utilizado para la propaganda política; resulta coherente en tanto su uso se asocia con las protestas masivas de la clase trabajadora. El posicionamiento de la solidaridad como principio, en contraposición con el concepto de competitividad, el individualismo y la acumulación, pro-

pios del sistema económico capitalista, muestra la intención contestataria de estos mensajes. También se nombra de manera explícita a los sujetos protagonistas de la lucha política para el cambio social: personas obreras, feministas y estudiantes. Los elementos vinculados con esta categoría se pueden identificar en el siguiente fragmento:

Buen fútbol con conciencia de clase.
Panfletos y solidaridad.
Obrero, feminista, estudiante...
Nada de empresa, esto es comunidad.

Además, se alude a cuestiones típicamente asociadas con las narrativas de sectores poblacionales populares, como la lucha cotidiana por el acceso a alimentos, vivienda y servicios básicos; así como al descontento y/o apatía que generan la explotación, la exclusión y el sometimiento propio del sistema económico actual, en su afán por mercantilizar la vida humana y la naturaleza.

Esta es la grada de los indignados,
de quienes sudan pagándose el pan.
Aquí no hay glamur, ni estilacho, ni finos.
Esta barra es popular.

La figura de ‘los indignados’ es relevante en tanto identifica a diferentes movimientos sociales que surgieron en 2011 y 2012 en distintas partes del mundo, por ejemplo, el 15M en España, *Occupy Wall Street* en los Estados Unidos y el #YoSoy132 en México, entre otros (Ávila, 2019, p. 119). Estas narrativas no solo visibilizan cuestiones sobre las posibilidades de acceso a espacios de entretenimiento u ocio, como los eventos futbolísticos, sino también con problemas estructurales de acceso a recursos económicos, entre otros. Por ejemplo, el fragmento “*Toda la semana juntando los cincos, para la entrada al estadio pagar*” ilustra la necesidad de recolectar dinero durante la semana para completar el precio de la entrada al estadio, porque no hay suficiente dinero disponible para atender el monto en un solo tracto, dado que el costo de la vida en países como Costa Rica (uno de los más altos en la región latinoamericana) impide que las personas cuenten con ahorros o dinero disponible para este tipo de actividades. Además, ‘los cincos’ aluden a las monedas de cinco centavos que se usaban antes en el país, esto como ilustración de un proceso gradual de recolectar montos pequeños para alcanzar el pago de las entradas.

De igual forma, “*la mejenga*” es un término utilizado en Costa Rica para referirse a un partido informal de fútbol, por lo general llevado a cabo en las calles de los barrios urbanos o en los potreros y cafetales de las zonas rurales. Este aspecto es interesante, porque, a pesar de que Guadalupe F.C es un equipo de la primera división del campeonato masculino de fútbol, se presenta como un partido informal o de segunda categoría, lo que podría constituir una crítica al nivel futbolístico del torneo local, en comparación con las ligas o campeonatos extranjeros.

Por otra parte, es relevante destacar que los mensajes políticos expuestos en este cántico forman parte de un proceso más amplio de reapropiación de espacios populares: la cancha, las gradas, entre otros; por parte de la clase obrera y las familias diversas. El entendimiento de la lucha de clases como una lucha vigente es transversal en el discurso construido por el colectivo, así como la idea de unión, lucha y resistencia colectiva. En esa línea, la alusión a “*gol guerrillero y conquistas sociales, las celebramos aquí por igual*” permite identificar el reconocimiento y legitimación de las luchas de sectores populares, independientemente de que estos opten por la vía armada para llevar a cabo su lucha política. Esto se manifiesta también en el fragmento “*Puño en alto y fuego en la mirada. Es la barra de la clase obrera.*” Todo lo anterior, en un escenario deportivo y social en el que predominan prácticas discriminatorias, excluyentes y violentas.

Es importante recordar que el artículo se centra en el análisis de la canción oficial de la barra titulada *Con la Zurda (La Zurda Guadalupeña)* del grupo *Los Hambrientos* e indicar, como parte del contexto, que el género musical al que responde este texto es el denominado punk rock el cual se asocia con el movimiento contracultural surgido en la década de los setenta como espacio de protesta juvenil (de la juventud

urbana) ante el conservadurismo y la crisis económica imperantes, en cuyo surgimiento y desarrollo las mujeres han tenido un papel fundamental (Goldman, 2020). Las manifestaciones no musicales de este movimiento se concentran en la vestimenta utilizada por sus miembros, catalogada comúnmente como estafalaria y anti convencional: ropa desgastada, botas, cabellos teñidos de colores llamativos, entre otros.

En algunos casos, se asocia este movimiento con la exaltación de la violencia. Esta relación también denota la necesidad de reapropiarse de las manifestaciones no musicales para revertir el uso político dado a esos elementos identitarios desde los procesos de construcción de sentido que han enfatizado históricamente su carácter violento y no su postura contestataria ante problemas sociales estructurales que segregan a gran parte de la población mundial. Este es el contexto circunstancial que enmarca el mensaje de *La Zurda*.

Respecto al contexto material, se puede inferir que el momento político en el que surge la barra y, específicamente el lanzamiento de la canción en Costa Rica, se caracteriza por un alto descontento y apatía de la ciudadanía frente a las formas convencionales de participación política: filiación partidaria y ejercicio del voto. Además, el movimiento surge en la provincia de San José, capital del país, en un barrio considerado históricamente obrero, es decir, un espacio habitado principalmente por personas trabajadoras empobrecidas, que cuentan con escasos recursos económicos, dada la explotación propia del sistema económico vigente y el ataque sistemático a los componentes solidarios del modelo de desarrollo costarricense.

Por otro lado, se trata de un acto informal. Sin embargo, la circunstancia del lugar es relevante en tanto expresa un proceso de reapropiación de espacios físicos colectivos: el estadio, la cancha, las gradas, entre otros. Estos mensajes se dirigen a personas trabajadoras, con escasos recursos económicos o sectores populares, ya que retoman el reconocimiento a las luchas de la izquierda costarricense, el movimiento estudiantil y las mujeres, entre otros. El objetivo del discurso de la barra, sintetizado en la canción oficial del colectivo, es lograr otra cultura del fútbol en el país, con conciencia de clase, solidaria y no violenta, inclusiva y diversa; feminista, obrera y popular. Los principales recursos utilizados son los argumentos afectivos y emotivos.

Respecto a las funciones estratégicas del discurso, se observa un predominio de la función de *resistencia, oposición o protesta*, utilizada por quienes se encuentran en una posición de desventaja respecto de apoyos o de recursos, mediante el uso del eslogan, pancartas, afiches y banderas para manifestarse y ser reconocidos, así como para ejercer su rol de interlocutores legítimos en un sistema político democrático.

Como síntesis del carácter político de los mensajes expuestos por La Zurda y de su carácter contestatario y, por tanto, alternativo, se subrayan las siguientes palabras de Salazar (2018) las cuales describen una escena típica de los partidos de fútbol en los que participó la barra en apoyo al Guadalupe F.C: “a la derecha, los rojiamarillos de la gradería contraatacan a La Zurda y, sin estar conscientes de la ironía, empiezan a gritar ‘Sí pasarán’ y ‘Pasaremos’, famoso lema acuñado por el dictador español Francisco Franco”. El uso inconsciente de esos postulados y la proclama denotan, en este caso, un desconocimiento profundo de la historia política por parte de las personas aficionadas a uno de los equipos más importantes del campeonato nacional de fútbol masculino, el Club Sport Herediano, los rojiamarillos; pero, tal vez, lo más importante sea que esta escena permite ilustrar la tensión existente entre formas de entender el mundo y la vida contenidas en proyectos políticos distintos que se encuentran en las graderías de un estadio en un país centroamericano inmerso en las luchas globales por la supervivencia. Todo lo anterior se entiende como expresión de un tipo particular de comunicación política, de manera concreta la comunicación política alternativa.

3.- CONCLUSIONES

El contenido expuesto en el himno oficial de La Zurda Guadalupeana, en tanto evidencia el vínculo entre lo político y lo público mediante ideas contestatarias o posicionamientos de protesta, constituye un tipo -particular- de comunicación política. Sin embargo, el carácter alternativo -en tanto contrahegemónico- de sus men-

sajes y el contexto (circunstancial y material) en el que se construye y difunde no permite su clasificación.

En otras palabras, se constata que la tipología clásica de la comunicación política (electoral, gubernamental, de crisis y de riesgo) no permite ubicar los procesos comunicativos de actores (individuales o colectivos) que adversan -desde la informalidad y lo cotidiano- alguna expresión particular del poder hegemónico en un sistema político democrático. Para atender este vacío se propone definir la Comunicación Política Alternativa (CPA) como la comunicación de aquellos actores que adversan -desde la informalidad y lo cotidiano- alguna expresión particular del poder hegemónico.

La categorización de este tipo de procesos es importante porque permite identificar otras formas de ejercer el poder a través de los usos situados del lenguaje, así como el análisis de la gestión de la visibilidad presente en actos comunicativos que no por ser informales dejan de ser estratégicos en cuanto al posicionamiento de mensajes políticos e intereses contrahegemónicos no legitimados por la cultura política predominante.

En ese marco, se identifica *La Zurda* como un actor político colectivo con poder social (simbólico) a partir del cual construye sentido mediante un discurso basado en la idea de contrapoder. Además, se infiere que la función estratégica que cumple el discurso político del colectivo es la resistencia, oposición o protesta, utilizada por quienes se encuentran en una posición de desventaja respecto de apoyos o de recursos, para ejercer su rol de interlocutores legítimos en un sistema político democrático, promoviendo otras visiones del mundo y valores contrahegemónicos como el feminismo, la solidaridad, la no violencia, entre otros.

En general, se recomienda abordar un corpus más amplio de discursos, actividades o manifestaciones políticas; así como la inclusión de otros casos, para fundamentar el uso del concepto propuesto. Todo lo anterior se concibe como posibles líneas de investigación pertinentes en el campo de la politología.

REFERENCIAS

- Abarca, A., Alpízar, F., Rojas, C., & Sibaja, G. (2013). *Técnicas cualitativas de investigación*. Editorial UCR .
- Ávila, R. (2019). El movimiento de los Indignados. *Vínculos*, (14), 119–147. https://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/pperiod/vinculos/pdfs/vinculos14/V14_6.pdf
- Barbero, J. M. (2001). Reconfiguraciones comunicativas de lo público. *Anàlisi*, (26), 71–88. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=72417&orden=14571&info=link>
- Borón, A. (2006). La verdad sobre la democracia capitalista. En L. Panitch & C. Leys (Eds.), *Diciendo la verdad* (pp. 45-78). CLACSO Libros. <https://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/social/2006/boron.pdf>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial S.A.
- Castillo, C. C. H. (2024, 4-6 de diciembre). *Algunas cuestiones sobre la teoría de las clases en Marx* [Ponencia]. XII Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de La Plata, Argentina. <https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/180718>
- Castro Navarro, L., & Hernández Cordero, D. (2012). *Representaciones sociales de las y los jóvenes sobre el fútbol: Un análisis crítico desde el trabajo social a partir de las barras futbolísticas La Doce y La Ultra Morada* [Tesis de licenciatura, Universidad de Costa Rica]. SIIDCA. <https://catalogosiidca.csuca.org/Record/UCR.000036731?lng=en>
- Concepción Montiel, L. E. (2009). El análisis del discurso y su relevancia en la teoría y en la práctica de la política. *Revista Internacional de Pensamiento Político*, 5, 15–32. <https://doi.org/10.46661/revintpensampolit.1804>
- De la Fuente, M. (2015). Ideas de poder en la teoría feminista. *Revista Española de Ciencia Política*, (39), 173–193.

<https://recyt.fecyt.es/index.php/recp/article/view/38504>

- Díaz-González, J. A., Solís Bastos, L. P., Solórzano Alfaro, N. J., Rodríguez Aguilar, O. G., Mora, S., & Cascante Segura, C. H. (2022). *Informe de Encuesta: Percepción sobre aspectos de la coyuntura y las culturas políticas, en Costa Rica, 2022*. Universidad Nacional (UNA). <https://repositorio.una.ac.cr/items/cb54ceb3-a797-4790-a680-2cff924c04de>
- Figueiras, F. (2024). Discusión teórica sobre la comunicación política alternativa. En G. Sosa Hernández & K. Gilas (Coords.), *¿Cómo estudiar la Comunicación Política? Nuevas miradas a los conceptos centrales* (pp. 21–34). Universidad Nacional Autónoma de México, UNAM.
- Foucault, M. (1969). *Arqueología del saber*. Siglo Veintiuno Editores.
- García, N. (1984). Gramsci con Bourdieu. Hegemonía, consumo y nuevas formas de organización popular. *Revista Nueva Sociedad*, (71), 69–78. <https://nuso.org/articulo/gramsci-con-bourdieu-hegemonia-consumo-y-nuevas-formas-de-organizacion-popular/>
- Goldman, V. (2020). *La venganza de las Punks. Una historia feminista de la música. De Poly Styrene a Pussy Riot*. Contraediciones S.L.
- Martín, A. (2006). *Antropología del género*. Culturas, mitos y estereotipos sexuales. Ediciones Cátedra S.A.
- Medina Pérez, G. (2013). Deporte y comunicación política: ¿caminos o atajos para propiciar su encuentro? *Estudios Políticos*, (42), 157–179. <http://www.scielo.org.co/pdf/espo/n42/n42a08.pdf>
- Ortega Olivares, M. (2008). Fútbol, barras y violencia. En L. Cantarero, F. X. Medina, & R. Sánchez (Coords.), *Actualidad en el deporte: Investigación y aplicación* (pp. 51–65). Ankulegi Antropologia Elkartea. <https://www.ankulegi.org/wp-content/uploads/2012/03/0104Ortega.pdf>
- Preciado Gallego, S. (2018). Las barras de fútbol y el poder político en Colombia. *Forum*, (14), 185–205. <https://doi.org/10.15446/frdcp.n14.70306>
- Programa Estado de la Nación. (2022). *Estado de la Nación 2022*. Consejo Nacional de Rectores, CONARE. https://estadonacion.or.cr/wp-content/uploads/2022/11/PEN_informe_estado_nacion_completo_2022.pdf
- Programa Estado de la Nación. (2024). *Estado de la Nación 2024*. Consejo Nacional de Rectores, CONARE. https://estadonacion.or.cr/wp-content/uploads/2024/11/FINAL_2024_14nov.pdf
- Riorda, M. (2011). Gestionando certidumbres: La comunicación de crisis no es comunicación gubernamental, electoral ni de riesgo. L. Elizalde, D. Fernández, & M. Riorda (Eds.), *La gestión del disenso*. La comunicación gubernamental en problemas (pp. 7–44). La Crujía Ediciones.
- Rodríguez Aguilar, O. G. (2006). *Entre cánticos y graderías: La construcción de un colectivo juvenil del ámbito futbolístico en Costa Rica. El caso de La Ultra Morada*. [Tesis de maestría, Universidad de Costa Rica]. Kérwa repositorio. <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/items/8da0a11f-f190-49b4-861e-f0cf55e7225b>
- Rodríguez Aguilar, O. G. (2007). Barras futbolísticas y simbología: El graffiti en la Ultra Morada. *Revista Reflexiones*, 86(1), 29–43. <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/server/api/core/bitstreams/04c74585-3393-43f5-a622-31909f0c1957/content>
- Rodríguez Aguilar, O. G. (2014). Poder y conflicto en una barra de fútbol: El caso de la Ultra Morada. *Esporte e Sociedade*, 9(24), 1–20. <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/server/api/core/bitstreams/f0b8edc9-34a8-426e-8c47-b58f7669b6d0/content>
- Rodríguez Aguilar, O. (2018). Pandillas, cuadrillas y barras de fútbol: Prácticas plurales de la juventud. *Revista Rupturas*, 8(2), 101–120. <https://www.scielo.sa.cr/pdf/rup/v8n2/2215-2989-rup-8-02-101.pdf>

- Rodríguez Aguilar, O. G. (2019). La 'previa' y 'la salida': ¿prácticas rituales? En una barra organizada de fútbol en Costa Rica. En W. Soto Acosta (Ed.), *Discriminaciones socioculturales globales: entre el fútbol y la política* (pp. 167–192). CLACSO, IDESPO, Universidad Nacional.
- Rodríguez Aguilar, O., Porras Solís, Á. J., Díaz González, J. A., Solís Bastos, L., Mora Solano, S., Rodríguez Soto, M., & Guillén Araya, M. J. (2019). *Percepción de la población costarricense sobre fútbol y barras*, 2018. Instituto de Estudios Sociales en Población. (IDESPO) de la Universidad Nacional (UNA). <https://repositorio.una.ac.cr/items/be3fcc25-c284-409d-b374-f35b69a2febf>
- Saint Martin Parada, A. (2020). *Del estadio a las calles: La violencia de las barras bravas en el futbol mexicano* [Tesis de maestría, Centro de Investigación y Docencia Económicas]. Repositorio digital CIDE. <https://repositorio-digital.cide.edu/handle/11651/4250>
- Salazar Murillo, D. (2018, 7 de agosto). La Zurda: La barra antifascista y obrera que le canta al Guadalupe F.C. *Semanario Universidad*. <https://semanariouniversidad.com/bloque1/la-zurda-la-barra-antifascista-y-obrera-que-le-canta-al-guadalupe-f-c/>
- Sibaja Quesada, G. (2012). ¿Cómo estudiar la comunicación política? Un zoom a sus elementos clave. *Más Poder Local*, (11), 40–42.
- Sibaja Quesada, G. (2020). *Herramientas de comunicación política*. Instituto de Formación y Estudios en Democracia, IFED TSE.
- Stake, R. (2005). *Investigación con estudio de casos*. Morata.
- Suárez-Sierra, M. T. (2020). Representaciones Sociales de Adolescentes pertenecientes a las Barras. *Búsqueda*, 7(24), e489. <https://doi.org/10.21892/01239813.489>
- Viquez Calderón, D. (2006). *Juventud, barras de fútbol e identidad social* [Tesis de licenciatura, Universidad de Costa Rica]. Repositorio SIBDI UCR. <https://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr/items/31857e68-8bc2-48ff-b9bc-1f5f479c252a>