

**CALICULTURISMO**

**MAURICIO PELÁEZ URIBE**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
DEPARTAMENTO PUBLICIDAD Y DISEÑO  
PROGRAMA DE DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA  
SANTIAGO DE CALI  
2007**

**CALICULTURISMO**

**MAURICIO PELÁEZ URIBE**

**Trabajo de grado para optar al título de diseñador de la comunicación  
gráfica**

**Director  
MARIO FERNANDO URIBE  
Diseñador Grafico**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
DEPARTAMENTO PUBLICIDAD Y DISEÑO  
PROGRAMA DE DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA  
SANTIAGO DE CALI  
2007**

**Nota de Aceptación:**

Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar al título de Diseñador de la comunicación gráfica.

**CARMEN ELISA LERMA**  
**Jurado**

**Santiago de Cali, 1 de febrero de 2007**

## CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	8
INTRODUCCIÓN	9
1. MARCO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN	10
1.1 ANTECEDENTES	10
1.2 PROBLEMA	13
1.2.1 Planteamiento	13
1.2.1.1 Lo que retiene la auto educación	13
1.2.1.2 Los Hábitos en el hogar	14
1.3 FORMULACIÓN	14
1.4 SUBPREGUNTAS	14
1.5 JUSTIFICACIÓN	15
1.6 OBJETIVOS	17
1.6.1 Objetivos generales	17
1.6.2 Objetivos específicos	17
2. MARCOS REFERENCIALES	18
2.1 ANTECEDENTES	18
2.1.1 Ruta	18
2.1.2 Parqués	18
2.1.3 Sabelotodo	18
2.1.4 Corredor cultural de Cali	18
2.1.5 Guía de restaurantes Granada/Peñón	18
2.1.6 Cali arriba, Cali abajo	18
2.1.7 Entonces q!	19
2.2 MARCO TEÓRICO	20
2.3 MARCO CONCEPTUAL	25
2.4 MARCO CONTEXTUAL	26
3. METODOLOGÍA	28
3.1 FASE 1: RECOLECCIÓN DE DATOS	33
3.1.1 Análisis documental: Estrategias de juego, símbolos y cartografía	33
3.1.2 Síntesis interpretativa de los materiales semejantes	34
3.2 FASE 2: CARACTERÍSTICAS DE FORMA Y CONTENIDO: ELABORACIÓN DE REGLAS DE JUEGO, FICHAS DE MISIONES Y DE INCONVENIENTES	34
3.3 FASE 3: PRODUCCIÓN: DISEÑO DE TABLA CON CONTENIDO Y ACCESORIOS DE JUEGO	34
3.4 FASE 4: PRODUCCIÓN: EJECUCIÓN: DISEÑO FÍSICO DE	34

JUEGO (CAJA, TABLA, FICHAS Y ACCESORIOS)	
4. RECURSOS	35
4.1 RECURSOS/TALENTO HUMANO	35
4.2 RECURSOS/FINANCIACIÓN	35
5 CRONOGRAMA	36
6. DESCRIPCIÓN DE LOS ESTATUTOS DE COMUNICACIÓN	37
6.1 DESCRIPCIÓN DEL ESTATUTO RECEPTOR	37
6.2 DESCRIPCIÓN DEL ESTATUTO EMISOR	37
7. DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA GRÁFICO	38
7.1 ARGUMENTO DEL JUEGO	38
7.2 METÁFORA	38
7.3 SITUACIÓN	38
8. JUEGO CALICULTURISMO	39
8.1 REGLAS DEL JUEGO	39
8.2 TARJETAS DEL JUEGO	40
8.3 SIMBOLOS DE CULTURISMO	42
9. FICHAS DEL JUEGO	43
10. TABLA DE JUEGO	44
11. CAJA DEL JUEGO	45
BIBLIOGRAFÍA	46

## LISTA DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
Figura 1. Foto de prueba de juego	26
Figura 2. Encuestas	30
Figura 3. Esquema metodológico	32
Figura 4. Logo de juego	39
Figura 5. Tarjeta de misión	40
Figura 6. Tarjetas de inconvenientes	40
Figura 7. Símbolos de monedas de turista	42
Figura 8. Fichas de juego	43
Figura 9. Tabla de juego	44
Figura 10. Caja de juego	44

## LISTA DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
Tabla 1. Tabla de resultados	29
Tabla 2. Gráfica de porcentajes	29
Tabla 3. Cronograma	36

## RESUMEN

La ciudad de Cali cuenta con una amplia riqueza histórica, arquitectónica, recreativa y ecológica, que en algunas ocasiones no se le saca el debido provecho por desconocimiento de su existencia, incluso por parte de los mismos ciudadanos.

Hemos visto como en los últimos tiempos, se invierte muchísima energía en actividades “lúdicas” que en muchas ocasiones no tienen una finalidad específica, o no dejan claramente evidenciar un aporte significativo o relevante en la vida de los caleños. Dichas actividades podemos citar las interminables horas que se ocupan al frente de un monitor de imagen, o las extensas jornadas dedicadas a una consola de video en exhaustivas luchas de seres ajenos a nuestra cultura.

Por lo tanto es importante mencionar cómo la mayoría de las actividades de tipo lúdico, no están involucrando grupos humanos: familia, amigos, y demás. Estos no implican la socialización ni promueven la cultura. Por toda esta situación mencionada, se ha pensado en “Cali Culturismo” como juego didáctico, donde se pretende ilustrar una alternativa interesante y lúdica en donde exista un mayor acercamiento a Cali, jugando, socializando y culturizándose.

Son seis símbolos que abarcan un grupo de sitios turísticos o culturales importantes como:

- Punto Rojo: Restaurantes y sitios nocturnos,
- Marco Romano 3D: museos, teatros y bibliotecas,
- Selva marina (Pop Art): bellezas naturales de Cali (miradores, parques y zoológicos),
- Hombrecillo guaca: sitios arqueológicos y artesanías,
- Torres coloniales y cruz 3D: iglesias, sitios históricos y arquitectura.
- Monolito 3D: Monumentos importantes.

Para retrazar a los jugadores existen los “inconvenientes” que serían una irónica situación humorística del “rebusque” de algunos habitantes de bajos recursos en Cali como: “Reten de la negra”, “Limpiada obligatoria de vidrios”, “Pico y placa”, “Circo de semáforo”, “Chontaduro y manga de la amiga” y “Retén de policía”.

El juego brindará la posibilidad de socializar a nivel familiar y social, mientras se adquiere un agradable panorama cultural y turístico de Cali.



## **INTRODUCCIÓN**

La presente propuesta consiste en presentar un juego de mesa lúdico y didáctico de la ciudad Santiago de Cali, cuya finalidad es brindar información completa de los sitios turísticos y culturales que se encuentran en ella, de manera agradable y fácil de asimilar. Así mismo busca propiciar la socialización entre la familia y los amigos.

La motivación para la creación de este juego parte del análisis y observación del desconocimiento que tienen los habitantes de Cali, de los sitios de interés de su ciudad y por tanto los visitantes.

## 1. MARCO GENERAL DE LA INVESTIGACION

### 1.1 ANTECEDENTES

La comunicación de información a través del juego ya se ha planeado recientemente mientras se desarrollaba este proyecto. La idea la aplicó la Revista Colombiana Médica con una campaña promoviendo la convivencia y prevención de la violencia interpersonal. Los datos recogidos permitieron hacer un análisis sobre los comportamientos relacionados con situaciones que involucran las relaciones con los demás, sobre las concepciones que tiene la comunidad alrededor de los malos tratos y sobre la manera como los juegos se introdujeron en la cotidianidad de las personas a quienes llegó la estrategia.

La información analizada se recogió de las tres comunidades participantes en el proyecto: Comunas 18 y 20 de Cali y municipio de Jamundí, mostrando beneficios donde los juegos se convierten en vehículos eficientes para facilitar la expresión, cuestionamiento y discusión de temas difíciles de tratar en otros contextos. El humor aparece de manera espontánea y constante, facilitando la identificación y resolución de conflictos de manera armónica y pacífica<sup>1</sup>.

Por lo que el método funciona para educar, es seguro que se podrá brindar conocimiento sobre los sitios turísticos de forma didáctica, así mejorar el interés de los caleños y de los turistas para diversificar la oferta de productos turísticos entre regiones y perfeccionar la calidad de sus servicios. Según el informe de competitividad turística del plan de turismo 2003-2006 del gobierno del presidente Álvaro Uribe, este medio se constituirá en la hoja de ruta del desarrollo colombiano en los próximos años.

En el momento se realizaron convenios para trazar una serie de estrategias que permitan el logro de metas exitosas entre las siguientes ciudades y departamentos: Amazonas, Antioquia, Atlántico, Bogotá, Boyacá, Caldas, Casanare, Cesar, Bolívar, Cauca, Golfo de Morrosquillo, Girardot, Guajira, Huila, Meta, Mompox, Nariño, Nuquí-Bahía Solano, Providencia y Santa

---

<sup>1</sup> RESTREPO, Olga Lucía M.D., M.P.H., PUCHE, Rebeca, Ph.D., PEÑA, Sandra Patricia. Promoción de la convivencia y prevención de violencia interpersonal mediante actividades lúdicas y humorísticas. En: Revista Colombia Médica Corp. Vol. 34, No. 1, (ene. – mar 2003); p. 31-35.

Catalina, Quindio, Risaralda, San Agustín, San Andrés, Santa Marta, Santander, Tolima, Valle del Cauca, Vichada y Zipaquirá<sup>2</sup>.

“El plan de revolución educativa también hace referencia a la necesidad de mejorar las capacidades de creatividad de los colombianos adultos o niños para reafirmar las posibilidades de progreso individual por lo que se reitera que la Revolución educativa donde se dice que el éxito es la cobertura de la educación”<sup>3</sup>

Un sistema lúdico didáctico como lo es este proyecto “Cali culturismo” podría lograr ser un mecanismo educativo para llegar a informar de una manera diferente los sitios turísticos y culturales de cualquier otra ciudad y hasta de toda Colombia.

Una encuesta donde se investiga actividades planeadas de turismo por carretera desde Bogotá mostró que en el mes de agosto a diciembre del 2005, un 3.18% planeó viajes, el 2,27% la realizó, realizaron ambas 1,36%; el 11,90 visitó restaurantes, sitios turísticos, eventos culturales, deportivos, religiosos o de comercio<sup>4</sup>.

Por lo que es alta la cantidad de ciudadanos que prefiere quedarse en su ciudad visitando las diferentes actividades que se les ofrecen.

Hace poco se lanzó un juego de mesa para los caleños, desarrollado por la Cámara de Comercio de Cali y promovida por la revista web “caliescali.com” y Telesat. Inspirados en las caminatas “Cali arriba, Cali abajo” que esta entidad realiza mensualmente, para que sus empleados y extraños conozcan los diferentes sitios de interés histórico y turístico de nuestra ciudad.

“Son cinco preguntas sobre Cali y sus sitios de interés, y pondrán a prueba que tan buen caleño sos, no importa que seas un hijo directo de esta ciudad o que

---

<sup>2</sup> "Turismo Para un Nuevo País", el plan sectorial de turismo, Colombia, 2003-2006 [en línea]. Bogotá: Boletín Turismo Vive en Colombia Viaja por el País, 2006. [consultado en enero de 2006]. Disponible en Internet: <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/bol-turismo/boletin1/1noti6.htm>

<sup>3</sup> Ibíd.

<sup>4</sup> Y Tú, ¿Qué Sabes De Bogotá? [en línea]. Bogotá: encuesta a viajeros no residentes que salen de la ciudad de Bogotá Instituto Distrital de cultura y turismo. Subdirección de turismo, 2005. [consultado en febrero de 2007]. Disponible en Internet: <http://www.bogotaturismo.gov.co>

seas un caleño o caleña adoptiva, lo importante es que vivas y quieras a Cali y que querás conocerla mejor!”<sup>5</sup>.

Este juego carece de imágenes atractivas y el método no es lo suficientemente divertido para lograr un aprendizaje no forzado. “Cali culturismo” se diferencia por su creatividad gráfica, humor y metodología.

Existe una revista que recientemente inició su distribución gratuita a partir de agosto de 2006. Se trata de la revista “Entonces q!” que circula semanalmente. Esta recomienda algunas de las atracciones de Cali, como obras de teatro y presentaciones de diferentes clases, planes deportivos y de arte.

---

<sup>5</sup> Juego Cali arriba, Cali a bajo [en línea]. Cali: Caliescali, 2006. [consultado enero de 2006]. Disponible en Internet: [http://www.caliescali.com/interfases/articulos/ver\\_articulo.php?id\\_articulo=488](http://www.caliescali.com/interfases/articulos/ver_articulo.php?id_articulo=488)

## 1.2 PROBLEMA DE INVESTIGACION

**1.2.1 Planteamiento.** Existe un desconocimiento por parte de los habitantes de la ciudad de Cali, frente los múltiples lugares turísticos y de recreación que posee la ciudad; y en contraposición al aprovechamiento de estos recursos. Su distracción se reduce a la televisión, el cine y el baile.

La propagación de la información cultural y turística de la ciudad podría brindar grandes beneficios al movimiento económico, al crecimiento intelectual de sus habitantes y al sentido de pertenencia de la ciudad de Santiago de Cali.

La propuesta del proyecto consiste en una investigación de las diferentes actividades que la ciudad ofrece; su ubicación en el mapa y mediante ilustraciones y símbolos, su comunicación iconográfica.

Se realizará un juego de mesa basado en el parque, Monopolio y Ruta, juegos muy conocidos por los colombianos; haciendo de este una combinación diferente e innovadora. Con el desarrollo de este juego se promoverán diferentes actividades de ampliación de conocimiento y negocios de diversión diurna o nocturna. La información didáctica de cada sitio visitado será ilustrada por un grupo de fichas donde se comunica también la cantidad de dinero que solicita y/o las monedas de cultura que brinda.

Para poder definir el ganador de la partida, se tendrá que recorrer una ruta al azar que brinda las “tarjetas de guía”. El ganador tendrá que poseer la mayor cantidad de monedas de cultura y la mayor cantidad de dinero.

El tema del juego es un recorrido turístico a través de fichas con una meta similar a la del juego Parque. Cuenta con inesperadas paradas por “Inconvenientes”, que comúnmente aparecerían en un “Cali culturismo”.

**1.2.1.1 Lo que retiene la auto educación.** Es importante estar al tanto de los avances de la tecnología como el Internet, juegos de consolas y series de televisión; con este proyecto se espera mejorar las opciones de diversión y los planes fuera de casa, culturales y turísticos que forman y brindan nuevos puntos de vista.

**1.2.1.2 Los Hábitos en el hogar.** Las series de televisión y los “reality’s” de diferentes casos humanos, absorben el tiempo libre y con eso causa que la comunicación familiar se vuelva nula y no se aproveche la convivencia como un método de aprendizaje en el hogar, este proyecto quiere mejorar el entretenimiento y la unión familiar y la socialización entre individuos “físicos”, brindando así información provechosa de Santiago de Cali y promoviendo la planeación de la diversión en familia o con amigos.

El aprendizaje de otros lugares que están a la disposición de los caleños, brindaría un modo de vida más accesible para los ciudadanos sabiendo dónde ubicarse en la ciudad.

### **1.3 FORMULACIÓN**

¿Cuáles serán las características de forma y de contenido de un juego de mesa de tipo familiar (10 años en adelante) que divulgue información sobre sitios turísticos de Santiago de Cali?

### **1.4 SUBPREGUNTAS**

¿Cómo lograr que el juego guste y se popularice entre los caleños?

¿De qué manera se podrán ubicar los sitios turísticos de manera que sean claros?

¿Cómo lograr jugar en el mapa de Santiago de Cali de manera que no canse a los jugadores?

¿Qué estilo gráfico o artístico podría servir para este trabajo?

## 1.5 JUSTIFICACIÓN

La globalización y la tecnología nos ha brindado comodidades y entretenimiento ocupando nuestro tiempo libre con sus diferentes actividades casi todas de “tipo personal”, como el Internet, o “de grupo” pero igual sin interacción de los receptores, es decir mudo; como el DVD o las consolas interactivas. Estos hacen que cada vez las personas se tornen en seres menos sociables, sedentarios y por lo tanto menos informados de otras clases de entretenimiento. Por esta razón este proyecto quiere mejorar las actividades de grupo, brindando información cultural y turística de Cali para que no solo los caleños sino los otros colombianos puedan divertirse aprendiendo lo que les brinda nuestra ciudad.

Es por eso que como se desperdicia el tiempo libre con entretenimiento vacío y contaminante, este juego quiere brindar una ubicación infográfica de atracciones turísticas o diferentes opciones de entretenimiento cultural para mejorar los hábitos de la era moderna.

“En Colombia además del peso relativo que tiene los medios audiovisuales en las preferencias de los consumidores, los factores socioeconómicos y la edad son dos variables que guardan relación con una baja lectura y baja asistencia a eventos culturales”<sup>6</sup>.

Referente a los libros más apetecidos los relaciona así: históricos, la Literatura, la economía, la filosofía y la religión. El 82.8% leen Libros y el 17.2% no lo hacen. Con relación a las revistas y su acogida el 86.7% las leen y el 17.4% no las leen. En cuanto a si tienen biblioteca personal en su residencia se dio que el 65.2% si la poseen y un 34.8% no tienen. De este estudio se concluye que los jóvenes leen muy poco las mujeres leen un 15%, mientras que los hombres un 11<sup>7</sup>.

Por tanto es regular la cantidad de personas amantes de la lectura o de la alimentación de conocimiento y viendo que los juegos de mesa son un método

---

<sup>6</sup> Noticias Del Sector Turismo [en línea]. Bogotá: Instituto Distrital de Cultura y Turismo, 2006. [consultado en diciembre de 2006]. Disponible en Internet: <http://www.bogotaturismo.gov.co>

<sup>7</sup> La Lectura en Colombia, El tiempo, Que tanto leen los colombianos. Encuesta 2002 Santa Fé de Bogotá, 2002. V. 10, p. 141

lúdico que se puede utilizar para el aprendizaje, se crea este juego de mesa que brindará a la sociedad Caleña, un momento de aprendizaje continuo, divertido y diferente. La idea es comunicar una serie de lugares turísticos mediante un recorrido específico por Santiago de Cali. Pero el juego ofrece más que eso; brinda una expresión gráfica de los sitios visitados, fichas informativas y también divertidos inconvenientes para descubrir en el trayecto por el tablero del juego.

Por tanto el aprendizaje mediante el juego y la imagen creativa podría hacer que la sociedad se interese por aprenderse estos recorridos para ampliar o recordar que Cali es una ciudad con mucho por recorrer y fomentar así el sentido de pertenencia de los habitantes por su ciudad. La tabla del juego brindará mucho colorido y sus fichas de recorrido serán algunos colombianos (Caleño: ficha con maceta de dulce, Paisa: ficha con carriel y ruana, Costeño: Sombrero “vueltiado”, Norte americano: ficha de la estatua de la libertad, Europeo: ficha con símbolo del Euro, Argentino: un mate de “yerba”, Brasileño: Ficha de carnaval).

El colorido, estilo gráfico y uso de personajes viajan por Cali son algunos de los elementos diferenciadores del mismo.



## **1.6 OBJETIVOS**

**1.6.1 Objetivo general.** Promover la identificación de los planes de diversión e información cultural y turística en el plano de Santiago de Cali a través de la interacción de un grupo de jugadores.

### **1.6.2 Objetivos específicos.**

- Mejorar el interés y el sentido de pertenencia de los caleños por su ciudad.
- Afianzar el conocimiento cartográfico de la ciudad de Cali por medio de los diferentes recorridos a través del juego.
- Optimizar la comunicación y la socialización familiar y en grupos de amigos, a través de un espacio lúdico que a demás aporta información turística y cultural.
- Lograr un material recreativo que sea gráficamente atractivo, con estilo gráfico Pop Art, adaptados a las imágenes de Santiago de Cali, con colores característicos del movimiento y acompañados de señales iconográficas tridimensionales, claras de sus sitios turísticos, culturales y recreativos. Este estilo gráfico es el apropiado por que reúne la utilización del medio masivo, la publicidad, el comic y los productos de consumo un solo estilo, es libre y moderno.

## 2. MARCOS REFERENCIALES

### 2.1 ANTECEDENTES

El diseño del juego parte como una estrategia de aprendizaje, la cual toma como referencia los siguientes juegos:

**2.1.1 Ruta:** juego con fichas y dados donde el fin es dar vuelta a un recorrido donde suceden inconvenientes ilustrados en tarjetas y en el tablero, estas retrazan y hacen avanzar a otros. Se mantiene la tensión en cada paso que se da debido a la competencia y la suerte de cada participante.

**2.1.2 Parqués:** recorrido de fichas sobre un tablero con casillas, movilizadas por dados y donde el fin es dar la vuelta al tablero sin dejarse atrapar de ninguna otra ficha, salvaguardándose sólo en casillas de “seguro”. Cuenta con situaciones que facilitan las relaciones interpersonales: (avance en el recorrido) o las dificultan (receso en el recorrido “cárcel”), en el ámbito individual, familiar y colectivo.

**2.1.3 Sabelotodo:** recorrido por una tabla, avanzando con dados y fichas con el fin de ir respondiendo preguntas de diferentes temas contabilizando el tiempo para la respuesta. El fin es aprender de diferentes temas cada vez que se escuchan las respuestas ya sea por el encargado de las tarjetas o por la persona que responda.

**2.1.4 Corredor cultural de Cali:** este manual cuenta con los mapas de rutas terrestres de Colombia y una guía completa de los lugares turísticos más agradables de cada región y departamentos de Colombia, desde ecológicos, naturales, culturales como museos y monumentos nacionales; y también algunos restaurantes recomendados de cada sector.

**2.1.5 Guía de restaurantes granada/peñón:** pequeña guía ilustrada del mapa de los barrios Granada y El Peñón donde se señala todos los restaurantes de esas zonas.

**2.1.6 Cali arriba, Cali abajo:** juego de mesa que tiene en total 72 fichas de cartón y un tablero de juego; 16 de ellas son sobre la vida cultural de la ciudad; 24 fichas más pequeñas tienen datos sobre la historia caleña, los monumentos, la naturaleza

y sitios de interés. Además tiene caritas felices y caritas tristes que castigan el mal comportamiento y uso de los recursos públicos de la ciudad o premian el civismo; hay 24 ojos que son las preguntas que se deben resolver y se juega con dados, y fichas de Parqués.

**2.1.7 Entonces q!:** revista de suscripción gratuita donde informa los diferentes eventos, arte, cultura, turismo y entrevistas en Valle del Cauca.

## 2.2 MARCO TEÓRICO

El juego es un buen canal comunicativo para entregar información sin forzar el aprendizaje; la idea es que cada vez que la persona juegue, conozca un poco más de su ciudad y se mejoren las opciones de movilización de las personas, alentando a la economía turística y cultural, cambiando las costumbres de recreación mejorando la calidad de vida de los caleños.

A continuación se presentarán algunas opiniones y definiciones del juego y sus beneficios en el aprendizaje:

“Algunos psicoanalistas se han dedicado en los últimos años a examinar los juegos en los que el hombre participa. Eric Berne, quizás uno de los más destacados en esta corriente, procura mostrar que el hombre vive continuamente en juegos de diversa índole: juegos sociales, juegos afectivos, sexuales, políticos...etc.

El juego puede ser a veces cosas de niños pero todos aprendimos muchas cosas mediante el juego y la interacción con otros niños, como lo dice un pediatra en el texto Educación Hoy.

“Los niños también juegan y lo hacen en serio. El juego les permite ir construyendo y dominando el universo simbólico que más tarde les permitirá representar el mundo”<sup>8</sup>.

Conrad Lorenz muestra cómo en el juego el hombre orienta sin agresión:

El juego le permite mantener viva una de las condiciones básicas de la vida, la agresividad; sin que se convierta en odio. El juego nos da un marco para luchar contra otros sin odiarlo; es el deporte, la lucha agresiva; la base de la supervivencia, el amor es la base de la conservación y progreso de la vida. Si no existiera el juego, lucharíamos odiándonos. (la guerra es un juego con odio)<sup>9</sup>.

---

<sup>8</sup> AVALOS, Beatrice ; ANDRACA, Ana María de. “No Es Extraño, Por Tanto Que A Través Del Juego Podemos Aprender, Perspectivas Latinoamericanas. En: Revista Educación Hoy. Año 5, No. 29 (sep. – Oct. de 1975); p. 23

<sup>9</sup> CONRAD Lorenz. La propuesta didáctica como aprendizaje: Methuen. Londres: Konrad Zacharias Lorenz , 1970. p. 220.

En una encuesta por la revista "La reforma" se comprueban las preferencias de personas por ciertos programas televisivos en los diferentes horarios y edades:

La televisión y la familia se consolidan, así, como los principales organizadores del tiempo libre, la información y la sociabilidad. Como los hábitos son coherentes con los gustos, es lógico que 63% de las preferencias televisivas se dirijan a los canales que se autodesignan «canales de la familia» o diseñan su programación con baja exigencia intelectual para que pueda ser vista por todas las edades: son los que conceden sus horarios principales a telenovelas, series de acción e infantiles. El 75% dice ver televisión para divertirse, entretenerse, y apenas 14% la mira para informarse. El interés por la información es aún más bajo en los jóvenes: mientras los mayores de 30 años asignan un 25 por ciento a los noticieros, quienes tienen de 15 a 29 años oscilan entre 3 y 6 por ciento. Los adolescentes dedican el 53 por ciento de su tiempo televisivo a espectáculos musicales y deportivos<sup>10</sup>.

Este medio posee en muchos casos información valiosa para los ciudadanos de diferentes temas pero no cabe duda que lleva a que la comunicación o la interacción de los grupos familiares sea cada vez más distante.

"Las nuevas tecnologías han restituido la interactividad que está en el diálogo de persona a persona y no lo está en los medios masivos"<sup>11</sup>.

La comunicación es importante para la socialización y la unión familiar, unas de las intenciones que "Cali culturismo" desea brindar a los caleños, Joan Costa define comunicación de esta manera:

El término comunicación tiene su origen en la idea de comunidad. Según los teóricos, una comunidad se define por lo que sus miembros tienen en común: una lengua, una cultura. Pero esto no es la comunicación, que no se explica

---

10 ROMERO, Loaiza Fernando. Qué leen los estudiantes de la Universidad Tecnológica de Pereira, La reforma, Revista de Ciencias Humanas, [en línea]. Pereira: Universidad Tecnológica de Pereira, 2.000. [consultado en el 2006]. Disponible en Internet: [chumanas@utp.edu.co](mailto:chumanas@utp.edu.co)

<sup>11</sup> COSTA Joan Entrevista en foroalfa.com Por Alfredo Ignacio Cazorla [en línea]. Barquisimeto: Magenta, 2006. [consultado 20 de enero de 2007]. Disponible en Internet: [www.colormagenta.cl/2006/02/](http://www.colormagenta.cl/2006/02/)

pasivamente por lo que "tienen", sino por lo que hacen en común: relacionarse, intercambiar información, dialogar, discutir, colaborar, es decir, comunicarse<sup>12</sup>.

El juego como método de enseñanza es muy antiguo pues ya en la comunidad primitiva era utilizado, de manera empírica, en el desarrollo de habilidades en los niños y jóvenes. Los juegos didácticos reúnen cualidades y requisitos que los hacen útiles para el desarrollo del proceso de enseñanza y aprendizaje: constituyen un método que dinamiza la actividad de los alumnos en muchas de las formas de organización de la enseñanza, donde una vez motivados desarrollan su actividad cognoscitiva, práctica y variada, en la cual adquieren, precisan y consolidan los conocimientos de forma activa.

El método funciona para diferentes campos como método de aprendizaje y para la medicina que exige mucha lectura y aprendizaje existe:

En el Departamento de Fundamentos Químicos y Biológicos de la Facultad de Ingeniería Química del Instituto Superior Politécnico "José Antonio Echeverría" de Ciudad de La Habana, desarrolla desde hace varios cursos académicos en una línea de trabajo didáctico, dirigida hacia el diseño de juegos didácticos para ser aplicados en el proceso de enseñanza y aprendizaje de la Ciencia Química.

En este trabajo se presentan cinco de los juegos didácticos de mesa diseñados para apoyar en forma recreativa el proceso de enseñanza y aprendizaje de varias asignaturas de la Disciplina Fundamentos Químicos y Biológicos. Estos juegos didácticos llevan por título "SOLITARIO QUÍMICO", "PERIODICIDAD QUÍMICA", "LA SOLTERONA QUÍMICA", "QUIMIORG" y "REACCIONES SEAR". La originalidad de estos juegos didácticos está avalada por la concesión del Certificado de Autor de Modelo Industrial<sup>13</sup>.

---

<sup>12</sup> Ibid., p. 21.

<sup>13</sup> Juegos Didácticos [en línea]. Pedagogía Universitaria, Vol. VI, No. 365, La Habana: ¿útiles en la educación superior?. Chimbote Departamento de Ancash: Universidad Privada de San Pedro, 2006. [consultado en el 2006]. Disponible en Internet: <http://www.upsp.edu.pe/descargas/Docentes/Antonio/revista/01/3/189401306.pdf>

Este juego llevará a sus jugadores a ver en Cali una ciudad con una variada vida de entretenimiento, arte, y cultura que se espera que los comportamientos de los caleños tome la conducta correcta de una ciudad prospera.

El juego permite ensayar conductas, imaginar soluciones y crear nuevas alternativas de acción dentro de la seguridad y la magia que crea el universo lúdico. Sin embargo esta alternativa sólo tiene sentido de transformación cuando está unido al reconocimiento del afecto y el amor como emociones básicas humanas, que permiten la convivencia, la cooperación y la aceptación del otro<sup>14</sup>.

Entonces si el método puede funcionar y es utilizado en diferentes campos para alentar al receptor a obtener su información, se tiene que contar con una buena infografía que lleve a que la persona de las edades escogidas quiera jugarlo varias veces.

En la tabla y en las fichas del “Cali culturismo” existen seis símbolos que aparecerán frecuentemente a través del juego. En las tarjetas informativas de los símbolos hay fotos de el sitio visitado y por tanto el premio. En la tabla de juego se encontrarán puntos rojos numerados los cuales equivalen a restaurantes y sitios nocturnos. Estos pueden quitar puntos en diferentes cantidades pero siempre con una información del sitio visitado. Todos con toques de la línea del Pop art, sus colores y efectos fotográficos.

Un juego de mesa es un juego que requieren una mesa para jugarse o soporte similar y que es jugado generalmente por un grupo de personas alrededor de él. Aunque el azar es una parte muy importante en este tipo de juegos, son necesarios estrategia y razonamiento para poder jugar activamente.

Un juego temático es aquel juego basado en un aspecto de la realidad humana, es decir que tienen un tema: guerra, economía, simulación

Los juegos abstractos son aquellos que tienen poco o nada de tema o, si lo tienen, aquellos que podrían seguir siendo jugados sin tenerlo. En

---

<sup>14</sup> PULIDO, SANTANA, Maritza. Juegos ecológicos, metodología para la educación ambiental, Centro Nacional de Educación Ambiental [en línea]. Caracas, Venezuela: Ministerio del Medio Ambiente 2005. [consultado 20 de enero de 2007]. Disponible en Internet: [http://www.mma.es/portal/secciones/formacion\\_educacion/reflexiones/2005\\_10pulido.pdf](http://www.mma.es/portal/secciones/formacion_educacion/reflexiones/2005_10pulido.pdf).

consecuencia, pueden jugarse empleando como material de juego elementos muy sencillos: un tablero, fichas, dados, etcétera.

El poder de síntesis y la exactitud del reportero, la recursividad del diseñador imaginativo y la ventaja de unos buenos recursos informáticos han confluído para que se desarrolle esa suerte de nuevo género informativo, esa forma versátil e integral de narrar los hechos de la actualidad<sup>15</sup>.

---

<sup>15</sup> GARCÍA POSADA, Juan José. Peggie Stark, de Poynter Institute for Media Studies, en Florida, La narración infográfica [en línea]. Petesburg, Florida: Institute for Media Studies, 2006. [consulta marzo 2006]. Disponible en Internet: [www.paggiestark.com](http://www.paggiestark.com)



## 2.3 MARCO CONCEPTUAL

Lúdico: la forma de disfrutar la vida de relacionarse con ella, son los espacios que producen disfrute, goce y felicidad, acompañados de unas actividades simbólicas e imaginarias como el juego, la chanza, el sentido del humor, la escritura y el arte.

Infografía: es una combinación de palabras y elementos visuales que explican los acontecimientos descritos en el artículo y sitúan la historia o las sus protagonistas en un contexto determinado".

Didáctico: método de enseñanza acoplado al juego que logrará que se conozca la información de los sitios culturales-turísticos de Cali.

Interactividad: forma de relacionarse con un entorno, en los juegos; se interactúa con los integrantes y la información de la tabla de juego.

Comunicación: función que permite, por medio de diferentes medios como: signos, señales, imagen o sonido. El intercambio de mensajes.

Símbolos de los sitios turísticos: son 6 símbolos símbolo abarca un grupo de sitios turísticos recreativos más importantes como: 1.Punto Rojo: Restaurantes y sitios nocturnos, 2. Marco Romano 3D: museos, teatros y bibliotecas, 3. Selva marina (Pop Art): miradores, parques y zoológicos, 4. hombrecillo guaca 3D: Sitios arqueológicos y artesanías. 5. Torres coloniales y cruz 3D: iglesias, sitios históricos y arquitectura. 6. Monolito 3D: Monumentos importantes.

Monedas de turista: son los premios del juego y hacen referencia a los Símbolos de los Sitios Turísticos.

Símbolos de "inconvenientes": serán representadas con diferentes ilustraciones de situaciones que se encuentran en un recorrido por la ciudad de Cali, por ejemplo: Limpieza de vidrios o circo de semáforo. Y que tienen como propósito retener al jugador amablemente, igual que en las situaciones; para mantener la atención, el interés y ambientar el juego en general.

Símbolo de “Misión”: este símbolo estará en la tabla con sus respectivas tarjetas y brindan los destinos de cada viaje turístico-cultural por Santiago de Cali, será punto de partida y llegada de cada misión.

Tarjeta de ubicación: es el paquete de tarjetas que tendrá algunos símbolos de sitios turísticos y brindarán información de estos.

## 2.4 MARCO CONTEXTUAL

Desde el año 2006 se ha acumulado información sobre los sitios culturales y turísticos caleños, el funcionamiento del juego y sus características principales. Se realizó una prueba con participantes ajenos al proyecto para entender mejor el punto de vista de los jugadores y su funcionamiento. Por esta razón la creación de símbolos, inconvenientes y las diferentes tarjetas para la utilización del juego son creados con propósitos específicos.

**Figura 1. Prueba de juego**



El juego podrá tener una rotación al público de inmediato y sólo se tendrá que renovar la información cada dos años, ya que el crecimiento de los restaurantes y sitios de recreación han crecido los últimos años en la ciudad de Cali. Quien confirma el señor Oscar Pérez Dueño de el Restaurante San Telmo Parrilla Bar.

“...Los sitios turísticos culturales por el contrario crecen lentamente, pero esta mejorando cada día”<sup>16</sup>.

Se podría pensar que este juego ligado con el turismo podría tener un futuro más amplio donde se utilice la diversión como método de aprendizaje, mediante la creación de una evolución de este; como sería la comunicación de la ubicación de frutos y cosechas de Colombia o posiblemente uno de la ubicación de la fauna colombiana.

---

<sup>16</sup> ENTREVISTA con Oscar Pérez, San Telmo, Parrilla bar, Cali, 20 de junio 2006,

### 3. METODOLOGÍA

Para llevar a cabo el desarrollo gráfico del juego se tendrá que recopilar fotos de los sitios turísticos y culturales, los restaurantes con sus conceptos gastronómicos, la arquitectura y ubicar todos estos datos en el mapa de Santiago de Cali.

La idea de la enseñanza aplicada al juego es algo que no forzará en ningún momento al sujeto a aprender directamente sino a obtener la información diferente y visualmente atractiva. Por esta razón las tarjetas tendrán la información necesaria para motivar al jugador a continuar encontrando nuevos recorridos. Las fotos de los símbolos turísticos estarán en cada una de las tarjetas y tendrán un tratamiento de retoque digital para enfocarlas al Pop Art, este movimiento estará presente en algunas de las gráficas creadas en el juego.

Para encontrar si la idea del proyecto estaba bien encaminada se realizó una encuesta el 21 de Noviembre de 2006 en un centro comercial del Norte de la ciudad a 20 jóvenes estudiantes de colegio, 20 Universitarios y 20 profesionales de diferentes empresas con un formato de preguntas de esta manera:

Edad

Sexo

Ocupación

¿Hizo algún plan en la semana o el fin de semana?

¿Quiso hacer algo diferente?

¿Le gustan los juegos de mesa? Si responde NO pase a h)

¿Le agradaría conocer uno que le brinde información de todos los planes por hacer en Santiago de Cali?

¿le agradaría uno que tuviera humorísticas ilustraciones de personajes caleños callejeros?

Los resultados de la encuesta arrojaron los siguientes datos:

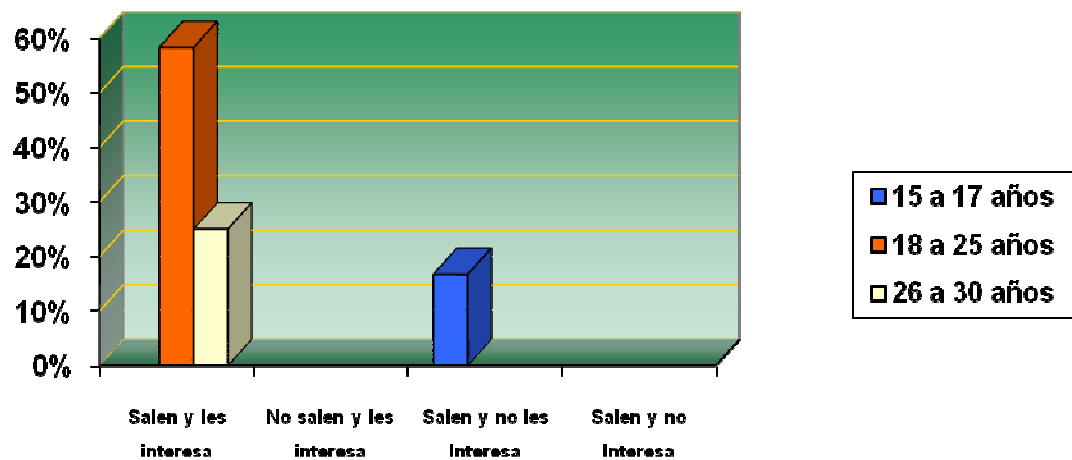
Colegiales: El 16.7% de los encuestados fueron jóvenes de colegio entre 15 y 17 años que no salen frecuentemente, no les interesa casi los juegos de mesa y les interesa poco, uno que les informe sobre los planes en Cali.

Universitarios: El 58.3 de los encuestados, se encuentran entre 18 y 25 años, salen los fines de semana, juegan poco pero les interesa mucho la información.  
 Profesionales: El 25% de los encuestados se encuentran entre los 26 y 30 años, programan muchas salidas de fines de semana, les gusta los juegos y quieren la información.

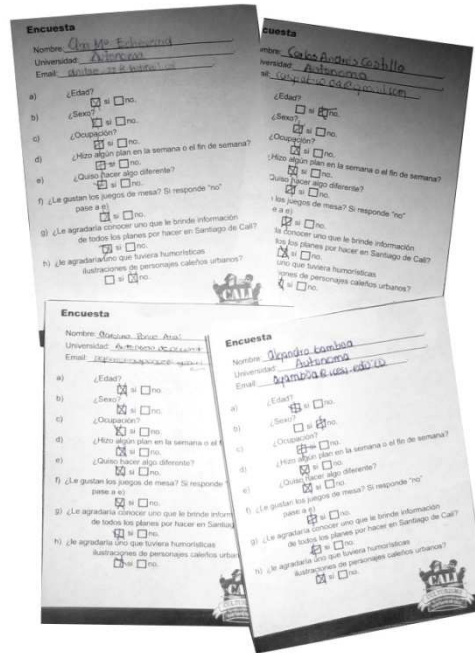
**Tabla 1. Tabla de resultados**

Edad	Salen y les interesa	No salen y les interesa	Salen y no les interesa	Salen y no interesa
15 a 17 años			16.7%	
18 a 25 años	58.3%			
25 a 30 años	25%			

**Tabla 2. Grafica de porcentajes.**



**Figura 2. Encuestas**



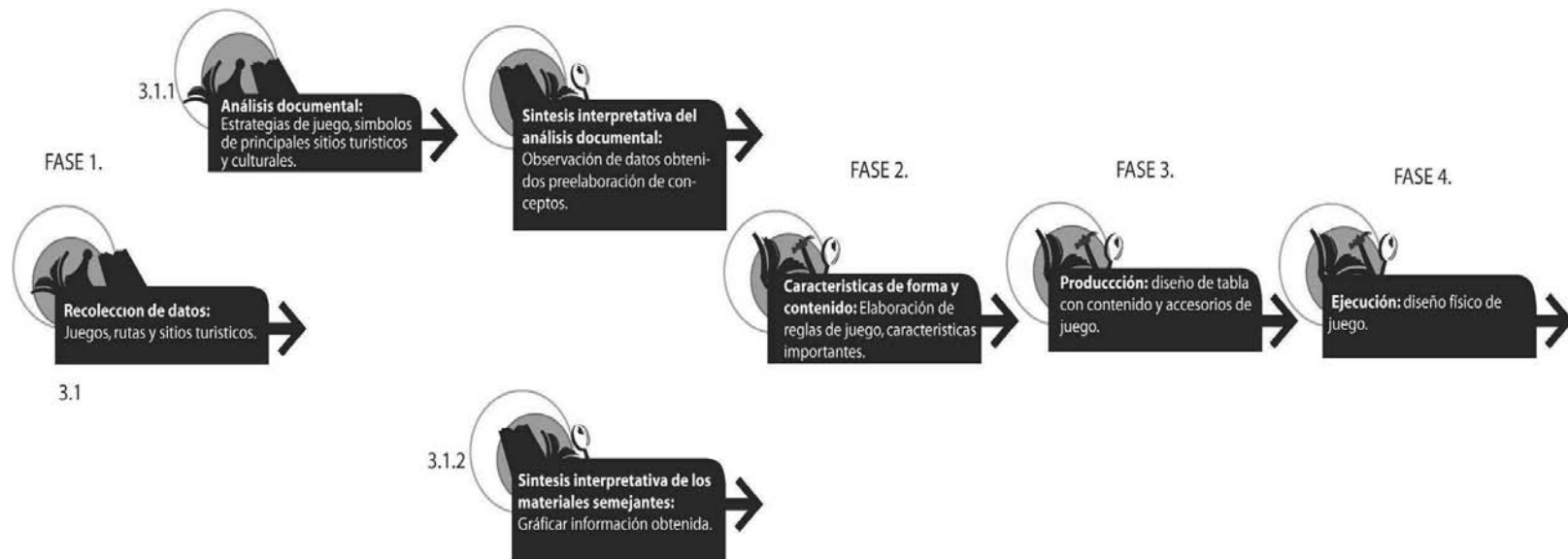
Este proyecto podrá ser presentado después de aprobado a la Secretaria de Turismo y Cultura o/a los diferentes locales comerciales y culturales para realizar una primera venta de 500 unidades para ser negociados con estos prospectos comerciales:

- Carrefour Chipichape (Av. 6a. calle 40 tel 072 687 7000).
- La 14 (Iván Darío Cardona G. Tel: 665 1817), “centro”, “homocentro”, “Calima”, “Unicentro”, “Av. 6a”, “Av. Roosevelt” y “Av. Pasoancho”.
- Exito (Tels: 2-339 6557 / 668 6710 / 335 4616), “Chipichape”, “Unicali”, “Av. 5a”.y “Av 8a”.
- Casa Estrella norte y sur. ( Tel: 330 6538)
- Pepe ganga norte y sur. (893 6574/893 6637)

Todos estos con una sección amplia de juguetería y juegos de mesa, alto movimiento de compradores y buenos espacios para activación publicitaria (en góndolas: habladores, rompe tráfico, etc.)

La producción aproximadamente de 20 unidades por establecimiento en sus diferentes zonas en la Ciudad de Cali para dar un comienzo a la estrategia de publicidad y mercadeo que podría desarrollarse con este proyecto.

**Figura 3. Esquema metodológico**





### 3.1 FASE 1

#### RECOLECCIÓN DE DATOS:

##### Juegos:

- Sabelotodo
- Parqués
- Ruta
- Cali arriba, Cali abajo

##### Sitios turísticos:

- Corredor cultural de Cali
- Guía de Restaurantes Paseo Granada / Peñón Gourmet
- Juego Cali arriba, Cali abajo.
- Guía de Rutas por Colombia 2006.
- Mapa de rutas de Cali.

##### Fuentes Web

- <http://www.farallonesdecali.com/>
- [http://www.caliescali.com/interfases/articulos/ver\\_articulo.php?id\\_articulo=488](http://www.caliescali.com/interfases/articulos/ver_articulo.php?id_articulo=488)
- <http://www.ronda.com.co/puntos.htm>

#### 3.1.1 Análisis documental: estrategias de juego, símbolos y cartografía.

##### Síntesis interpretativa del análisis documental:

##### Observación de datos obtenidos preelaboración de conceptos.

- Juegos didácticos: ¿útiles en la educación superior?, Pedagogía Universitaria, Vol. VI No. 3
- Joan Costa, entrevista en foroalfa.com Por Alfredo Ignacio Cazorla
- Corp. editora medica del valle, Revista Colombia Médica, Vol. 34, No. 1, 2003, pp. 31-35
- Mapa de Santiago de Cali

**3.1.2 Síntesis interpretativa de los materiales semejantes: graficar información obtenida.**

**3.2 FASE 2: CARACTERÍSTICAS DE FORMA Y CONTENIDO: ELABORACIÓN DE REGLAS DE JUEGO, FICHAS DE MISIONES Y DE INCONVENIENTES.**

Se crearon las reglas del juego y se establecieron los inconvenientes que darán la emoción y entusiasmo al juego, se desarrollaron los recorridos o misiones que se deberá recorrer a través de la tabla y se clasificó la información de cada sitio turístico y cultural de Santiago de Cali.

**3.3 FASE 3: PRODUCCIÓN: DISEÑO DE TABLA CON CONTENIDO Y ACCESORIOS DE JUEGO.**

Se diseñaron las fichas de misión, inconvenientes y la organización de las tarjetas de información de los sitios turísticos. Se diseña un empaque para guardar todo el juego con una carátula llamativa y comunicativa, también se deja espacio para patrocinios y direcciones de contacto.

**3.4 FASE 4: EJECUCIÓN: DISEÑO FÍSICO DE JUEGO (CAJA, TABLA, FICHAS Y ACCESORIOS).**

Se arma la caja del juego con todo su contenido, fichas, tarjetas, monedas de turista dados y tabla. Las fichas y las monedas son realizadas en “porcelanicrom” que es una base de pegante blanco común con mezcla de vinilo y una parte de agua.

## **4. RECURSOS**

Recursos/materiales

Equipos: Computador, scanner, cámara digital e Internet.

Útiles: Cartón paja, papel glossy film, cinta doble fas, masilla o solución plástica (fichas) y lija.

### **4.1 RECURSOS /TALENTO HUMANO:**

Director de proyectos: Carmen Elisa Lerma

Asesor de proyecto: Beatriz Roa

### **4.2 RECURSOS / FINANCIERO: \$ 700.000**

## 5. CRONOGRAMA

Tabla 3. Cronograma

TIEMPO FASE	MES 1			MES 2			MES 3			MES 4			MES 5		
	2	3	4	2	3	4	2	3	4	2	3	4	2	3	4
<b>fase 1</b> Recolección de datos.															
3.1.1 Análisis documental	★														
- Síntesis interpretativa de juegos y rutas nacionales.		★	★												
3.1.2 Análisis de material semejante				★											
- Síntesis interpretativa de materiales semejantes					★										
<b>fase 2</b> Características de forma y contenido.					★	★									
■ labor de consultoría que ayudará a resolver el problema.							★								
<b>fase 3</b> Producción de tabla y accesorios.								★	★	★	★	★			
- Propuesta de juego básico.												★			
Diseño físico de juego.													★	★	★
													★	★	★

## **6. DESCRIPCIÓN DE LOS ESTATUTOS DE COMUNICACIÓN**

### **6.1 DESCRIPCIÓN DEL ESTATUTO RECEPTOR**

Este juego es dirigido a toda persona con capacidad de lectura, se especifica que desde los 10 años en adelante puede ser utilizado, puesto que un niño de esta edad puede ser capaz de leer y entender el recorrido del juego. La idea es que pueda llegar a toda persona interesada en Santiago de Cali, ya sea del interior del País o del exterior de él; contribuir de manera efectiva al turismo en la ciudad.

Su comunicación visual también llevará a entender la ubicación de sitios turísticos y culturales, las calles, las avenidas y hasta la forma física de la ciudad. Las fichas son fácilmente reconocidas como turistas nacionales o internacionales. Las tarjetas brindaran información de rápido entendimiento acompañada de una imagen que clarifique aún más.

### **6.2 DESCRIPCIÓN DEL ESTATUTO EMISOR**

Debido a la falta de información de nuestra ciudad y de nuestra cultura se ha perdido el interés por la ciudad y por su comercialización turística, este juego quiere mejorar la movilización de ciudadanos por la ciudad, aumentando la contribución turística y ampliando nuestro conocimiento de historia, arte, arquitectura o simplemente sus sitios de diversión. El conocimiento que brindará este juego dará una nueva forma de educación y sensibilización de la población por el conocimiento de su ciudad y por los mismo sus visitantes.

## **7. DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA GRÁFICO**

### **7.1 ARGUMENTO DEL JUEGO**

Cali “Culturismo” es un juego lúdico-didáctico que contiene información de sitios turísticos y culturales, su ubicación y una cómica forma de “inconvenientes”. La idea es recorrer la tabla de juego, cumpliendo 3 misiones de viaje y acumulando monedas turísticas de diferentes valores, cuidando que de no perderlos en los inconvenientes.

### **7.2 METÁFORA**

El juego es una aventura entre residentes y extranjeros visitando Santiago de Cali, ellos se diferencian entre sí pero todos buscan lo mismo, conocer todo lo que tiene Cali por brindar sus sitios de entretenimiento y su cultura, artística y hasta gastronómica. Conocerán mucho mejor Cali que hasta verán parte de su cultura urbana.

### **7.3 SITUACIÓN**

Santiago de Cali posee grandes virtudes turísticas que no se han podido explotar en su totalidad a causa de la desinformación de los caleños y por tanto de los visitantes, por esta razón se quiere alentar a la movilización por Cali mostrando sus diversos planes para realizar. De manera que podría fortalecerse el turismo y mejorar las condiciones de la cultura artística caleña entre otros.

## 8. JUEGO CALI CULTURISMO

Figura 4. Logo del juego



### 8.1 REGLAS DEL JUEGO

El juego se da inicio al tirar los dados para especificar el que inicia la partida.

Después de sacar la primera tarjeta de misión se ubicará en el primer sitio visitado, de donde se podrá sacar la primera tarjeta de ubicación numerada para conocer el primer sitio visitado y encontrar si ganas alguna moneda de turista (mayor cantidad de monedas gana).

Si se encuentra en un inconveniente y se es alcanzado por otro jugador, la tarjeta del inconveniente posee una segunda nota de calamidad para cualquiera de los dos jugadores. (Conveniente no dejar ver esta tarjeta).

## 8.2 TARJETAS DEL JUEGO

Figura 5. Tarjetas de misión



Figura 6. Tarjetas de inconvenientes







Las partidas se pueden jugar varias misiones pero no menos de 3 misiones. Al terminar se cuentan las monedas de turista ganadas. Si terminas primero y no se tuvo suerte con la cantidad de monedas se puede sacar una tarjeta de misión de más para ganar monedas extra.

### 8.3 SIMBOLOS DE CULTURISMO

Figura 7. Símbolos de monedas de turista.



Museos, teatros y bibliotecas



Sitios arqueológicos y artesanías



Restaurantes y sitios



Arquitectura, Iglesias y sitios importantes



Miradores, parques y zoológicos.

## 9. FICHAS DEL JUEGO.

Figura 8. Fichas del juego.



# 10. TABLA DE JUEGO.

Figura 9. tabla de juego



## 11. CAJA DEL JUEGO

Figura 10. Cajas del juego



## BIBLIOGRAFÍA

[AVALOS, Beatrice](#) ; ANDRACA, Ana María de. Perspectivas latinoamericanas, “No es extraño, por tanto que a través del juego podamos aprender. En: Revista Educación Hoy. Perspectivas Latinoamérica. Año 5, No. 29 (sep. – Oct. de 1975); p. 3-17.

[AVALOS, Beatrice](#) ; ANDRACA, Ana María de. “No Es Extraño, Por Tanto Que A Través Del Juego Podemos Aprender, Perspectivas Latinoamericanas. En: Revista Educación Hoy. Año 5, No. 29 (sep. – Oct. de 1975); p. 23

CONRAD Lorenz. La propuesta didáctica como aprendizaje: Methuen. Londres: Konrad Zacharias Lorenz , 1970. 220 p.

COSTA Joan Entrevista en foroalfa.com Por Alfredo Ignacio Cazorla [en línea]. Barquisimeto: Magenta, Febrero 13 de 2006. [consultado 20 de enero de 2007]. Disponible en Internet: [www.colormagenta.cl/2006/02/](http://www.colormagenta.cl/2006/02/)

GARCÍA POSADA, Juan José. Peggie Stark, de Poynter Institute for Media Studies, en Florida, La narración infográfica [en línea]. Petesburg, Florida, Institute for Media Studies 2006. [consulta marzo 2006]. Disponible en Internet: [www.paggiestark.com](http://www.paggiestark.com)

Juego Cali arriba, Cali a bajo” [en línea]. Cali: Juego Cali, 2006. [consultado enero de 2006]. Disponible en Internet: [http://www.caliescali.com/interfases/articulos/ver\\_articulo.php?id\\_articulo=488](http://www.caliescali.com/interfases/articulos/ver_articulo.php?id_articulo=488)

Juegos Didácticos [en línea]. Pedagogía Universitaria, Vol. VI, No. 365, La Habana: ¿útiles en la educación superior?, 2006. [consultado en el 2006]. Disponible en Internet: <http://www.upsp.edu.pe/descargas/Docentes/Antonio/revista/01/3/189401306.pdf>

La Lectura en Colombia, El tiempo, Que tanto leen los colombianos. Encuesta 2002 Santa Fé de Bogotá, 2002. v. 10, p. 141

Noticias Del Sector Turismo [en línea]. Bogotá: Instituto Distrital de Cultura y Turismo, 2006. [consultado en diciembre de 2006]. Disponible en Internet:(<http://www.bogotaturismo.gov.co>

PULIDO, SANTANA, Maritza. Juegos ecológicos, metodología para la educación ambiental [en línea]. Caracas, Venezuela: Centro Nacional de Educación

Ambiental, 2005. [consultado 20 de enero de 2007]. Disponible en Internet: [http://www.mma.es/portal/secciones/formacion\\_educacion/reflexiones/2005\\_10pulido.pdf](http://www.mma.es/portal/secciones/formacion_educacion/reflexiones/2005_10pulido.pdf).

ROMERO, Loaiza Fernando. Qué leen los estudiantes de la Universidad Tecnológica de Pereira, La reforma, Revista de Ciencias Humanas [en línea]. Pereira: Universidad Tecnológica de Pereira Mayo 2.000. [consultado en el 2006]. Disponible en Internet: [chumanas@utp.edu.co](mailto:chumanas@utp.edu.co)

RESTREPO, Olga Lucía M.D., M.P.H., PUCHE, Rebeca, Ph.D., PEÑA, Sandra Patricia. Promoción de la convivencia y prevención de violencia interpersonal mediante actividades lúdicas y humorísticas. En: Revista Colombia Médica. Vol. 34, No. 1 (enero – marzo 2003); p. 31-35.

Terra Noticias Y Entretenimiento [en línea]. Cali: Terra.com, 2006. [consultado en enero 2006]. Disponible en Internet: <http://www.terra.com.co/cali/restaurantes/16-08-2005/nota238742.html>

"Turismo Para un Nuevo País", el plan sectorial de turismo, Colombia, 2003-2006 [en línea]. Bogotá: Boletín Turismo Vive en Colombia Viaja por el País, 2006. [consultado en enero de 2006]. Disponible en Internet: <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/bol-turismo/boletin1/1noti6.htm>

Y Tú, ¿Qué Sabes De Bogotá? [en línea]. Bogotá: encuesta a viajeros no residentes que salen de la ciudad de Bogotá Instituto Distrital de cultura y turismo. Subdirección de turismo, 2005. [consultado en febrero de 2007]. Disponible en Internet: <http://www.bogotaturismo.gov.co>

1000 Y Un Juegos De Mesa [en línea]. Medellín: Industrias Ronda, 2006. [consultado en enero de 2007]. Disponible en Internet: [www.oficinascomerciales.es/staticFiles/Id%20336646%20Juguetes%20Colombia\\_7047\\_.pdf](http://www.oficinascomerciales.es/staticFiles/Id%20336646%20Juguetes%20Colombia_7047_.pdf) –