

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA:

COMUNICACIÓN SOCIAL

Trabajo de titulación previo a la obtención de título de:

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**SOCIABILIDADES E IDENTIDADES EN EL DEPORTE BARRIAL –
ESTUDIO DE CASO “BARRIO CHIMBACALLE”**

AUTORES:

CRISTIAN ALEXANDER CORRAL ROMÁN

BRAULIO RICHARD DELGADO LIMA

TUTOR:

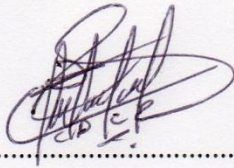
JAIME PATRICIO TORRES MEDRANO

Quito, septiembre de 2017

Cesión de derechos de autor

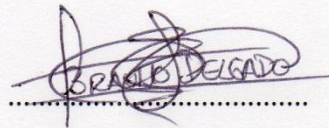
Nosotros, Cristian Alexander Corral Román y Braulio Richard Delgado Lima, con documento de identificación N° 172724108-3 y 172684470-5 manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que somos autores del trabajo de titulación intitulado: SOCIABILIDADES E IDENTIDADES EN EL DEPORTE BARRIAL EN QUITO. ESTUDIO DE CASO: BARRIO CHIMBACALLE, mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado 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.



.....
Cristian Corral

172724108-3



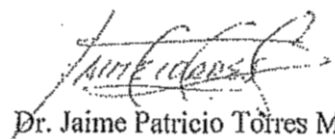
.....
Braulio Delgado

172684470-5

Declaratoria de coautoría del docente tutor/a

Yo declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el Producto Comunicativo, REVISTA DIGITAL SOBRE LAS SOCIABILIDADES E IDENTIDADES EN EL DEPORTE BARRIAL EN QUITO. ESTUDIO DE CASO: BARRIO CHIMBACALLE realizado por Cristian Alexander Corral Román y Braulio Richard Delgado Lima, obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana, para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, septiembre de 2017


Dr. Jaime Patricio Torres Medrano

1709295149

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mi familia; a mis padres Holjer y Teresa por ser el soporte en los momentos difíciles de mi vida; a mis hermanos Joel y Dayana por apoyarme en la consecución de cada uno de mis objetivos y a mis amigos por acompañarme permanentemente.

A los moradores, dirigentes deportivos, deportistas y familias de Chimbacalle, por la generosidad y fraternidad brindada en todo este trayecto.

Cristian Corral

Dedico este trabajo a mis padres Raúl y Blanca, por estar presentes en todo este proceso educativo y en todos los momentos de mi vida; a mis hermanas Elena y Marylin, sobrinos Dylan y Dennise y amigos por acompañarme y ser un apoyo incondicional.

A los moradores y dirigentes deportivos de Chimbacalle por abrirnos las puertas de sus hogares y permitirnos elaborar nuestro producto.

Braulio Delgado

Agradecimiento

Expresamos nuestro sincero agradecimiento a la Universidad Politécnica Salesiana por brindarnos las herramientas necesarias para nuestra formación profesional y humana, a nuestro tutor Jaime Torres y al Lic. Víctor Hugo Salgado por todo el acompañamiento profesional y estima que nos brindaron para la elaboración de este producto. Además retribuimos de manera especial a los docentes Mauro Ruíz y Roberto Rosero por brindarnos su amistad y guía para el mismo.

Cristian Corral – Braulio Delgado

Índice de contenidos

Introducción	1
Comunicación y ciudad	2
La ciudad	5
El deporte en el barrio	13
Barrio	14
Deporte	15
Deporte barrial	16
Objetivo general	17
Objetivos específicos.....	17
Justificación.....	18
Metodología	19
Diagramación	21
Resultados	23
Conclusiones	25
Referencias bibliográficas.....	26

Índice de tablas

Tabla 1. Diagramación y contenido.	22
---	----

Resumen

El presente trabajo se centró en el barrio Chimbacalle, uno de los más tradicionales de la ciudad de Quito por las diversas prácticas deportivas que lo caracterizan. Este producto es importante porque visibiliza las interacciones que desde el estudio de los axiomas de la comunicación de Palo Alto, se dan en el deporte barrial visibilizando que identidades se forman a partir de la interacción y como se genera sentido a través de la sociabilidad.

Para realizar el producto comunicativo (Revista Digital: Identidades y Sociabilidades en el deporte barrial – Estudio de Caso “Barrio Chimbacalle”) sobre las sociabilidades e identidades del deporte barrial; se empleó la investigación descriptiva para analizar, explorar y determinar contextos y variables en una situación específica para una clara comprensión de la realidad. Además de utilizar la hermenéutica que hace factible el estudio de los significados de las acciones humanas y de la vida social.

Por medio de los géneros periodísticos y levantamiento de información se pudo encontrar que el deporte barrial no solo es institucionalizado sino que en todas sus prácticas se pueden encontrar grados de interacción que generan sentido de pertenencia en sus habitantes. También se visibilizó que hay varios elementos que pueden modificar la conducta de las personas que practican deporte, siendo la migración uno de los factores determinantes para los cambios en los espacios donde se practica deporte.

Palabras claves: Sociabilidad, identidad, comunicación, barrio, deporte.

Abstract

This handicraft article is centered in Chimbacalle district, one of the most traditional of the city of Quito because of many sports practices that characterize it. This product is important because makes it easy to see interactions from the study of the axioms of communication of Palo Alto, occurring in the neighborhood sport visibility which identities are formed from the interaction and how it generates sense through sociability.

To perform the communicative product (Digital magazine: identity and sociability in the neighborhood' sport - case study: "Chimbacalle Neighborhood") on sociability and identities of neighborhood sport. Descriptive research was used to analyze, to explore and to determine contexts and variables in a specific situation for a clear understanding of the reality.

In addition, to use the hermeneutic makes it possible the study of the meanings of human actions and social life. Throw the journalistic genders and the researching of the right information, it could be found that the sport in a neighborhood not only is institutionalized, but in its every practice, degrees of interaction generate a sense of belonging in its habitants.

It also recognized that there are many elements that can change the behavior of people who practice sports, being migration one of the determinants for changes in areas where the sport is practiced.

Keywords: sociability, identity, communication, neighborhood sport.

Introducción

En la Ciudad de Quito el deporte barrial agrupa a gran cantidad de personas especialmente los fines de semana, donde más que una competencia se trata de una actividad que reúne a toda la familia. A esta manifestación la vamos a llamar sociabilidad, entendido como la práctica de la socialización y como esta puede generar identidad en las personas.

La investigación se centró en el barrio Chimbacalle, uno de los más tradicionales de la ciudad de Quito por las diversas prácticas deportivas que lo caracterizan. Los deportes que más se practican son: el fútbol, básquet, ecuavoley y otros de menos aceptación como el box. Sin embargo al hacer referencia al deporte, este se encuentra ligado a la institucionalización dejando de lado las prácticas comunicativas entre los sujetos que lo practican.

Por tal motivo este producto es importante porque visibiliza las interacciones que desde el estudio de los axiomas de la comunicación de Palo Alto, se dan en el deporte barrial visibilizando que identidades se forman a partir de la interacción y como se genera sentido a través de la sociabilidad. Se tomaron en cuenta los cinco axiomas de la comunicación, planteados por la escuela de Palo Alto; en base a esta teoría se relacionaron los diferentes campos en los que se estructura el producto: Comunicación, ciudad, barrio, identidad, sociabilidad, deporte y deporte barrial.

Las prácticas sociales y culturales que se manifiestan a través de este deporte han sido objeto de evolución y han sido transmitidas de generación en generación, dentro de la ciudad de Quito hay varios equipos que no son solo creados para la diversión y el libre

esparcimiento, sino que guardan una profunda tradición. Cientos de familias tienen sus equipos en las diferentes ligas barriales donde se reúnen cada fin de semana para compartir y apoyar a cada uno de los suyos.

Comunicación y ciudad

La palabra “comunicación” viene del latín “comunis” o “comunicare”; podría afirmarse que comunicación es poner en común ideas, conceptos, sentidos, argumentaciones o actitudes. La comunicación es una cualidad del ser humano con la que se puede interactuar con el medio que la rodea, esta disciplina nos constituye como sujetos sociales.

Como una primera aproximación en el proceso de la comunicación se plantean elementos que son imprescindibles para que ésta sea correcta: fuente, mensaje y destinatario. Sin embargo este concepto no permite visibilizar otros elementos como el contexto y la historia en relación con la economía, política, ecología entre otras. En la actualidad hablar de comunicación también implica diálogo, intercambio e interacción, ello permite construir diversos campos de comprensión en relación a la comunicación.

Uno de los espacios donde se produce comunicación es la ciudad, aquí los individuos interactúan sobre varios temas coyunturales, y fortalecen relaciones de convivencia. En este marco, el estudio de la comunicación en la ciudad ha sido abordado desde una perspectiva del espacio, de lo rural y urbano, de un sentido de producción y de consumos culturales.

Existen una multiplicidad de miradas al respecto, esto ha dado paso a la conformación de corrientes de pensamiento y teorías que han intentado explicarla, esta producción se

la realizó en determinados centros de estudio, entre los más conocidos están la escuela de Chicago y Frankfurt, los Estudios Culturales de Birmingham y la Corriente Latinoamericana; estas escuelas de la comunicación han estudiado varios temas que son de interés para el presente trabajo, por ejemplo: la ciudad como espacio de convivencia e interacción, el entender la comunicación humana y el estudio de los medios de comunicación, sociedad y cultura. Se destacan pensadores independientes como: Daniel Prieto Castillo, Mario Kaplún, Eliseo Verón, Elena Gutiérrez, Rosa María Alfaro, Jesús Martín Barbero, Néstor García Canclini.

Una de las escuelas de la comunicación fue la de Chicago, entre sus principales representantes menciona a los siguientes:

Figuras como Robert Park (1864-1944), Ernest W. Burgess (1886-1966), W.I. Thomas (1863-1947), Charles H. Cooley (1864-1929) o George Herbert Mead (1863-1931) representantes de una orientación que se convertiría en uno de los más importantes desarrollos teóricos de la psicología social sociológica (Garrido, Ramírez, María Vieira, & Burillo, 2013, pág. 63).

Esta escuela desarrolló un enfoque general de la teoría social, subrayando el papel de la comunicación en la vida social (Lazar, 1995). Otra de las escuelas importantes es la Escuela de Frankfurt, inició en 1923 con el origen del Instituto para la Investigación Social, pero fue en 1932 cuando Horkheimer asume la dirección del mismo y se convierte en un grupo con planteamientos teóricos propios.

Los representantes más característicos de la Escuela de Frankfurt según son: “Max Horkheimer, Theodor W. Adorno, Erich Fromm, Walter Benjamin, Herbert Marcuse,

Friedrich Pollock, Leo Lowenthal, Franz Neumann, Otto Kirchheimer, Olga Lang y Gerhard Meyer, entre otros” (Muñoz, 2000, pág. 22).

La Escuela de Palo Alto o “*Colegio Invisible*” tiene como principales representantes a: Paul Watzlawick, Gregory Bateson, Erving Goffman y Don D. Jackson. Conocida así por la localidad donde se originó, una pequeña ciudad en las afueras de San Francisco (EEUU), ahí se instaló el “Mental Research Institute” que es la institución donde trabajaron en común sus iniciadores.

Plantearon una alternativa al modelo lineal de la comunicación. “El aporte principal de esta corriente es que: “la comunicación fue estudiada, por tanto, como un proceso permanente y multidimensional, como un todo integrado, incomprensible sin el contexto en el que tiene lugar” (Rizo, 2011, pág. 6).

Una de las obras más importantes de esta escuela es “Teoría de la Comunicación Humana”, formulando cinco axiomas necesarios para el estudio de la comunicación (Aguado, 2004). Pero antes de visibilizar las interacciones simbólicas que se dan en la ciudad, a través de estos axiomas; resulta indispensable definirlo.

Los denominados “Axiomas de la comunicación” Según (Watzlawick, Beavin Bavelas, & Jackson, 1985) rompen con la tradicional concepción lineal de la comunicación y generan un nuevo diálogo comunicativo, en este salen a flote el intercambio y la interacción como punto central de estudio. “Un axioma es definido como una verdad evidente, algo que no requiere demostración pero que está presente”; esto según la (Real Academia Española, 2017).

Los axiomas de la comunicación son los siguientes:

1. La imposibilidad de no comunicar
2. Los niveles de contenido y las relaciones de la comunicación
3. La puntuación de la secuencia de hechos
4. Comunicación digital y analógica
5. Interacción simétrica y complementaria

Los pensadores de la escuela de Palo Alto median con la corriente de pensamiento basada en el funcionalismo estructuralista; dando hincapié al estudio del interaccionismo simbólico. Por medio de esta escuela se puede visibilizar a la ciudad, como el lugar en el que el interaccionismo simbólico y los sujetos construyen su propio aprendizaje y cultura; ninguna persona es igual a otra, sus actitudes, conducta, lenguaje, comunicación no verbal y su identidad siempre serán diferentes a la del resto.

No hay que dejar de lado la contribución de los Estudios Culturales de Birmingham, que tratan sobre el poder de los medios, resignificación de los mensajes y factores que influyen en la transmisión de los mensajes. Los Estudios Latinoamericanos de la comunicación con autores como Jesús Martín Barbero y Néstor García Canclini que trabajan temas como: la hibridación cultural, comunicación, medios, poder y la industria cultural.

Para efecto del presente trabajo se tomará como referencia a la Escuela de Palo Alto, sin olvidar los aportes de las demás escuelas de la comunicación.

La ciudad

Definir a la ciudad involucra sectores sociales, urbanismo, infraestructura, habitantes, densidad poblacional, criterios legales, funcionales o administrativos. Todo

dependiendo del criterio en la que se la adopte. Es así que una de las definiciones de ciudad, útil para esta investigación, es la acuñada por Yi Tu Fuan en 1972:

“La ciudad queda definida por la perspectiva experiencial de sus habitantes, las diferentes formas de comprender y elaborar una realidad. Es así que se reconstruye el aprendizaje del espacio y su transformación en lugar, concebido como un foco con significación o intención determinada cultural o individualmente” (Tuan & Bottino, 2009, pág. 3).

La ciudad también implica reconocer la participación de los habitantes, sus actitudes, maneras de pensar e interacciones. Max Weber en su libro “La Ciudad” (1987) menciona que hay una característica en general en todas las aproximaciones teóricas de la misma; para Weber la ciudad es un gran hábitat concentrado.

En contrastación de las definiciones cuantitativas sobre ciudad, Weber menciona que las maneras de definirla dependen de la perspectiva en la que se lo haga, por ejemplo, la sociología define a la ciudad de la siguiente manera:

“Gran concentración de casas colindantes, dispuestas en orden compacto, que forman una aglomeración dotada de una identidad tan amplia que en ella no se produce la agrupación ordinaria y específica de la vecindad caracterizada por un conocimiento personal y recíproco entre sus habitantes” (Weber, 1987, pág. 3).

Otra de las definiciones de ciudad es:

“Conjuntos habitacionales, y conjuntos de viaje, de trabajo y de circulación, físicamente delimitados hasta cierto punto. Por otro lado, o al mismo tiempo, son conjuntos

comunicados por redes invisibles, deslocalizadas, con bajo arraigo territorial” (García Canclini, 2007, pág. 92).

Queda claro que la ciudad no es solo un lugar de concentración de la población, de industrias o de comercio formal e informal, sino que es un espacio global donde se intercambia cualquier tipo de información; para Carrión la comunicación como elemento fundamental de la ciudad, se lo definiría:

La comunicación es un elemento fundamental del crecimiento económico y del mejoramiento de la calidad de vida de la población, y será en el futuro un factor determinante en las relaciones inter e intraurbanas (Carrión & Wollrad, 1999, pág. 68).

Para el presente trabajo se entenderá por ciudad a un espacio determinado de concentración de población, edificaciones y seres vivos, donde se desarrollan relaciones económicas, políticas, sociales y culturales con alta carga de identidad. Y a la comunicación como la relación entre individuos que permite el intercambio de información, conductas y gestos que producen significaciones que son exclusivas de cada persona.

A continuación se analiza cada uno de los axiomas de la comunicación en relación con la ciudad y todo lo que se desarrolla dentro de la misma.

1.- La imposibilidad de no comunicar

Los seres humanos tienen una manera específica de comportarse que los diferencia de los demás, esta conducta que emplean es la que comunica, ya que “toda conducta humana es comunicación” (Aguado, 2004, pág. 84).

En referencia a la comunicación, la actividad e inactividad del ser humano siempre comunica, esto es comprendido mediante la gestualidad (quinésica) y el espacio interpersonal (proxémica). Por ello es imposible no comunicar.

En las ciudades, las personas realizan diferentes actividades que comunican algo, no es necesario el mantener una relación hablada con otra persona para saber cómo esta o como se siente. Los graffitis; baches en las calles, mercados, automóviles, centros comerciales, hoteles reflejan pensamientos, inconformidades o plasman una ideología definida del entorno

2.- Los niveles de contenido y relaciones de la comunicación

Se presta atención a dos funciones de la comunicación humana: referencial y conativa. “El primero transmite los datos de la comunicación y el segundo, como debe entenderse dicha comunicación” (Watzlawick, Beavin Bavelas, & Jackson, 1985, pág. 33).

En la ciudad, las relaciones interpersonales son perceptibles día a día, se forman o se fortalecen los lazos de amistad que han perdurado por años; al intercambiar información también se establece un tipo de relación que es la que le otorga sentido por medio del contexto y los comportamientos no verbales.

El énfasis en este apartado está en el proceso de la comunicación y los efectos que este podría tener tanto para el emisor como para el receptor. Estos efectos podrían provocar consecuencias en el comportamiento de las personas (aceptar, rechazar o descalificar la comunicación).

En este punto, se hace referencia a Jesús Martín Barbero mencionando; “se incorpora en su análisis aspectos culturales y prácticas simbólicas populares que le permiten

interpretar los valores, compartidos o no, que se intercambian en estos procesos de conectividad” (Spà, 2011, pág. 203).

Cuando se habla de conectividad, se refiere a la medida de:

“que tan bien los dispositivos basados en computadora se pueden comunicar entre sí y “compartir” información de una manera significativa sin intervención humana” (Laudon, 2004, pág. 303).

Esta definición está muy relacionada a la informática, pero la transmisión de información por medio de un dispositivo móvil o digital ha facilitado la forma de comunicarse con otras personas. La información es asimilada por quienes reciben el mensaje, pero el efecto que causa es determinado también por ellos mismos, en consecuencia, el individuo adoptará el mensaje para utilizarlo en el día a día o lo desechará porque no encuentra sentido en utilizarlo.

3.- Puntuación de secuencia de hechos

Implica el cómo afecta cada hecho en el comportamiento o comunicación del individuo; “... la puntuación organiza los hechos de la conducta y, por ende, resulta vital para las interacciones en marcha...” (Watzlawick, Beavin Bavelas, & Jackson, 1985, pág. 35) es decir tanto el emisor como el receptor repiten constantemente una acción (estimulo – respuesta) a tal punto de que la secuencia de repetición permite significar un mensaje. En la puntuación de secuencia de hechos, la comunicación se vuelve circular o multidireccional, permitiendo un feedback o retorno del mensaje hacia el emisor.

Al momento de enviar un mensaje, este puede pasar a través de diversos ordenadores en varias partes del mundo, retornando hacia su emisor, a este proceso se lo conoce como

feedback; pero cuando este mensaje retorna logrando una significación, se lo conoce como retroalimentación.

La ciudad se constituye de comportamientos significados. El contexto, la clase social, la cultura permiten la significación en los individuos que habitan en la misma. Las instituciones esperan un tipo de comportamiento pero este suele ser diverso, lo que provoca una modificación permanente, a esto la escuela de Palo Alto le llama la circularidad de la comunicación. Un aspecto que permite esta modificación es la hibridación que para García Canclini constituye el instante en el que las ciudades han combinado sus tradiciones con nuevas tecnologías, ideas, costumbres e incluso adaptaciones culturales de otras ciudades, formando culturas híbridas ricas en música, artes, política, economía, etc.

4.- Comunicación digital y analógica

Existen dos tipos de comunicación; Watzlawick en el texto Teoría de la comunicación humana, las define así:

¿Qué es, entonces, la comunicación analógica?, todo lo que sea comunicación no verbal. Con todo, este término resulta engañoso, porque a menudo se lo limita a los movimientos corporales, a la conducta conocida como kinesia. Opinamos que el término debe incluir la postura, los gestos, la expresión facial, la inflexión de la voz, la secuencia, el ritmo y la cadencia de las palabras mismas, y cualquier otra manifestación no verbal de que el organismo es capaz, así como los indicadores comunicacionales que inevitablemente aparecen en cualquier contexto en que tienen lugar una interacción (Watzlawick, Beavin Bavelas, & Jackson, 1985, pág. 31).

Mientras que la comunicación digital se define como la manera de comunicarnos verbalmente, lo que representa. La importancia de la comunicación analógica está en el sentido que tiene para los sujetos, lo que llega a significar.

En la ciudad los cambios se pueden dar en infraestructuras, adecuación de espacios públicos, incorporación de medios de transporte que pueden ser vistos como desarrollo o comodidad desde la comunicación analógica, pero desde la comunicación digital van a tener una interpretación desde la subjetividad.

5.- Interacción simétrica y complementaria

La primera forma de simetría que existe es el poder. Los sujetos pueden acceder al poder a través de diversos espacios políticos; aquí se da interacción simétrica porque existen relaciones de clases, contradicciones económicas, políticas o incluso dentro de las culturas que interactúan en una ciudad se ven las relaciones simétricas por medio de la segregación cultural.

La simetría es como se produce o no la interacción y cuanto modifica, si esta modificación se da en igualdad de condiciones se la conoce como simetría (Por ejemplo una obra que ha sido socializada con los vecinos). Al contrario, se genera asimetría al constatar que esa obra se realiza a pesar del rechazo los moradores.

Hay interacción simétrica en la expresión de las personas, pueden existir simetrías estéticas, sin embargo muchas de estas no encajan en lo estético hegemónico que pre-establece la sociedad. Las interacciones de simetría y complementariedad están determinadas por las clases sociales, segregación cultural, recursos económicos, grado

de conocimiento entre otros. Mientras tanto las interacciones de complementariedad son frente a las pertenencias o necesidades que un sector social puede tener.

En si los axiomas nos dan un punto de partida para comprender el tema de la ciudad, estos nos instalan en la discusión sobre la sociabilidad e identidad.

La socialización es parte fundamental de los estudios de Interaccionismo simbólico, según Zanden: “La socialización es un proceso por el cual los individuos, en su interacción con otros, desarrollan las maneras de pensar, sentir y actuar que son esenciales para su participación eficaz en la sociedad” (Vander, 1986, pág. 626). Al momento de hablar de sociedad, se involucra a la ciudad y por ende la relación es visible y evidente entre las socializaciones que tienen los individuos y como estas se reflejan en las practicas comunicativas.

Para la escuela de Palo Alto es fundamental el análisis de la interacción entre el actor y el mundo. Por ello la capacidad que tiene el actor social para interpretar el mundo dependerá de su grado de interacción social y simbólica. Al Interaccionismo se lo caracteriza como el eje pragmático de la comunicación. Si la socialización era el desarrollo de dialogar o compartir con otro individuo, la sociabilidad se constituye en la parte pragmática de la socialización, es decir las acciones y formas de interactuar de los individuos sobre un tema antes socializado.

En sí estas prácticas comunicativas permiten generar identidad; “La identidad supone un ejercicio de auto reflexión, a través del cual el individuo pondera sus capacidades y potencialidades y tiene conciencia de lo que es como persona” (Maldonado &

Hernández, 2009, pág. 231). De esa manera queda claro que las sociabilidades en el deporte barrial permiten generar un sentido de pertenencia llamado identidad.

El deporte en el barrio

El crecimiento urbano de la ciudad de Quito en sus últimos años generó el fortalecimiento del deporte barrial mediante la formación de nuevas ligas barriales en todo el Distrito Metropolitano. A partir de la década de los ochenta se evidenció un crecimiento paulatino, especialmente en las grandes ciudades del país, debido al acelerado movimiento migratorio laboral que produjo la creación de nuevos barrios.

Estos nuevos espacios que se crearon tienen una denominación de “tugurio”. Para definirlo, habría dos formas de tugurio prevalentes en la ciudad de Quito.

El tugurio tiene dos zonas de expresión: el Tugurio clásico, ubicado en lo que se conoce como el Centro Histórico y, el Nuevo tugurio o tugurio alternativo, localizado en la periferia del Centro Histórico, con una tendencia de crecimiento hacia el sur del Distrito Metropolitano de Quito (Carrión, F, 1992, pág. 55).

El tugurio es una categoría anclada a la concepción de pobreza, producto de los flujos migratorios que en su mayoría llegaron a constituirse en las periferias de la ciudad. Cabe mencionar que la periferia en la ciudad de Quito estaba comprendida en sectores como: San Roque, las haciendas de la Magdalena – Chillogallo y el sector de San Juan.

A partir de este proceso de tugurización la ciudad creció, reconfigurando las dinámicas internas que provocaron el nacimiento de barrios pequeños en gran cantidad. Las ligas deportivas barriales empezaron a ganar terreno a partir de la ocupación de espacios ilegales, los moradores se apropiaron de estos sitios a través de mingas de limpieza,

organización y reuniones que promovieron la ampliación de estas áreas deportivas; El proceso de tugurización es uno de los elementos causantes de la creación de las Organizaciones Deportivas Barriales.

Barrio

Al hablar de barrio, no tan solo se hace referencia al crecimiento territorial o lugar en el que se asientan las edificaciones para que la gente viva, sino que también puede ser un espacio donde circulan las experiencias ideológicas vitales de los sujetos.

Al barrio lo constituye la memoria histórica y social, a pesar de que existen diferencias entre ambas, se articulan; sin éstas, el barrio carecería de identidad y permanencia. Al hablar de memoria histórica, se hace referencia a un recuerdo colectivo evocado hacia el presente con un valor simbólico de las acciones vividas por un pueblo en el pasado, comprende las disposiciones arquitectónicas y su distribución hasta las relaciones, personajes y la manera en cómo estos marcan una historia de vida (Rodríguez, 2011).

La memoria social se construye desde las experiencias vividas por grupos sociales, en el caso del barrio, los espacios que han desaparecido o han sufrido modificaciones en su estructura, permanecen vigentes en los sujetos a través de las imágenes impregnadas en la memoria de las personas.

La creación de estos vínculos sociales se da por medio de las sociabilidades, éstas generan un sentido de pertenencia a través de la apropiación de los espacios. Los barrios crean valores propios de ese lugar por medio de la interacción, comunicación, diálogo e inscripción en proyectos del barrio (equipos de fútbol, grupos de la iglesia, etc.) donde la gente se siente identificada de manera social y simbólica con el lugar en el que

habitan. Estas inscripciones generan procesos identitarios que por medio de las historias definen el sentido de identidad y pertenencia (Gómez Carmona & Villar Calvo, 2013).

El barrio es un lugar de circulación de prácticas deportivas que dan como fruto diversas expresiones que no necesariamente son institucionalizadas o responden a la industria cultural, por ejemplo: juegos tradicionales, fiestas donde el deporte es actividad principal, campeonatos, plazas de comida junto a las canchas o equipos de fútbol, básquet, vóley que rompen los tradicionales esquemas ya conocidos. (Alberto Salas, 1955) en (Sabago, 2001) define al barrio de la siguiente manera:

Los barrios son, concretamente, el lugar en que nació el hombre, el nombre que se recuerda con fruición, con el amor que siempre se entrega a un ámbito de pocas cuadras, llenas de referencias, de conocimientos profundos y bien pormenorizados (pág. 21).

Al hablar sobre la afectividad hacia un barrio, surge el “apego al lugar”, que implica la manera en como afectivamente éste inscribe a los sujetos, es decir, como se convierte en un tejido social de los sujetos y a pesar de que él mismo salga del lugar, sigue formando parte de ese espacio. Es un espacio de conflicto cultural, político, religioso e intergeneracional y al mismo tiempo un reflejo de las contradicciones del sistema social, un microsistema de relaciones económicas; producto de los procesos migratorios.

Deporte

La participación de los ciudadanos en eventos deportivos ha permitido mejorar la calidad de vida, compartir y establecer relaciones sociales que enseñan valores como el respeto, responsabilidad, solidaridad y tolerancia. Pero la palabra deporte reconoce

diversos orígenes, no tiene una definición única, su significado es diverso y mutable pero de manera general está asociada al pasatiempo, diversión y práctica de actividades físicas.

El deporte es entendido como un fenómeno social, actividad física o intelectual que se desarrolla dentro de un territorio determinado y que permite la interacción entre personas para formar identidad y sentido de pertenencia.

El deporte es además un fenómeno social que inevitablemente mueve y provoca fuertes emociones (a menudo ambivalentes y contradictorias), un espacio que puede ser vivido de múltiples maneras, generador de expectativas, significados y funciones diferentes; aspectos que forman un espacio vincular complejo (Gozzoli, 2005) citado en (Martí, 2010).

El deporte está asociado a la industria cultural; se vuelve mundial por la globalización, con la revolución industrial se expande hacia varios países del continente europeo, pero también en América Latina y a través de las diferentes formas de mundialización de la cultura, el deporte es una forma de comunicar, congregarse, participar y sentirse involucrado en una actividad que caracteriza a la sociedad.

Deporte barrial

El deporte barrial no solo debe ser visto como una actividad de alto rendimiento, específicamente institucionalizada o que responda a los intereses del capital. Las prácticas del deporte barrial no operan dentro de la industria cultural sino que rompen con la lógica del deporte como mercancía, el deporte barrial es una actividad resignificada desde la cultura popular.

Puede ir más allá y abordar un campo de interacción, social, subjetivo y generador de sentido, donde las personas se sientan identificadas. El deporte barrial puede definirse como un intercambio de información, a través de la interacción, esta se modifica constantemente pero al mismo tiempo genera espacios culturales donde los sujetos sienten, perciben, adoptan y transforman la realidad.

Para (Murgueitio, 2015) el deporte barrial reafirma la cultura y fortalece a la comunidad:

El deporte barrial pone énfasis en lo local, en el rigor de privilegiar una agenda comunitaria. Es inherente al mundo popular, es una forma de dialéctica, es decir, de transformación (como los sujetos construyen su mundo) a lo que Barbero considera, son las mediaciones y Madrid el fortalecimiento de identidades locales. El deporte barrial contribuye a la reafirmación de la comunidad y al sostenimiento de su cultura. (pág. 7).

El deporte barrial entonces se lo comprende como toda actividad física y recreativa que tenga como objetivo la masificación, organización y participación de los ciudadanos en su barrio, que les permita fomentar prácticas culturales saludables y disfrutar de los momentos de diversión que poseen.

Objetivo general

- Producir una revista digital sobre las sociabilidades e identidades en el deporte barrial, en el barrio de Chimbacalle.

Objetivos específicos

- Analizar como la industria cultural del deporte incide en la configuración y prácticas del deporte barrial.

Evidenciar las distintas prácticas del deporte barrial y sus formas de sociabilidad.

Justificación

El presente trabajo es relevante porque hace un abordaje de construcción de la identidad a través de las sociabilidades en el ámbito deportivo; trabajo que no ha sido plasmado en otras producciones comunicativas del sector. Este producto busca involucrar a la comunicación por medio de las experiencias y manifestaciones deportivas visibles en Chimbacalle, a través de los axiomas de la Comunicación. Es importante un estudio de este caso ya que permite conocer la manera de generar sentido de pertenencia en las prácticas deportivas.

Es importante la realización de esta revista ya que permitirá, dar paso a nuevas investigaciones sobre esta dimensión de estudiar el deporte barrial, empezar a generar un registro histórico de los barrios de Quito, sus personajes, manifestaciones y sociabilidades para futuros trabajos comunicacionales.

Metodología

Este trabajo se inscribe en la investigación cualitativa, ligada a los géneros periodísticos elementales para realizar el levantamiento de información, en este apartado se abordarán los géneros, técnicas y tipos de investigación que se utilizaron para la realización del producto comunicativo y evidenciar la matriz de contenidos que se colocaron en la revista con sus respectivas categorías.

Se utilizó la investigación cualitativa porque permite analizar, explorar y determinar contextos y variables en una situación específica para una clara comprensión de la realidad, complementando con estudios realizados previamente sobre el deporte barrial en el sector. Además la hermenéutica facilitó evidenciar los estudios de los significados de las acciones humanas y de la vida social. La investigación se enfocó teóricamente en los axiomas de la comunicación planteados por la escuela de Palo Alto.

Para la elaboración de la revista se programaron salidas de campo, en las que se obtuvieron registros fotográficos e información documental a través de diversas técnicas. La diagramación se la realizó en el programa Adobe InDesign y Adobe Illustrator, mientras que para el retoque de las fotografías se utilizó Adobe Photoshop.

El levantamiento de información fue por medio de investigación de campo y documental, usando la entrevista y observación como técnicas apropiadas. Además de, reportajes, crónicas, foto-reportajes, editoriales y perfiles; a los que se denomina géneros periodísticos. A continuación se enumeran los géneros periodísticos y sus principales características.

1.- Nota informativa

Este género responde a las características generales de todos los géneros periodísticos, es de interés social, con lenguaje accesible e inmediato, no puede ser demasiado larga y es muy clara, brinda al receptor elementos claves para entenderla, no debe abundar en detalles y está llena de objetividad (Dallal, 2007).

2.- La entrevista

Brinda información detallada y directamente desde las fuentes de información, permite a quien la realiza entrar en el campo del análisis y profundización de los temas y personajes de interés (García & Gutiérrez, 2011).

2.1.- Tipos de entrevistas

a) Entrevistas informativas y de opinión

Este tipo de entrevistas están enfocadas en conseguir información sobre temas específicos y de actualidad.

3.- La crónica

Es un género que informa asuntos de actualidad, se diferencia de la noticia en que quien lo redacta no habla directamente de la realidad objetiva, sino de la experiencia obtenida de su parte

4.- El reportaje

Permite llegar al fondo de los hechos que se presentan en la realidad social, tiene una gran carga de interpretación y análisis, lleva una fuerte investigación de los hechos y el lenguaje en el que se escribe es característico de cada periodista.

5.- El editorial

Es el único género en el que el autor no está identificado de forma explícita, sino que es el medio el que se atribuye la autoría de lo redactado.

Diagramación

Cuando se habla de diseño editorial, se involucra la maquetación de una publicación. Este es el primer paso para iniciar con el diseño y la publicación de la obra final. En el diseño editorial quienes van a elaborar una publicación se encargan de diagramarla tomando en cuenta lo estético y lo funcional, es decir, posición de imágenes, texto, espacios para darle un equilibrio en conjunto a la publicación que se pretende realizar.

El diseño editorial lo que pretende es “realizar obras y difundirlas” (Zanón, 2008), es comunicar una idea a través de todos los recursos necesarios en conjunto como: colores, imágenes, texto, espacio, formas, tipografía y composiciones. Para el diseño de la revista, se ha pensado en el nombre de: “Chimbacalle, entre sociabilidades e identidades”. Lleva ese nombre porque a través de las diferentes interacciones y sociabilidades que se dan entre los sujetos, construyen sentidos de pertenencia y generan identidad dentro del deporte no institucionalizado.

Eje de diagramación y contenido

CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	GÉNEROS
HISTORIA	La calle de al frente Identidad y deporte en Chimbacalle	Entrevista Reportaje
FÚTBOL	El fútbol desde las fábricas	Entrevista
PELOTA NACIONAL	Los centauros de América	Nota informativa
BOX	Nunca bajar la guardia	Crónica
ECUAVOLEY	Jugando apostando volando	Reportaje y entrevista
ESPACIOS Y PERSONAJES	Constructores de identidad	Reportaje
MEDICINA DEPORTIVA	De sobadores a fisioterapeutas	Entrevista y reportaje

Tabla 1. Diagramación y contenido. Elaborado por Corral y Delgado

Resultados

La revista: “Chimbacalle entre Sociabilidades e Identidades” está estructurada desde un abordaje histórico del sector, el surgimiento del deporte en Chimbacalle, así como principales referentes de las manifestaciones deportivas que a través de las sociabilidades, han generado identidad y sentido de pertenencia. Los axiomas de la comunicación están visibles en las ocho notas realizadas, y en las fotografías registradas; de esa manera se detalla:

En las notas de historia, se realizó 2 reportajes sobre el origen del nombre Chimbacalle, cómo este sector sufre la convergencia de manifestaciones culturales y el ingreso del Ferrocarril en 1910 que permite el establecimiento del principal polo de desarrollo industrial en la ciudad. Con ello llegan deportes como el fútbol, en la revista se muestra el desarrollo de este deporte desde los primeros jugadores que fueron obreros hasta las familias que actualmente siguen involucradas.

La decadencia de prácticas deportivas tradicionales como Pelota Nacional se expresa en una nota informativa en la que conoce las normas y momentos de auge de este deporte con la intención de reconstruir la identidad en los lectores sobre un deporte que ha perdido acogida. El boxeo está ganando terreno en sectores juveniles, la nota realizada en esta sección, busca reflejar las experiencias de los jóvenes que practican un juego poco recurrente; por ello la explicación se basa en las experiencias de los grandes boxeadores de Chimbacalle.

Se muestran elementos propios del ecuavoley, que lo hacen el deporte ecuatoriano modificado con más aceptación en los torneos realizados en este barrio. Con esta nota se pretende colocar elementos más importantes de esta manifestación en Chimbacalle, es

decir se visibiliza por medio de un reportaje como el lugar desde 1930, coloca las primeras normas de juego y realiza los primeros torneos deportivos.

Por último se encuentran testimonios de los principales referentes del deporte barrial y los espacios que constituyen parte de la identidad del sector; es a través de los testimonios y las entrevistas que se refleja las principales características de los moradores del sector y como ellos se sienten identificados con los colores que se encuentran en los estadios, murales y grafitis realizados, uniformes deportivos y fiestas tradicionales del lugar.

Los axiomas de la comunicación están reflejados tanto en imágenes como en texto; se muestra que desde la fundación de Chimbacalle hasta la actualidad, todo este proceso ha comunicado progreso, con el pasar del tiempo los espacios se han modificado de acuerdo a las necesidades de los habitantes, desde los obreros hasta los actuales moradores.

Los migrantes se asentaron en el sector y de esa manera se indica como los equipos deportivos adoptaron la presencia de individuos provenientes de otros lugares para fortalecer el deporte en Chimbacalle.

Por medio de la tradición oral de los ancianos y personajes del sector, se plasma la identidad que también se ha modificado con el pasar del tiempo, así mismo los espacios han pasado por un proceso de transformación en el que las administraciones municipales han buscado intervenir el sector para poder satisfacer necesidades de algunos de los habitantes.

Conclusiones

Se elaboró una revista digital que permitió plasmar de manera textual y gráfica la generación de identidad en el deporte barrial de Chimbacalle, por medio de las sociabilidades. Además se pudo evidenciar como los axiomas de la comunicación están presentes en las manifestaciones deportivas del sector; a través de las modificaciones que han sufrido los espacios, grupos sociales y personajes.

La industria cultural e institucionalización del deporte ha abarcado un gran terreno en el deporte barrial de Chimbacalle, por medio de la incursión del ferrocarril, colocación de centros fabriles e industriales y asociaciones de personas amantes al deporte que han logrado unir a los deportistas en diferentes asociaciones.

La identidad se genera constantemente en las manifestaciones deportivas y sociabilidades evidentes en las mismas, así se puede concluir que existen aspectos relevantes dentro del deporte que permiten esta generación de identidad; los espacios como estadios, canchas deportivas, parques o sectores públicos, permiten a los deportistas y familias compartir momentos en los que pueden interactuar y generar sentido de pertenencia.

Los referentes deportivos del sector han logrado plasmar su huella en las jóvenes generaciones de deportistas, a través de las asociaciones deportivas e instituciones que fomentan el deporte en el sector, de esa manera se tiene instituciones que fomentan la práctica de fútbol, boxeo, baloncesto, ecuavoley entre otros, que hacen de Chimbacalle un lugar conocido por sus manifestaciones y prácticas deportivas.

Referencias bibliográficas

- Aguado, J. (2004). *Introducción a las teoría de la información y la comunicación*. Murcia - España: Universidad de Murcia.
- Carrión, F. (1992). *Panorama*. Quito: Banco Central del Ecuador.
- Carrión, F., & Wollrad, D. (1999). *La ciudad, escenario de comunicación*. Quito-Ecuador: FLACSO-Sede Ecuador.
- Dallal, A. (2007). *Lenguajes periodísticos*. México, D.F.: Instituto de Investigaciones Estéticas.
- García Canclini, N. (23 de Febrero de 2007). ¿Qué son los imaginarios y como actúan en la ciudad? (A. Lindón, Entrevistador)
- García, V., & Gutiérrez, L. (2011). *Manual de géneros periodísticos*. Bogotá-Colombia: Ecoe Ediciones.
- Garrido, A., Ramírez, S., María Vieira, M., & Burillo, F. (2013). *Fundamentos sociales del comportamiento humano*. Barcelona - España: Editorial UOC.
- Gómez Carmona, G., & Villar Calvo, A. J. (2013). Apropiación simbólica y reconfiguración identitaria del espacio urbano en Metepec, Estado de México. *Revista Electrónica Nova Scientia*, 268-290.
- Laudon, K. L. (2004). *Sistemas de información gerencial*. México: Pearson Educación.
- Lazar, J. (1995). *La ciencia de la comunicación*. Francia: Publicaciones Cruz O. S.A.
- Maldonado, A. M., & Hernández, A. O. (2009). El proceso de construcción de la identidad colectiva. *Convergencia*, 251.

- Martí, X. P. (2010). *La metamorfosis del deporte*. Barcelona-España: UOC.
- Muñoz, B. (2000). *Theodor. W. Adorno: Teoría crítica y cultura de masas*. Madrid - España: Editorial Fundamentos.
- Murgueitio, L. (12 de 2015). *Repositorio Digital UPS*. Recuperado el 11 de 01 de 2107, de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/12188/1/UPS-QT09054.pdf>
- Real Academia Española. (19 de Enero de 2017). *Real Academia Española*. Obtenido de <http://www.rae.es/>
- Rizo, M. (02 de Mayo de 2011). *Portal Comunicación*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2016, de Portal Comunicación: http://portalcomunicacao.com/uploads/pdf/17_esp.pdf
- Rodríguez, J. L. (Mayo de 2011). *Reflexiones teóricas acerca de la interrelación entre memoria histórica e imaginarios sociales, en Contribuciones a las Ciencias Sociales*. Obtenido de Reflexiones teóricas acerca de la interrelación entre memoria histórica e imaginarios sociales, en Contribuciones a las Ciencias Sociales: <http://www.eumed.net/rev/cccss/12/jlmr.htm>
- Sabago, M. (2001). *El barrio a fin de cuentas, definiciones y problemas en torno a la idea de barrio*. Buenos Aires: Instituto de Arte Americano e Investigaciones Estéticas.
- Spà, M. d. (2011). *Interpretar la comunicación: Estudios sobre medios en América y Europa*. Barcelona - España: Gedisa S.A.

Tuan, Y. F., & Bottino, R. (Agosto de 2009). *Estudios Históricos*. Recuperado el 24 de
Noviembre de 2016, de
http://www.estudioshistoricos.org/edicion_2/rosario_bottino.pdf

Vander, J. (1986). *Manual de Psicología Social*. Barcelona: Paidós.

Watzlawick, P., Beavin Bavelas, J., & Jackson, D. D. (1985). *Teoría de la
Comunicación Humana*. Barcelona: Herder.

Weber, M. (1987). *La Ciudad*. Madrid: Las ediciones de la Piqueta.

Zanón, A. (2008). *Introducción al diseño editorial*. Madrid-España: Visión Net.