

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

**SEDE QUITO**

**CARRERA:**

**COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:**

**LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

**REVISTA DIGITAL SOBRE LOS JUEGOS POPULARES EN LA CIUDAD DE**

**QUITO**

**AUTORES:**

**GIOVANNY JAVIER GARZÓN VERA**

**BRYAN HERNAN HERNÁNDEZ VALLADARES**

**DOCENTE TUTOR:**

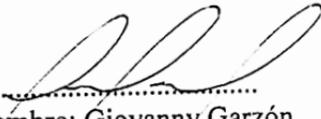
**ROBERTO CARLOS ROSERO ORTEGA**

**Quito, enero del 2018**

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo/ Nosotros Giovanni Javier Garzón Vera y Bryan Hernán Hernández Valladares, con documento de identificación N° 1720795382 y 0603579442, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy/somos autor/es del trabajo de grado/titulación intitulado: "Revista digital sobre los juegos populares en la ciudad de Quito", mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciados en Comunicación Social, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autor/es me/nos reservo/reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.



Nombre: Giovanni Garzón

Cédula: 1720795382

Fecha: 16/01/2018



Nombre: Bryan Hernández

Cédula: 0603579442

Fecha: 16/01/2018

### **Declaratoria de coautoría del docente tutor**

Yo declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el producto, Revista digital sobre los juegos populares en la ciudad de Quito realizado por Giovanni Javier Garzón Vera y Bryan Hernan Hernández Valladares, obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana, para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, Enero, 2018

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Roberto Rosero', written in a cursive style.

Roberto Carlos Rosero Ortega  
1713913042

## **Dedicatoria**

Dedico el trabajo primero a Dios por regalarme salud, sabiduría, fuerza y valor para culminar el trabajo de titulación y no decaer en el camino. A mis padres que con esfuerzo y esmero tuvieron que pasar por muchas peripecias para que pueda conseguir el sueño de ser un profesional responsable y dedicado a su trabajo; a mis hermanos que en todo momento me apoyaron en el largo camino universitario, con consejos y palabras sabias para que no abandone en ningún momento el sueño que tuve desde pequeño.

**Giovanny Garzón**

Gracias a Dios por darme la familia que me ha dado, por sus aportes, amor, inmensa bondad y apoyo. Les agradezco y hago presente mi gran afecto hacia ustedes mi hermosa familia. Madrecita querida ha sido un gran camino para los dos, te doy gracias por sacarme adelante y ser mi fortaleza. Sin ti y mi hija Isabella no lo hubiese logrado, gracias por ser parte de mi vida y demostrarme cuán bella es.

**Bryan Hernández**

## Índice

Introducción .....	1
Cultura popular .....	4
Juego popular.....	6
Escuelas de Comunicación .....	7
Escuela de Frankfurt .....	7
Industria cultural.....	9
Escuela Latinoamericana.....	10
Tecnologías de la información .....	11
Metodología.....	13
Resultado.....	15
Diseño editorial.....	16
Diagramación.....	17
Géneros periodísticos.....	17
Reportaje.....	18
Crónica.....	18
Conclusiones.....	20
Referencias bibliográficas.....	22

## **Resumen**

La modernidad, el capitalismo y las nuevas industrias culturales han ocasionado que los juegos populares queden relegados del imaginario social de los pueblos, poniendo como estilo de vida el uso de las TICS como la computadora, celulares (aplicaciones) y juegos electrónicos como entretenimiento masivo de los más jóvenes de una comunidad, generando que los espacios de socialización queden excluidos de la cotidianidad de los ciudadanos y a la vez se pierda la interacción comunicativa de una sociedad.

Los video juegos y aplicaciones de entretenimiento masivo- digital son parte de las tendencias actuales de comunicación e interacción de las industrias culturales, por su práctica han transformado a la cultura popular en una cultura de consumo, poniendo en peligro la identidad y cultura de los barrios de Quito. En los últimos años, los juegos populares han sido desplazados por los jóvenes debido al uso cotidiano y masivo de los aparatos electrónicos y nuevas tecnologías.

Juegos populares: Tradición y cultura es una revista digital que revaloriza la cultura y tradiciones de los juegos que aún se practican en los barrios de la ciudad. El trompo, pelota nacional, cometa, rumi, cocos, coches de madera, ecuavoley y el indor fútbol forman parte del contenido de la revista cultural, por la era tecnológica no son practicados por las personas, desplazándolos hacia la memoria histórica del contexto lúdico y social de Quito.

**Palabras clave:** cultura popular, identidad, juegos populares, interacción social, revista digital.

## **Abstract**

Modernity, capitalism and new cultural industries have caused popular games to be relegated from the social imaginary of the people, placing as a fundamental pillar of life the use of ICTs as the computer, cell phones (applications) and electronic games as a way of mass entertainment of the youngest members of a community, generating spaces for socialization to be excluded from the daily life of citizens and at the same time losing the communicative interaction between the subjects of a society.

Video games and massive-digital entertainment applications are part of the current communication and interaction trends of the cultural industries, which due to their practice have transformed popular culture into a culture of consumption, endangering the identity and culture of the neighborhoods of Quito. In recent years, popular games have been displaced by young people due to the daily and massive use of electronic devices and new technologies.

Popular Games: Tradition and Culture is a digital magazine that tries to revalue the culture and traditions of the games that are still practiced in the neighborhoods of the city. The spin, national ball, kite, rumi, coconuts, wooden cars, ecuavoley and the indoor soccer are part of the content of the cultural magazine, by the technological era are not practiced by people, moving them towards the historical memory of the playful context and Quito social

**Keywords:** popular culture, identity, popular games, social interaction, digital magazine.

## **Introducción**

El capitalismo global, aparatos tecnológicos y las nuevas industrias culturales han invadido las tradiciones de las diferentes culturas, provocando que la ciudadanía consuma bienes culturales para satisfacer sus necesidades. Las nuevas tecnologías (TICS) han ocasionado que las costumbres queden aisladas del imaginario social y cultural de las personas, ocasionando que los juegos populares queden relegados de las fiestas y cultura de los pueblos.

Las nuevas industrias culturales y tecnologías de la información son procesos de comunicación que permiten nuevas formas de interacción y entretenimiento masivo. Los seres humanos enfrentan una nueva experiencia interactiva y virtual de estas actividades, además de que generan un cambio en la visión cultural de cada sector, incrementándose el consumo masivo de aparatos tecnológicos y nuevas tecnologías.

El problema comunicacional que motivó a realizar la “Revista digital sobre los juegos populares en la ciudad de Quito”, es que los niños y adolescentes de la sociedad de la información están perdiendo su memoria histórica y cultural; o en la mayoría de casos no han conocido este tipo de actividades lúdicas que permiten la interacción comunicativa interpersonal entre ciudadanos.

Las tecnologías como los teléfonos celulares, internet, tablet, televisión y medios de comunicación masivos han incidido en el comportamiento de las personas, ocasionando que los juegos populares sean olvidados de la conciencia de los ciudadanos, generando que cada sector esté involucrado directamente con cualquier tipo de industria mercantil.

“Los juegos plantean dramatizaciones sobre actividades fundamentales para la humanidad, como la siembra, guerra o construcción, los juegos populares varían de forma significativa en función del lugar y la época a la que pertenecen” (Latorre, 2012, pág. 127).

Es importante que se creen espacios de comunicación, enseñando y difundiendo por medio de productos comunicativos, la historia e importancia de los juegos populares para que la cultura nacional, en nuestro caso la cultura de Quito no se pierda del imaginario social de la ciudad.

La investigación y diseño del producto editorial son importantes porque las nuevas generaciones están olvidando sus raíces culturales, en este caso la juventud ha perdido la costumbre de utilizar su cuerpo e imaginación para la práctica de los juegos populares en las fiestas locales. Además, no existen instituciones que se encarguen de producir material comunicativo enfocado a la revalorización del patrimonio intangible y tradiciones culturales.

La incorporación de nuevos y sofisticados aparatos de video juegos que se han posicionado en el mercado global y en la mentalidad de sus consumidores, han bombardeado masivamente la mente de niños y niñas, pues en la actualidad muchos de ellos prefieren quedarse en sus casas practicándolos, restringiéndoles la posibilidad de interactuar con otras personas en espacios públicos, área donde los juegos populares toman vida.

Cada juego lleva consigo parte de la identidad social y cultural de cada pueblo e involucra una dinámica donde el ser humano experimenta un cambio cultural, es así

como lo determina Gloria Briceño “El juego responde a una necesidad afectiva que da cauce a sus deseos irrealizables, es la respuesta a una necesidad social y colectiva” (Briceño, 2001, pág. 3).

A la vez, se han excluido los espacios públicos como lugares de integración social y cultural, en donde existía un intercambio de tradiciones culturales entre pueblos originarios de una nación.

El objetivo general planteado para la elaboración de la revista fue “Diseñar una revista digital que visibilice los juegos populares de la ciudad de Quito”, dado a partir de la incidencia en que en el estudio se observó que no existen productos comunicativos que trabajen temáticas culturales, en este caso sobre los juegos populares. Los objetivos específicos fueron tres.

Permitieron el adecuado proceso de elaboración de la revista digital como es la preproducción, recolectando información y documentación bibliográfica que permitió una investigación a profundidad de la temática. La producción que permitió la investigación sobre los diferentes juegos populares para ubicarlos en un contexto, a partir de la crónica y el reportaje y la postproducción que se basó en el diseño de la revista digital con el apoyo de herramientas tecnológicas como el Adobe Indisng, Photoshop e Ilustrador.

La importancia y propósito del estudio y elaboración de la “Revista digital sobre los juegos populares en la ciudad de Quito” fue dar conocer a la sociedad a través de acciones lúdicas y gráficas el proceso de construcción social de los juegos populares, y la formación de procesos de interacción social entre los miembros de una comunidad, ya

que esto se ha perdido en la actualidad, generando que se forme una sociedad aislada y comunicativa, donde “Los juegos populares encierran significados heterogéneos, bajo una misma estructura de comunicación motriz. Pone a la vista el carácter dinámico del ludismo en la manera de entenderlo y practicarlo” (Hernández & otros, 2015, pág. 14).

La revista digital “Juegos populares: Tradición y cultura” pretende revalorizar las historias de los personajes que hasta la actualidad practican los juegos, mostrar los espacios públicos, cultura popular y local de cada barrio de la ciudad, incentivando a que las nuevas generaciones que están inmersas con las nuevas tendencias tecnológicas y electrónicas no pierdan las costumbres, valores culturales y memoria social de los juegos populares de cada zona de la ciudad.

### **Cultura popular**

La cultura es percibida como los elementos, creencias, valores, experiencias o costumbres que tiene cada persona, pueblo o comunidad, distinguiéndolos y dándoles una identidad diferente a cada grupo social. Es así que Patricio Guerrero alega que la cultura “Tiene que ser mirada como una construcción específicamente humana, esa construcción hace posible que el ser humano llegue a constituirse como tal y a diferenciarse del resto de los seres de la naturaleza” (Guerrero, 2002, pág. 4).

La cultura es una construcción social en determinado tiempo y espacio social, los ciudadanos la construyen a partir de su propia cotidianidad e historia, lo que dependerá de la realidad social por la que estén pasando. Se denomina al concepto de cultura como “Un corpus integrado de creencias, leyendas y artes populares que están incorporados a la tradición de una comunidad. Las costumbres y usos que se esfuerzan en perpetuar las formas culturales antiguas” (Pacheco, 2012, pág. 19).

El concepto de popular se refiere a las actividades realizadas por el pueblo, o de las clases sociales menos favorecidas. Este concepto ha sido trabajado desde el pensamiento capitalista y desde la noción burgués.

La cultura popular es una construcción social de actividades realizadas por un grupo de sujetos de un pueblo caracterizado por creencias, costumbres y experiencias, lo que determina su identidad. La cultura popular es transformada cotidianamente por “La gente común y es construida en la cotidianidad, gracias a la inteligencia y capacidad creadora y práctica de la gente común, cada cual cuenta con su identidad y diferencia social” (Guerrero, 2002, pág. 68).

Nuestros ancestros al conservar la cultura nacional intentan transmitir los juegos populares a las nuevas generaciones que se van adaptando al mundo, pero en el contexto social actual no se da, ya que la industria cultural, capitalismo y el consumismo han ido apoderándose de la memoria colectiva de los más jóvenes, los cuales no han tenido la oportunidad de conocer los juegos populares que eran utilizados quizás por sus abuelos en épocas pasadas. “La integración del juego de habilidad física en el medio del video lúdico ha permitido sumergirlo en mundos llenos de variabilidad y sorpresas, saliendo de los espacios cotidianos donde solían tener lugar los juegos populares en el barrio” (Latorre, 2012, pág. 9).

Jesús Martín Barbero analiza que la cultura está siendo corrompida y transformada por las nuevas industrias culturales como las nuevas tecnologías provenientes de las zonas industriales, provocadas por la modernidad y el capitalismo. El dinero ha transformado el estilo de vida de los ciudadanos, poniendo como necesidad primaria el consumo de

bienes culturales y eliminando la práctica de los juegos populares en zonas urbanas y periféricas de una comunidad.

La cultura y sus saberes ancestrales son importantes para un pueblo o región, siendo la representación de su identidad nacional y territorial. Benavides quien cita a Stanley Hall afirma que “El juego no es más que una recogida de datos provenientes de las costumbres de culturas anteriores, convirtiéndose así en una recapitulación breve de la evolución de la especie” (Benavides, 2006, pág. 18).

### **Juego popular**

El juego popular por varias décadas ha permitido que las sociedades conserven su memoria histórica y cultural, evidenciándose un compartir de costumbres y tradiciones a través de una interacción social de las personas que participan de forma lúdica. “Actualmente, las comunidades y barrios se encuentran inmersos en una serie de situaciones y problemáticas que han propiciado el deterioro de valores sociales, culturales y espirituales, indispensables para la armonía con uno mismo, el prójimo y el entorno” (Castro, 2008, pág. 7).

Al analizarlos desde un ámbito socio- cultural no toman en cuenta etnia, edad, sexo o condición social porque es una actividad lúdica que involucra a todos los sujetos y comunidades, con la finalidad de que exista una integración e interacción social, transmitiendo valores culturales a las nuevas generaciones, los juegos populares son “Hechos sociales porque son parte de una comunidad y cultura propia, permiten un proceso de comunicación que beneficia al aprendizaje y valoración del tesoro cultural que posee cada pueblo” (Pacheco, 2012, pág. 20).

Forman parte de la vida cotidiana de las personas, permitiéndoles una participación de forma creativa, dándose la transmisión de valores culturales de generación a generación. “Las expresiones propias del ámbito del juego, las diversiones y las fiestas son puestas en un lugar secundario, sin apenas intentos por propuestas para su recuperación y promoción” (Tabares, 2010, pág. 5).

### **Escuelas de Comunicación**

Para la investigación y diseño de la revista de los juegos populares se tomó como referencia para el marco teórico a la Escuela de Frankfurt y la Escuela Latinoamericana de Comunicación.

Para la primera escuela se escogió a la teoría de la Cultura de Masas enfocada en la Industria Cultural, basadas en los autores Adorno y Horkheimer, y por la segunda escuela de comunicación a la teoría de las Nuevas tecnologías de la información del autor Jesús Martín Barbero. Estas teorías analizan el advenimiento de la sociedad capitalista en la comunidad global, representada por una sociedad de consumo de bienes culturales y el posicionamiento de las industrias culturales como la tecnología, medios de comunicación y nuevas tecnologías de información, transformando a la cultura popular en una cultura de consumo.

### **Escuela de Frankfurt**

Se encarga de analizar al capitalismo, visto como una forma maliciosa de ver al mundo social y cultural, apoderándose del estilo de vida de los ciudadanos e induciéndolos al consumismo masivo de bienes culturales. Los aparatos electrónicos y la tecnología son utilizados para satisfacer las necesidades humanas como objetos gratificantes, generando

que la cultura popular entre en constante cambio y las costumbres de los pueblos se pierdan con el tiempo. Por medio de “Los medios de comunicación se crea una cultura degradada y degradante, a través de una dominación cultural que se expresa a través de los medios masivos” (Maigret, 2005, pág. 108).

Los ciudadanos ya no son vistos como personas consientes, poseedoras de un raciocinio lógico y crítico, sino más bien percibidos por el mundo capital y productivo como seres consumidores, adaptándose a un nuevo estilo de vida, acabando con las tradiciones, cultura, costumbres y todo lo que se refiere a actividades ancestrales.

Esta escuela de comunicación propone a través de sus autores que la cultura ha sido transformada como un tipo de producción mercantil, cambiando el modo de vida de los ciudadanos por medio del consumismo irracional.

El capitalismo ha hecho que la cultura popular sea transformada en una cultura de consumo, aislando y despojando del pensamiento de las personas las principales costumbres y tradiciones que los caracterizan como parte de una comunidad o pueblo. Así lo asevera Néstor García Canclini que el “Consumir se relaciona a gastos inútiles y compulsiones irracionales. Es el conjunto de procesos socio-culturales en que se realiza la apropiación y los usos de los productos” (García Canclini, 1995, pág. 41).

Además, la ideología ha sido utilizada por la modernidad como un aparato de comunicación que ha formado discursos de legitimación y poder de las culturas elitistas, las cuales a través de la producción y difusión de productos mercantiles a través de la industria cultural se ha posicionado nuevas formas de consumo, lo que ha ocasionado la des culturalización de los pueblos, ocultando la identidad, cultura y actividades

populares de las comunidades locales, como los juegos populares de Quito que han dejado de ser practicados por los ciudadanos y jóvenes de la ciudad, dándose una pérdida de la cultura popular lúdica.

### **Industria cultural**

La industria cultural es un término proveniente del capitalismo, caracterizado por la invención de nuevos aparatos electrónicos y tecnológicos como la computadora, tablet, televisión, cine y el celular con sus aplicaciones digitales que transformaron e innovaron el entretenimiento social de los pueblos, asumiendo importancia en la formación de conciencia de sus consumidores y responsabilizando el avance de la técnica como un medio de entretenimiento y engaño de las masas.

La industria cultural generó nuevas formas de cultura, invisibilizando a los sujetos sociales, los cuales adquirieron nuevos estilos de vida, precedido por el consumismo. Además, ocasionó que la comunicación e interacción interpersonal entre los sujetos se transforme en una comunicación aparato-sujeto. “La industria cultural es un bombardeo permanente de entretenimientos que afectan el juicio y adormecen la razón. Llegó a destruir la cultura popular del pasado, de las tradiciones que se fundamentaban en un arte inferior” (Maigret, 2005, pág. 110).

Por ello la gente se volvió en un objeto de consumo, convirtiéndose en máquinas que siguen una línea de tiempo. “Actualmente las comunidades, barrios y ambientes se encuentran inmersos en una serie de situaciones que han deteriorado los valores culturales. Los estereotipos culturales se han apoderado de las mentes y entornos, llenos de dispositivos de seguridad” (Castro, 2008, pág. 7).

La industria cultural ubicó en la historia a los juegos populares y costumbres ancestrales, dejándolos en espacios sub culturales o subdesarrollados. Ubicó en instancias de importancia a las culturas consideradas como elitistas, las cuales han inducido dentro del imaginario social de los niños y de la comunidad en general nuevas formas de consumo de bienes culturales, creando a través del tiempo culturas híbridas que han ido compartiendo experiencias.

### **Escuela Latinoamericana**

Por otra parte, la escuela Latinoamericana de Comunicación se enfoca en investigaciones sobre la cultura y comunicación en América Latina, dando énfasis a los procesos sociales. En América Latina se empiezan a realizar estudios referentes al desarrollo de la comunicación, ya que normalmente los estudios que se hacían eran pensados a partir del contexto europeo.

Autores como Néstor García Canclini, Jesús Martín Barbero, Renato Ortiz y Guillermo Orozco empezaron a crear teorías que les permitiesen analizar las problemáticas sociales, económicas, políticas y culturales que se daban en los países latinoamericanos, analizando que la cultura estaba siendo reemplazada y transformada por ideologías e industrias culturales como la tecnología, que se apoderaba del pensamiento de sus coterráneos y ocasionando que las tradiciones ancestrales (juegos populares) empiecen a ser olvidados por los ciudadanos de esta región.

A partir de los años 80 en América Latina se trabaja con el concepto de comunicación alternativa y popular, se piensa que este tipo de comunicación la practicaban las clases sociales que no eran dominadas por los grupos hegemónicos de poder. “En América

Latina la irrupción de las nuevas tecnologías se presenta como una modernización que se apropia de lo cultural. La sociedad se informatiza o muere, es la consigna del capital en crisis” (Martín-Barbero, 1991, pág. 198).

Los niños al ser bombardeados por las nuevas tecnologías como los teléfonos celulares y los juegos electrónicos, con el transcurrir del tiempo han perdido la comunicación, interacción e integración social con otros sujetos, lo que ocasiona que se conviertan en seres unidimensionales y maquinizados que van eliminando los valores culturales de sus comunidades.

### **Tecnologías de la información**

Con el surgimiento y posicionamiento de las nuevas tecnologías de la información, las sociedades latinoamericanas empezaron a olvidar sus tradiciones culturales, generando que este tipo de actividades ancestrales queden relegadas de la vida social y comunitaria.

Las nuevas tecnologías de información y aparatos tecnológicos han transformado a la cultura y la forma de vida de los ciudadanos, posicionando a la cultura de consumo como una forma de vida cotidiana. “La modernidad se caracteriza por la omnipresencia de la técnica y por la mercantilización de las relaciones humanas. Los miembros de las sociedades industrializadas están expuestos al sufrimiento psicológico y son particularmente vulnerables desde el punto de vista ideológico” (Maigret, 2005, pág. 109).

Si una sociedad no se alinea a las nuevas tecnologías por medio de la memoria electrónica y no consume bienes a los países industrializados, no dará un paso importante a la modernidad. Las tecnologías de la información y aparatos electrónicos

intentan aislar a la cultura popular de la vida cotidiana de los sujetos de una sociedad. “La memoria electrónica ocasiona que nuestros pueblos estén renunciando a tener y acrecentar su propia memoria, en atraso y modernidad, la memoria cultural no cuenta, no es aprovechable” (Martín-Barbero, 1991, pág. 199).

Las nuevas tecnologías de la información han generado que las sociedades actuales sean acríticas, sin pensamiento de respuesta o protesta a los productores de bienes culturales que tienen como fin satisfacer los fetiches o gustos de las sociedades modernas.

Toda esta problemática ocasiona que los niños pierdan el interés cultural por los juegos populares de sus comunidades. “Las tecnologías no son meras herramientas transparentes, y no se dejan usar de cualquier modo, son la materialización de la racionalidad de una cultura y de un modelo de organización del poder” (Martín-Barbero, 1991, pág. 201).

Las nuevas tecnologías y el consumismo se han apoderado del pensamiento de los niños y niñas de los pueblos, dando como resultado que las tradiciones ancestrales como los juegos populares queden relegadas como una actividad histórica.

La modernidad ha ubicado en la historia a los juegos populares y costumbres ancestrales, dejándolos en espacios sub culturales o subdesarrollados, creando a través del tiempo culturas híbridas. “En el mundo andino los juegos populares toman importancia en las celebraciones, fiestas, y tiempos libres, pues estas tradiciones se muestran como rituales dentro de las celebraciones sociales” (Pacheco, 2012, pág. 27).

## **Metodología**

Para la investigación y ejecución del producto digital sobre los juegos populares se utilizó una investigación de carácter descriptiva, su objetivo central es la descripción de los fenómenos, situaciones o eventos que se dan alrededor de un sector social específico. “Se sitúa en un primer nivel del conocimiento científico usando la observación, estudios correlacionales y de desarrollo” (Barrantes, 2000, pág. 64).

Permitió describir los fenómenos que causa que los juegos populares sean eliminados de la vida cotidiana y de la memoria cultural de las personas. El paradigma utilizado fue el naturalista, su interés se centra en el estudio de los significados de las acciones humanas y sociales. Rodrigo Barrantes piensa que “El sujeto y objeto interactúan para construir el conocimiento y su finalidad es comprender e interpretar la realidad, los significados de las personas, percepciones, interacciones y acciones que realizan los diferentes grupos sociales” (Barrantes, 2000, pág. 60).

El método utilizado fue la etnografía. Nos permitió perseguir la descripción del carácter interpretativo de la cultura, formas de vida y la estructura social del grupo al que se estudió. La investigación se la realizó dentro del sector del centro histórico de Quito en el barrio San Roque y La Ronda, además de los barrios La Carolina, Mena dos, Chillogallo, Santa Rosa, Chimbacalle, Ciudadela México, San Isidro de Puengasí, en donde aún se sigue practicando estos juegos populares.

El enfoque que nos permitió avanzar en la investigación fue el cualitativo, orientado al proceso de investigación. “Su objetivo es el de descubrir o generar teorías poniendo

énfasis en la profundidad del análisis de investigación y está interesado en comprender la conducta humana y social desde el propio marco de referencia de quien actúa” (Barrantes, 2000, pág. 60).

Las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de información fueron las entrevistas no estructuradas a profundidad, las cuales no tuvieron una secuencia de preguntas fijas para tener la posibilidad de repreguntar si la investigación lo requería y ampliar cualquier tipo de punto, fundamentando mejor las respuestas que se dieron por parte de los actores sociales que estaban involucrados dentro del tema escogido en la investigación.

Se aplicó una observación participante, recogiendo notas de campo para ampliar la investigación y observar cómo se da el ámbito de los grupos culturales dentro de los juegos populares, se lo hizo a partir de entrevistas, videos y fotografías que permitieron plasmar las experiencias y vivencias de los sujetos involucrados en el fenómeno social. Además, se utilizó grabación de conversaciones y anécdotas de experiencias de las personas que estuvieron involucradas dentro del proceso de investigación.

## **Resultados**

En el proceso de investigación y recolección de información en los barrios de Quito, se evidenció que la mayoría de juegos populares citados en la revista son mayoritariamente practicados por personas adultas de 35 a 70 años, quienes intentan revalorizar los juegos populares que se han insertado en la sociedad como formas de recreación, interacción comunicativa entre emisor y receptor; como parte esencial de nuestra cultura e identidad local.

Existen pocos espacios públicos para la práctica de los juegos populares, debido al crecimiento urbano que se ha dado en la ciudad en los últimos años. Con la creación de nuevos espacios modernos, se ha restringido la práctica de los juegos populares en espacios que normalmente eran utilizados por los ciudadanos, quienes por la falta de espacio han dejado de practicar los juegos, generando que la identidad cultural de los barrios desaparezca con el transcurrir de los años.

La información recogida para la elaboración de la revista es útil para darse cuenta de la problemática que presentan los juegos populares en la actualidad, referida a la pérdida de la identidad cultural de los habitantes de la ciudad. La interacción social es importante en la sociedad para que la cultura e identidad de Quito se mantengan intactas en la memoria social de los barrios y ciudadanos de la ciudad.

La revista se elaboró con el fin de revitalizar los juegos populares en la memoria social de Quito, especialmente en las nuevas generaciones, ya que con la invención de las nuevas industrias culturales y las tecnologías de la información (TICS) han ocasionado que las practicas lúdicas se pierdan de los barrios y vida cotidiana de las personas,

generando que exista una pérdida de la identidad cultural de los juegos en la ciudadanía quiteña.

### **Diseño editorial**

En el diseño editorial se trabajó con formas, cromática, tipografía, e imágenes para la construcción del producto comunicativo, elementos indispensables en el diseño gráfico.

Se utilizó 3 tipos de estilos de tipografía diferentes. La tipografía Sans Serif fue utilizada en la redacción de textos de reportajes y crónicas de cada juego, letra que permite una lectura legible. Para el texto de los créditos de la revista se utilizó la tipografía Lucida Sans Typewriter y para los títulos de cada juego, personajes y frases de los mismos la tipografía Arial Black.

Se utilizó formas como cajas de texto con una transparencia de color blanco de 35 % para que se pueda notar la imagen y texto en cada redacción, también se lo hizo en los nombres de cada personaje, a diferencia que la caja de texto fue de color azul con una transparencia de 45 %.

Se trabajó con solvencia el alineado y el párrafo, los textos fueron justificados correctamente, utilizando un orden en los distintos párrafos para dar fluidez a todo el contenido. Se utilizó el método de los párrafos separados, permite que el texto sea entendible y que el lector tenga la posibilidad de realizar pausas al momento de la lectura. Este tipo de párrafo “Cumple con la función de hacer evidente el cambio de idea. Funciona bien en páginas formadas a dos o más columnas, haciendo una lectura suficientemente relajada, gracias a la profusión de descansos breves” (Buen, 2005, pág. 180).

La cromática utilizada en la revista fue variada, a cada juego se le dio un color específico como una forma de identificación y división en la revista.

### **Diagramación**

En la diagramación de la revista, se trabajó con varias secciones como la portada, créditos, editorial, juegos populares y contraportada. El formato de la revista fue A4 en sentido horizontal, se escogió este formato porque la diagramación permite dar más espacio y fluidez a las imágenes y al texto narrativo. En cada juego se utilizó 10 páginas, distribuyéndose fotografías y contenido textual como el reportaje y la crónica.

El orden fue el siguiente trompo, indor, coches de madera, pelota nacional, ecuavoley, cometas, cocos y rumi. Cada juego fue identificado con un color diferente para demarcar cada sección de la revista. El logotipo de la revista fue “Juegos populares, tradición y cultura”, nombre que identifica y demarca todo el tema trabajado.

Al empezar cada juego se trabajó con una fotografía con un fondo negro y el respectivo título, con la finalidad de dar a conocer al lector de que empieza una nueva sección o juego dentro de la estructura de la revista. Cada juego tiene dos fotografías de personajes de diferentes barrios, acompañadas de su respectiva crónica que cuenta la historia de cada uno de ellos. En algunas páginas existe más peso visual de las fotografías, para que los lectores utilicen narrativas visuales como una forma de obtener información.

### **Géneros periodísticos**

Los géneros periodísticos utilizados fueron el reportaje y la crónica, ambos son géneros de investigación e interpretación periodística.

## **Reportaje**

En el reportaje se extiende más la información, topando una variedad de temáticas. Para esto se necesitó más investigación y trabajo de campo para el correcto proceso de producción de la revista.

Por el mismo motivo se investigó a distintas fuentes, con entrevistas a profundidad a personas entendidas del tema. Según el texto *La prensa, un recurso para el aula* “Consiste en la narración de un hecho actual, con una extensión mayor que la noticia y en la que el autor profundiza en los antecedentes y repercusiones de lo acontecido, hay mayor libertad expositiva y desarrolla un estilo literario propio” (Ministerio de educación, cultura y deporte de España, 2012, pág. 8).

## **Crónica**

A la vez se implementó en la revista a la crónica, género descriptivo e interpretativo. A la hora de su redacción el periodista puede jugar con el lector contándole los acontecimientos con descripciones físicas de personas y lugares. En ambos géneros periodísticos se utilizaron citas, mismas que ayudan al comunicador a la hora de transcribir y resumir la información, a más de dar la veracidad al tema investigado. “La crónica es una noticia ampliada y comentada sobre un tema, que lleva la firma de su autor. Se hace una narración personalizada, subjetiva y personal de los hechos” (Ministerio de educación, cultura y deporte de España, 2012, pág. 14).

Al pasar por las etapas de preproducción, producción y postproducción el resultado que se obtuvo fue una revista digital con armonía visual y textual de 84 páginas en total, 10 páginas por cada juego popular que contienen fotografías y textos periodísticos de personajes, juegos y barrios de la ciudad que aún practican este tipo de actividad lúdica en Quito. La contraportada en forma de collage permite visualizar todos los juegos

trabajados en la revista, además con su respectivo logotipo que da a conocer el tema que se investigó y trabajó durante toda la etapa de investigación.

## Conclusiones

Los juegos populares son indispensables para que los niños conozcan sus raíces culturales, interactuando con otros sujetos de un mismo entorno social. Este tipo de actividad lúdica ya no es practicado en espacios públicos como parques, plazoletas y especialmente en las escuelas, por causa de la falta de instrumentos comunicacionales que permitan la difusión de información de estas actividades.

La cultura y los sujetos que forman parte de ella a nivel global se están reestructurando a causa de las nuevas industrias culturales y el capitalismo. Producen la adquisición del consumismo como una forma de vida natural, dando como resultado que las sociedades actuales posean culturas híbridas, a causa de la interacción y mezcla de diferentes culturales locales y extranjeras.

La mayoría de los juegos trabajados en la investigación y elaboración de la revista están desapareciendo de la memoria de los niños a causa de las nuevas tecnologías, se está eliminando la tradición cultural de los juegos populares. Los conocimientos ancestrales ya no se los está transmitiendo hacia las nuevas generaciones, por falta de interés de las mismas.

La modernidad, el capitalismo y las nuevas industrias culturales han ocasionado que los juegos populares queden relegados del imaginario social, poniendo a las nuevas tecnologías de información como los teléfonos celulares y juegos electrónicos como una forma de entretenimiento masivo de los más jóvenes de una comunidad, generando que los espacios de socialización queden excluidos de la vida cotidiana de los ciudadanos.

El crecimiento urbano de Quito ha generado que en el transcurrir de los años los espacios públicos para la práctica de los juegos populares decrezcan, perjudicando que los ciudadanos no puedan seguir jugando los juegos, perdiéndose la cultura lúdica popular en las nuevas generaciones.

La tecnología y las nuevas industrias culturales creadas por el capitalismo y la modernidad han ocasionado que los niños no se interesen por conocer la cultura lúdica de las ciudades, generando que la identidad de los juegos populares no sean transmitidas de generación a generación.

A pesar de la eliminación de los espacios públicos y la invención de las TICS todavía existen en Quito personajes que intentan revalorizar los juegos populares en sus barrios, con la finalidad de que los juegos populares no desaparezcan del imaginario cultural de la ciudad y que la identidad local de cada barrio sea transmitida y difundida hacia los más pequeños.

No existen medios de comunicación que se encarguen de crear propuestas comunicativas que permitan que los juegos populares y las actividades ancestrales sean difundidos. Se debe trabajar en espacios de comunicación con la finalidad de difundir contenidos culturales hacia las nuevas generaciones, para que conozcan la identidad y cultura de los juegos populares de cada barrio de la ciudad y el país.

## Referencias bibliográficas

- Hernández, J., Navarro, V., Jiménez, F., & Castro, U. (2015). Análisis diacrónico de la comunicación motriz de los juegos y deportes tradicionales canarios. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y del Deporte*, 15(57), 123-137. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=54238756008>
- Briceño, G. (2001). El juego de los niños en transición. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 7(14), 71-87. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31601404>
- Tabares, F. (2010). Juegos populares y tradicionales, ocio y diferencia colonial. *Polis Revista de la Universidad Bolivariana*, 9(26), 1-12. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30515373008>
- Castro, M. (2008). Generación tras generación, se recobran los juegos tradicionales. *MH Salud*, 5(1), 1-8. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=237017527002>
- Latorre, P. (2012). Del Ajedrez a Star Craft: Análisis comparativo de juegos tradicionales y videojuegos. *Grupo Comunicar*, 19(38), 121-129. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15823083015>
- Martin-Barbero, J. (1991). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, Cultura y Hegemonía*. México: Grijalbo.

- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- Pacheco, I. (2013). *Juegos tradicionales ecuatorianos en el desarrollo psicomotor grueso del niño de 5 años del jardín de infantes "Eugenio espejo" del distrito metropolitano de Quito* (tesis de grado). Universidad Central, Quito, Ecuador.
- Benavides, K. (2006). *Socialización en las escuelas municipales de los juegos tradicionales, mediante productos comunicativos* (tesis de grado). Universidad Politécnica Salesiana, Quito, Ecuador.
- Maigret, E. (2005). *Sociología de la Comunicación y de los medios*. Bogotá: Fondo de Cultura Económica.
- Parra, J. (2010). *El rescate de los juegos populares ecuatorianos y su aplicación en la animación turística* (tesis de grado). Universidad de Cuenca, Cuenca, Ecuador.
- Barrantes, R. (2000). *Investigación: Un camino al conocimiento*. Costa Rica: Euned.
- Buen, J. (2005). *Manual del diseño editorial*. México: Santillana.
- Ministerio de educación, cultura y deporte de España. (2012). *La prensa, un recurso para el aula*. España: Formación en red.
- Guerrero, P. (2002). *La Cultura: Estrategias conceptuales para entender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia*. Quito: Abya Ayala.