

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**



**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Licenciada en Ciencias de la  
Comunicación Social

TRABAJO DE TITULACIÓN

**LA PLAZA ROJA LA CONCEPCIÓN DE RIOBAMBA COMO ESPACIO DE  
IDENTIDAD CULTURAL Y SU INCIDENCIA EN LA OPINIÓN PÚBLICA DE LOS  
HABITANTES ENTRE 45-65 AÑOS DE LA PARROQUIA VELASCO DURANTE EL  
PERIODO ENERO A DICIEMBRE 2016**

Autora: Karol Magaly Mosquera Perdomo

Tutor: MsC. Marcelo Jijón Paredes

**Riobamba - Ecuador  
Año 2017**


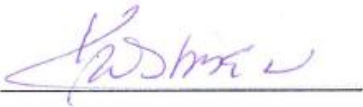

## CALIFICACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO DE GRADO



Los miembros del tribunal de revisión del proyecto de investigación del título **LA PLAZA ROJA LA CONCEPCIÓN DE RIOBAMBA COMO ESPACIO DE IDENTIDAD CULTURAL Y SU INCIDENCIA EN LA OPINIÓN PÚBLICA DE LOS HABITANTES ENTRE 45-65 AÑOS DE LA PARROQUIA VELASCO DURANTE EL PERIODO ENERO A DICIEMBRE 2016.**, presentado por: Karol Magaly Mosquera Perdomo, y dirigida por: MsC. Marcelo Jijón Paredes

Una vez revisado el proyecto de investigación con fines de graduación escrito en el cual se ha constatado en el cumplimiento de las observaciones realizadas se procede a la calificación del informe del proyecto de investigación.

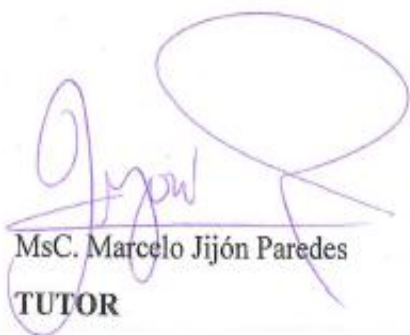
Por la constancia de lo expuesto firman:

	Nota	Firma
Tutor MsC. Marcelo Jijón Paredes	<u>10</u>	<u></u>
Miembro del Tribunal MBA. Carlos Larrea Naranjo	<u>10</u>	<u></u>
Miembro del Tribunal MsC. María Vitoria León	<u>10</u>	<u></u>
Promedio	<u>10</u>	

## DECLARACIÓN EXPRESA DE TUTORÍA

En mi calidad de Tutor, y luego de haber revisado el desarrollo del Proyecto de Investigación elaborado por la señorita **Karol Magaly Mosquera Perdomo**, tengo a bien informar que el trabajo indicado cumple con los requisitos exigidos para que sea expuesto al público, luego de ser evaluado por el tribunal designado.

Riobamba, 31 de julio de 2017



MsC. Marcelo Jijón Paredes  
**TUTOR**

## AUTORÍA

Yo, **Karol Magaly Mosquera Perdomo**, soy la responsable de las ideas, doctrinas, resultados y propuestas expuestas en el presente Proyecto de Investigación y los derechos de autor pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo.



**Karol Magaly Mosquera Perdomo**

C. I. 080413173-8

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecerle a Dios por permitirme luchar y alcanzar este gran sueño que hoy se ha convertido en realidad.

A mi mami Magaly Perdomo por ser un ejemplo y tener siempre las palabras correctas para ayudarme a seguir adelante.

A mi papi Edmundo Mosquera quien ha estado pendiente para darme la ayuda necesaria.

A mi hija Scarlett Luana por ser ese pilar fundamental que me da fuerzas para levantarme en las mañanas y seguirme preparando para ser una mejor persona, profesional y madre, tú mi pequeñita eres lo que yo más amo.

A mi amor Danny Veloz por ser la persona que ha permanecido a mi lado en las buenas y malas, ha demostrado que me ama y desea todo lo mejor para mí y nuestro porvenir juntos.

A mis docentes y amigos de la carrera porque todo el tiempo que pasé en esta escuela fue la mejor experiencia que he tenido en mi vida y los recuerdos perdurarán por siempre.

**¡GRACIAS!**

## **DEDICATORIA**

Dedico esta investigación a toda mi familia en especial a mi pequeña hija Scarlett Luana por ser esa fortaleza que me ayuda a ser mejor cada día. A mi mamita Mercedes Lozano por estar siempre a mi lado en cada meta lograda y aunque ahora se encuentre lejos siempre ser una compañía y una guía en mi vida. Finalmente a todas las personas que fueron una ayuda en esta etapa de mi vida

**KAROL**

# ÍNDICE

PORTADA

REVISIÓN DEL TRIBUNAL ..... i

CALIFICACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO DE GRADO..... i

DECLARACIÓN EXPRESA DE TUTORÍA.....ii

AUTORÍA.....iii

AGRADECIMIENTO .....iv

DEDICATORIA .....v

ÍNDICE.....vi

RESUMEN ..... 1

SUMARY..... **¡Error! Marcador no definido.**

INTRODUCCIÓN ..... 2

CAPÍTULO I..... 4

1. MARCO REFERENCIAL..... 4

1.1. Planteamiento del problema..... 4

1.2 Justificación ..... 5

1.3 OBJETIVOS ..... 6

1.3.1 Objetivo General ..... 6

1.3.2. Objetivos Específicos ..... 6

CAPÍTULO II..... 7

2 MARCO TEÓRICO .....	7
2.1 Fundamentación teórica .....	7
2.1.1 Riobamba .....	7
2.1.2 La Plaza Roja .....	8
2.2 Identidad Cultural.....	10
2.2.1 Identidad .....	11
2.2.2 Cultura.....	11
2.3 Antropología Cultural .....	12
2.4 Opinión Pública .....	14
2.4.1 Conceptos de Opinión Pública .....	14
2.4.1.1 Definiciones Amplias de Opinión Pública .....	15
2.5 Grupos etarios .....	17
2.6 Variables.....	17
2.6.1 Variable independiente .....	17
2.6.2 Variable dependiente .....	17
2.7 Operacionalización de las variables .....	17
CAPÍTULO III.....	19
3. METODOLOGÍA.....	19
3.1 Método.....	19
3.1.1 Método Científico.....	19
3.2 Tipo de Investigación.....	19
3.2.1 Investigación Descriptiva.....	19
3.2.2 Investigación Documental.....	19
3.2.3 Investigación de Campo .....	19
3.3 Diseño de Investigación.....	20
3.3.1 Investigación No Experimental.....	20
3.4 Población y Muestra.....	20
3.4.1 Población .....	20
3.4.2 Muestra .....	20
3.5 Técnicas de recolección de datos.....	21



3.5.1 Observación.....	21
3.5.2 Análisis documental .....	21
3.5.3 Encuesta.. .....	22
3.6 Técnicas de procesamiento e interpretación de datos .....	22
3.6.1 Tabla de datos .....	22
3.6.2 Gráfico.... .....	22
4. RESULTADOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....	22
4.1 Análisis e interpretación de resultados.....	22
4.1.1 Análisis de la encuesta .....	22
4.2 Discusión de resultados.....	34
CAPÍTULO V .....	35
5. PROPUESTA .....	35
5.1 Catálogo.....	35
5.2 Presentación.....	35
5.3 CÁLOGO DE ARTESANÍAS DE LA PLAZA ROJA.....	36
CAPÍTULO VI .....	46
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	46
6.1 CONCLUSIONES .....	46
6.2 RECOMENDACIONES .....	47
BIBLIOGRAFÍA .....	48
ANEXOS .....	50

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1– Estudios de la antropología cultural.....	13
Tabla 2- Definiciones del concepto de opinión pública en la antigüedad .....	15
Tabla 3- Definiciones del concepto de opinión pública en el Siglo XVII y XIX.....	16
Tabla 4-Definiciones del concepto de opinión pública en el Siglo XX.....	16
Tabla 5 – Operacionalización de las variables.....	17
Tabla 6 – Visita a la Plaza Roja.....	23
Tabla 7-Frecuencia de asistencia .....	24
Tabla 8 – Actividades realizadas.....	25
Tabla 9- La Plaza Roja debe ser utilizada para fines comerciales .....	26
Tabla 10– La Plaza roja como un sitio tradicional de la ciudad .....	27
Tabla 11 – Participación en las actividades.....	28
Tabla 12– Causan desorden los días de feria .....	29
Tabla 13 – La Plaza Roja debe mantenerse como espacio para las artesanías .....	30
Tabla 14 – Importancia de las actividades que se realizan en la Plaza Roja.....	31
Tabla 15 – La Plaza Roja debe mantenerse como espacio para las artesanías .....	33

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1– Trazado urbanístico en 1799 – Ciudad Riobamba.....	8
Ilustración 2 – Mapa de 1799 en relación a los mercados de la Ciudad de Riobamba .....	9
Ilustración 3– Visita La Plaza Roja .....	23
Ilustración 4 – Frecuencia de Visita.....	24
Ilustración 5– Actividades que realiza.....	25
Ilustración 6– La Plaza Roja debe ser utilizada para fines comerciales .....	26
Ilustración 7– La Plaza Roja como sitio tradicional de la ciudad.....	27
Ilustración 8– Participación de las actividades .....	28
Ilustración 9– Causan desorden los días de feria.....	29
Ilustración 10– La Plaza Roja debe mantenerse como espacio para las artesanías .....	30
Ilustración 11– Son importantes las actividades que se realizan en la Plaza Roja .....	32
Ilustración 12 – Se deben vender solo artesanías en la Plaza Roja.....	33

## ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1– Ponchos de lana tejido en telares.....	36
Fotografía 2– Alpargatas .....	37
Fotografía 3– Shigras tejidas a mano .....	38
Fotografía 4– Fajas de la vestimenta indígena.....	39
Fotografía 5– Anaco de la vestimenta indígena.....	40
Fotografía 6– Blusa de la vestimenta indígena .....	41
Fotografía 7– Sombreros.....	42
Fotografía 8– Collares o Hualca.....	43
Fotografía 9– Lana de borrego .....	44
Fotografía 10– Tinta .....	45

## RESUMEN

El presente proyecto tiene como finalidad analizar la opinión pública de los habitantes de la parroquia Velasco entre 45-65 años respecto a la Plaza Roja La Concepción como un espacio de identidad cultural en el periodo enero a diciembre 2016. La Plaza Roja está ubicada en este lugar de 1799 después del terremoto que destruyó la antigua Riobamba, con el mandato del Ex Alcalde Edelberto Bonilla los artesanos fueron trasladados a este lugar. El marco teórico recopila fundamentos y teorías necesarias para sustentar la investigación, ahí se amplían y analizan diferentes conceptos de autores sobre temas como: Riobamba, La Plaza Roja, identidad cultural, identidad, cultura, antropología cultural, Opinión Pública y grupos etarios. La metodología utilizada fue el método científico que permitió conocer la historia y situación actual de la Plaza Roja, por medio de fundamentación teórica y recolección de datos como encuestas. Este proyecto de investigación se ejecutó con el apoyo de los habitantes de la parroquia Velasco por medio de una encuesta, posteriormente se analizaron e interpretaron los resultados obtenidos y luego poder realizar las conclusiones y recomendaciones, relatando cuales son los factores que permiten a los ciudadanos de esta parroquia sentirse identificados con la Plaza Roja. Para finalizar se propuso un Catálogo de artesanías de la Plaza Roja mismo que tiene como propósito que la ciudadanía conozca la elaboración y significado de los artículos artesanales que se comercializan en La Plaza Roja y de esta forma se mantenga en el lugar como un mercado netamente artesanal.

Palabras claves: Opinión Pública, identidad, cultura, artesanías

## Abstract

This project aims to analyze the public opinion of the inhabitants of the Velasco parish between 45-65 years in relation to the "*Plaza Roja de la Concepción*" Concepcion Red Square as a space of cultural identity in the period January to December 2016. The Red Square is located in this place since 1799 after the earthquake that destroyed the old Riobamba, with the leadership of Former Mayor Edelberto Bonilla; the artisans were transferred to this place. The theoretical framework compiles the foundations and theories necessary to support the research, then different concepts of authors on topics such as: Riobamba, "*La Plaza Roja*", cultural identity, identity, culture, cultural anthropology, public opinion and age groups. The methodology used was the scientific method that allowed knowing the history and current situation of the Red Square, through theoretical foundation and data collection as surveys. This research project was carried out with the support of the inhabitants of the Velasco parish by means of a survey, the results were then analyzed and interpreted, and then conclusions and recommendations were made, describing the factors that allow the citizens of this parish feel identified with the Red Square. Finally, a catalog of handicrafts of the Red Square was proposed, its purpose is for the citizens to know the elaboration and meaning of the handicrafts that are marketed in "*La Plaza Roja*" and in this way this place remains purely as a handicraft market.

Keywords: Public opinion, identity, culture, handicrafts

Reviewed by: Armas, Geovanny

Language Center Teacher



## INTRODUCCIÓN

Esta investigación tiene como finalidad analizar y determinar la Opinión Pública que los habitantes de la parroquia Velasco tienen sobre la Plaza Roja de La Concepción como espacio de identidad cultural en el periodo enero a diciembre 2016.

La Plaza Roja es importante para los habitantes de esta parroquia pues, con el paso de los años, continúa siendo un espacio de identidad cultural para las personas que comercializan sus productos en este lugar y para los moradores aledaños a la plaza, se ha mantenido por décadas como un sitio histórico y referente turístico.

En primera instancia se reconocerán las diversas actividades que se ejecutan en este espacio tanto culturales, comerciales, sociales, turísticas y recreativas, que se cumplirá por medio de la observación y recolección de información proporcionada por los actores.

En un segundo ámbito, se analizará la identidad histórica y cultural de la Plaza Roja de La Concepción y si la opinión pública ha incidido para que este espacio cambie con el paso de los años.

Para finalizar se elaborará un producto comunicacional para el fortalecimiento de la identidad cultural, dirigido hacia las autoridades y habitantes de la provincia, con el objeto que este lugar se convierta en un espacio de comercialización netamente artesanal.

Al momento la Plaza Roja se ha convertido en un referente turístico de la provincia, los turistas que visitan la ciudad recorren este espacio porque en éste se pueden apreciar artesanías de distintos cantones que representan la cultural chimboracense.

Además en el lugar se dan demostraciones del uso de los instrumentos musicales indígenas que causa curiosidad a las personas que visitan el lugar, también se puede apreciar el tejido a mano de fajas o la elaboración de bisutería, convirtiéndolo en un espacio cultural único dentro de la ciudad.

## CAPÍTULO I

### 1. MARCO REFERENCIAL

#### 1.1. Planteamiento del problema

En 1799 luego del reasentamiento de los pobladores de la antigua Riobamba, se creó el convento de las Madres Conceptas, siendo una tradición española que al costado de cada iglesia exista una plaza, entonces se forma la denominada plaza San Bernardo León, posteriormente durante la administración del alcalde Edelberto Bonilla, todos los comerciantes artesanales que expendían sus productos en el Mercado Santa Rosa, fueron reubicados en la que comenzaron a llamar “Plaza Roja” por el color de su piso. Desde ese momento, se convierte en un espacio donde se comercializaban varios productos y entre ellos muchos artesanales.

Con el paso de los años, los comerciantes de la Plaza Roja cambiaron la manera de comercializar sus productos y sus características, pues ahora no son exclusivamente artesanías que ellos mismos las elaboraban y eran de la provincia, sino que se han vuelto intermediarios de otras artesanías de distintas partes del país.

Este sitio es conocido como un referente turístico de la provincia, además dentro de la plaza se realizan actividades de distinta índole, para dar luego un contexto cultural, lo que ha permitido que la ciudadanía conozca a la Plaza Roja como un espacio de interacción cultural y tradicional.

Se ubica a un costado de la iglesia La Concepción, zona céntrica de la ciudad, en las calles José de Orozco entre Cristóbal Colón y Larrea, en frente de ésta se encuentra la imagen del Señor del Buen Suceso, un ícono religioso de los riobambeños.

Este lugar no es catalogado como un mercado, debido a que es espacio abierto, que permite a la ciudadanía circular con facilidad. Durante varios años ha sido una zona en donde se ejecutan eventos culturales, sociales, políticos, de economía popular y solidaria además de los tradicionales días de feria, en donde expenden distintos productos.



Actualmente en los días de feria asisten a la Plaza Roja comerciantes de otras ciudades de la sierra centro y venden otros productos a más de los artesanales, algo interesante que ocurre es que cada día de feria sastres y costureras llegan con sus antiguas máquinas de coser y ofrecen este servicio a la ciudadanía, este es un lugar en el que todavía se pueden encontrar productos como la tinta para lustrar zapatos, sombreros de paño, afinadores de instrumentos, entre otros artículos que ya no se expenden en otros comercios de la ciudad.

Cabe recalcar que los días de feria de la Plaza Roja La Concepción son los miércoles y sábados, pero la atención de los comerciantes de artesanías es diaria por ese motivo se continúa manteniendo la tradición de comercializar productos artesanales, muchos de estos negocios se han mantenido durante generaciones.

Al momento dentro de la Plaza Roja no todos los productos que se expenden son netamente artesanales, lo que está ocasionando que los productores de artesanías también comercialicen productos elaborados en máquinas y la manera artesanal se vaya quedando de lado poco a poco.

## **1.2 Justificación**

El presente trabajo de investigación es importante porque a través de éste se analizará la Opinión Pública de los habitantes de la parroquia Velasco entre 45-65 años, con la finalidad de conocer si la Plaza Roja La Concepción es un espacio de identidad cultural. Durante varios años en este sitio se han comercializado productos artesanales, lo que la ha convertido en un referente turístico. Es fundamental conocer si la Plaza Roja es representativa para los habitantes de dicha parroquia, debido a que este es un lugar que permite crear vínculos entre los comerciantes y ciudadanos que la visitan.

Además esta investigación permitirá demostrar las diferentes artesanías que se producen y expenden en el lugar, permitiéndole mantenerse como un referente cultural y tradicional de artesanías Chimboracenses.

Para finalizar por medio del producto comunicacional se dará a conocer a la ciudadanía cuales son los productos que se comercializan en la Plaza Roja, y el significado de los artículos artesanales que les ha permitido permanecer a los vendedores durante décadas en este sector.

### **1.3 OBJETIVOS**

#### **1.3.1 Objetivo General**

- Analizar el espacio de identidad cultural de la Plaza Roja “La Concepción” de Riobamba y su incidencia en la Opinión Pública de los habitantes entre 45-65 años de la parroquia Velasco durante el periodo enero a diciembre 2016.

#### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- Determinar la identidad cultural de los habitantes de la parroquia Velasco.
- Establecer la incidencia de la identidad cultural en la Opinión Pública.
- Elaborar un producto comunicacional para el fortalecimiento de la identidad cultural.

## CAPÍTULO II

### 2 MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Fundamentación teórica

##### 2.1.1 Riobamba

Riobamba es la capital de la provincia de Chimborazo, después del terremoto del 4 de febrero de 1797 sus habitantes se reasentaron en la Llanura de Tapi, según Ruth Lara “ A pesar de los cambios, Riobamba mantuvo su categoría a nivel nacional y gracias a sus representantes, de ese tiempo, la urbe continuó con su desarrollo en los ámbitos: económico, político, social y cultural, pues la creación de colegios, edificios iglesias y de más construcciones, fueron necesarias para que la ciudadanía riobambeña progrese”. (LARA, 2006)

Después del reasentamiento de los pobladores Riobambeños se realizó la división de los terrenos siguiendo el trazado de la Plaza Mayor, dando prioridad a la nobleza con preferencia a los demás del pueblo, se designó solares ubicados dentro de las dos cuadras de la circunferencia de la expresada Plaza Mayor a las cuatro religiones, el hospital real de la caridad y el convento e iglesia de monjas Conceptas situando a un costado de la misma un sitio para la Plaza San Bernardo León (Plaza Roja).

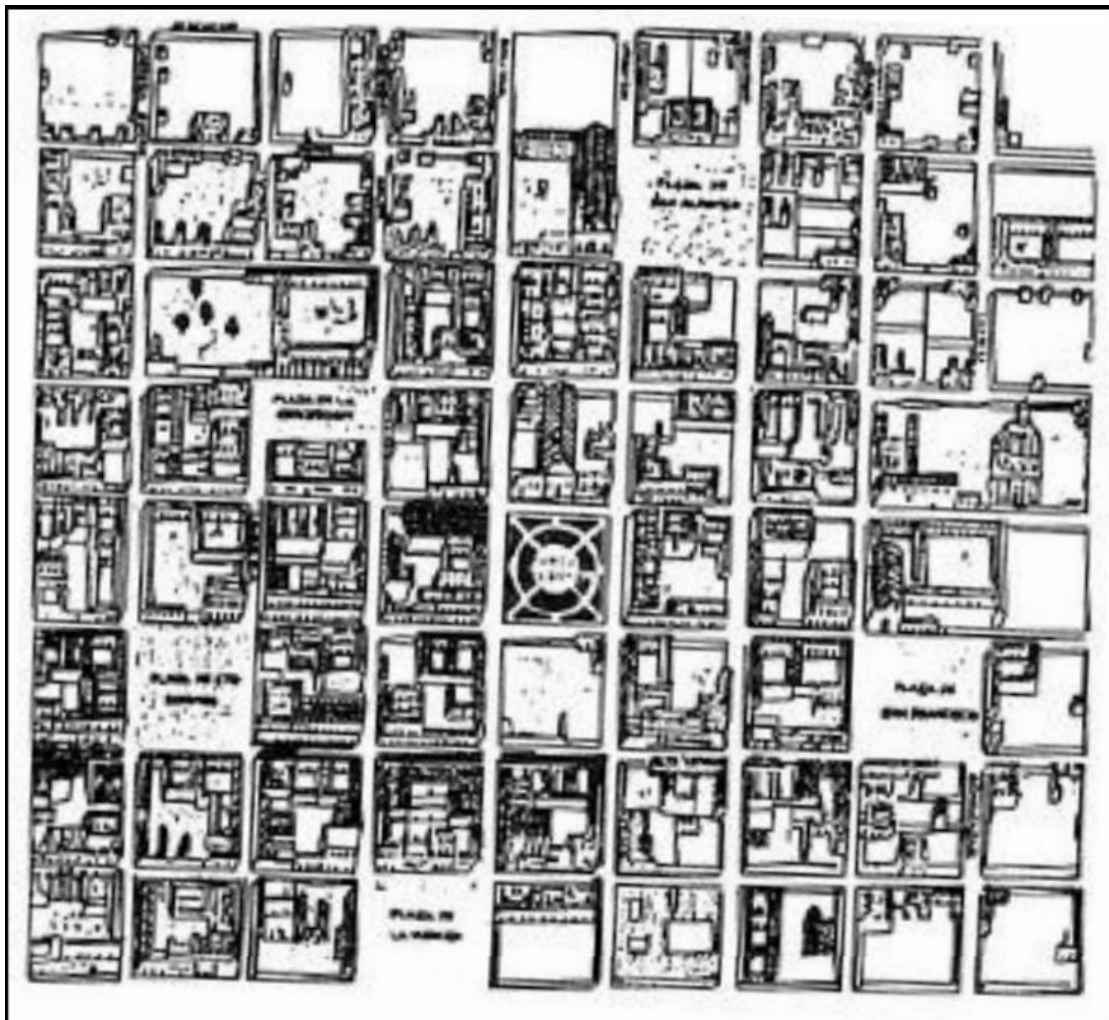
Actualmente Riobamba está dividida por cinco parroquias rurales las cuales son: Maldonado, Velasco, Lizarzaburu, Veloz y Yaruquíes, y once parroquias urbanas; Cacha, Calpi, Cubijés, Flores, Licán, Licto, Pungalá, Punín, Químiag, San Juan, San Luis. Además el desarrollo de la ciudad se ésta enfocando en diversos aspectos como: cultura, patrimonio, comunicacional, económico entre otros.

### 2.1.2 La Plaza Roja

La Plaza Roja comenzó su historia después del reasentamiento de los Riobambeños y el trazado urbanístico que se realizó en 1799, lleva su nombre debido al color de su piso, asimismo es llamada La Concepción por estar ubicada a un costado de la iglesia y convento de las Madres Conceptas. (MIRANDA, 2012)

En la siguiente ilustración se puede visualizar el trazado urbanístico y la ubicación actual de la Plaza Roja:

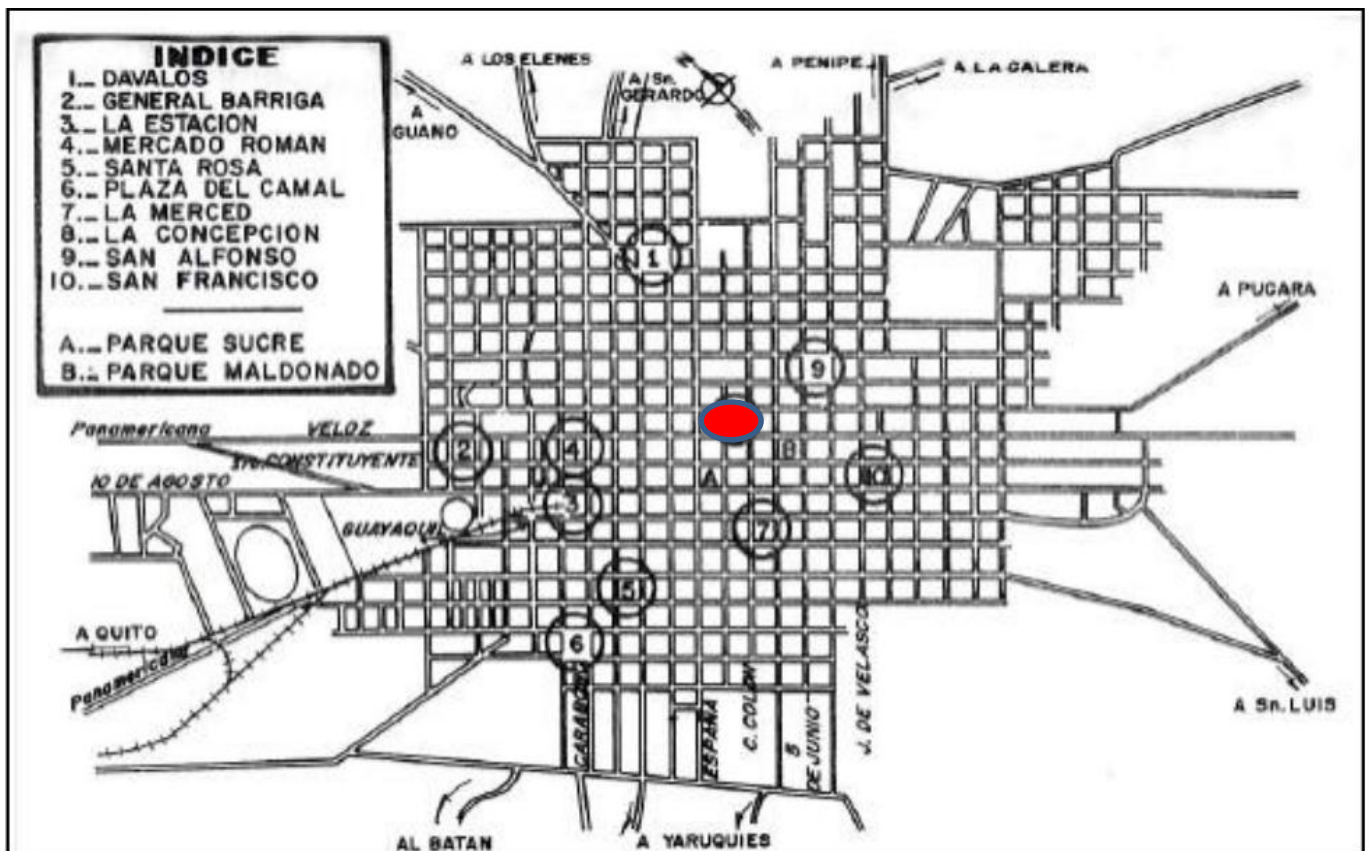
**Ilustración 1**– Trazado urbanístico en 1799 – Ciudad Riobamba



**Fuente:** (Cárdenas, 1996)

Actualmente la ubicación de la Plaza Roja es la misma que realizó en 1799, en las calles José de Orozco entre Cristóbal Colón y Juan Larrea, en frente de la plaza está ubicada la Iglesia de la Concepción y el oratorio que posee el cuadro del Señor de la Justicia. En la imagen a continuación se identifica a la Plaza Roja con respecto a los diferentes mercados de la ciudad.

**Ilustración 2** – Mapa de 1799 en relación a los mercados de la Ciudad de Riobamba



Fuente: (Burgos, 1997)

La Plaza Roja está conformada por 200 artesanos que se dedican a realizar distintos tipos de productos y provienen de diferentes partes de la provincia así como del país, los productos tradicionales que se mantienen hasta la actualidad son: sombreros, fajas, ponchos bayetas, collares y sombreros de paño.

## 2.2 Identidad Cultural

La identidad es el conjunto de características que una sociedad mantiene en común y permite diferenciarse de otros pueblos, mientras que la cultura son todas las tradiciones, creencias y costumbres adquiridas por un grupo humano.

Según Verbunt sostiene que: “los individuos se autodefinen culturalmente cada vez menos en relación con una nacionalidad y cada vez más con respecto a un sistema de valores, aspiraciones sociales y políticas, modos de producción y de consumo” (ROSINSKI, 2008).

Los espacios públicos permiten que las personas de distintas poblaciones intercambien sus tradiciones, formando de esta manera la cultura de una sociedad determinada, lo que en la actualidad es un tema importante para la sociedad pues de esta forma se identifican y diferencian de otras sociedades. Cabe resaltar que la conducta del ser humano está influenciada por su personalidad como por su cultura.

“En los últimos años, las cuestiones relacionadas con la cultura y la identidad cobraron una preponderancia creciente en el campo de las ciencias sociales. En el marco de la globalización actual de los mercados y los intercambios, y el desdibujamiento de las fronteras que durante la modernidad actuaban como válvulas de entrada y salida que los estados manejaban en función de sus intereses, la cultura se convierte cada vez más en un elemento fundamental de definición identitaria”, (HALL y DU GAY, 2011)

La cultura es un factor preponderante y de gran importancia para la identificación de un pueblo, porque en ésta se enmarca todas sus costumbres y tradiciones, en la actualidad en la cultura de una población se ve reflejado todo aquello que los rodea y los caracteriza e individualiza de las demás poblaciones.

El artículo 22 de la Declaración Universal de Derechos Humanos de 1948 afirma que: “Los derechos de tipo cultural son derechos de toda persona como miembros de la sociedad”. Es decir que todo ser humano tiene la libertad de demostrar su cultura en cualquier parte del mundo debido a que es un derecho que tiene.

El ser humano es libre de demostrar su cultura en cualquier parte del mundo, debido a que es la que permite identificar a dónde pertenece y demostrar sus raíces.

### **2.2.1 Identidad**

La identidad es el conjunto de los rasgos propios de un individuo o de una comunidad. Estas características identifican al sujeto o a la colectividad frente a los demás; por lo tanto todas las personas tienen el derecho de conocer su pasado para defender su identidad dentro de cualquier tipo de sociedad o cultura.

Según Guerrero la identidad puede ser relativamente duradera, esto quiere decir que se encuentra en constante cambio, ya que no es estática por el simple hecho que se construye y reconstruye, pero para que se logre esta debe estar de una forma continua, caso contrario se fragmentaría y sería difícil de reconocerla como parte de los que somos. Otros de los factores es que la identidad requiere de un reconocimiento social, de esta forma se garantiza su legitimidad y existencia. (GUERRERO, 2002)

La identidad también puede ser caracterizada por las construcciones dialécticas, ya que esta clase de identidad no solamente se limita al plano cultural sino que atraviesan las dimensiones de la vida cotidiana. Finalmente las identidades son construcciones de sentido de grupo, representando de esta manera las diversas dimensiones de un ser, las cuales ayudarán a establecerse como un referente dentro de sí mismo o ante los demás individuos que pertenecen a su comunidad o cultura.

### **2.2.2 Cultura**

Según Marvin Harris cultura es el conjunto aprendido de tradiciones y estilos de vida, socialmente adquiridos, de los miembros de una sociedad, incluyendo sus modos pautados y repetitivos de pensar, sentir y actuar, es decir, su conducta. (HARRIS, 2004)

El día a día de un individuo va formando de a poco su cultura, es decir que todas las pequeñas cosas que suceden a su alrededor inciden para que éste actúe de cierta manera, la formación de la cultura de una persona depende del espacio en el que se desarrolle.

El pensamiento de Edward Burnett citado en el libro Antropología Cultural de Marvin Harris señala que:

“La cultura... en su sentido etnográfico, es ese todo complejo que comprende conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y cualesquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre en tanto que miembro de la sociedad. La condición de la cultura en las diversas sociedades de la humanidad, en la medida en que puede ser investigada según principios generales, constituye un tema apto para el estudio de las leyes del pensamiento y la acción humanos” (HARRIS, 2004).

A pesar que la cultura tiene varias definiciones, ésta tiene mucho que ver al referirse a la civilización porque en cuanto las costumbres del ser humano van cambiando para mejorar su forma de vida, la cultura también cambia. En la cultura se destaca todo lo representativo de una sociedad por medio del ser humano.

### **2.3 Antropología Cultural**

La antropología cultural se ocupa de la descripción y análisis de las culturas las tradiciones socialmente aprendidas del pasado y del presente. Tiene una subdisciplina, la etnografía, que se consagra a la descripción sistemática de culturas contemporáneas. La comparación de culturas proporciona la base para hipótesis y teorías sobre las causas de los estilos humanos de vida. Aunque este libro se centra fundamentalmente en los hallazgos de los antropólogos culturales, los hallazgos de las otras clases de antropólogos son esenciales para muchos de los temas que se tratarán. (HARRIS, 2004).

La antropología cultural se basa en el estudio la evolución relacionándola con aspectos culturales de cada sociedad, que se reflejan en sus costumbres y tradiciones, mismas que perduran durante años debido a la transmisión de generación en generación, dependientes del lugar en donde se nace y se desarrolla.

Dentro de los departamentos de antropología se pueden apreciar diferentes campos de estudio como son antropología cultural, arqueología, lingüística antropológica y antropología física, mismos que se subdividen en otras ramas de estudio:



**Tabla 1**– Estudios de la antropología cultural

<p style="text-align: center;"><b>ANTROPOLOGÍA CULTURAL</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Antropología aplicada</u>: Estudia y hace propuestas para solucionar problemas prácticos y evaluar resultados.</li> <li>• <u>Antropología médica</u>: Estudia los factores biológicos y culturales en la salud y en la enfermedad y el tratamiento del enfermo.</li> <li>• <u>Antropología urbana</u>: Estudia la vida en la ciudad.</li> <li>• <u>Antropología del desarrollo</u>: Estudia las causas del subdesarrollo y del desarrollo entre las naciones menos desarrolladas.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>ARQUEOLOGÍA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Arqueología histórica</u>. Estudia las culturas del pasado reciente por medio de una combinación de material escrito archivado y excavaciones arqueológicas.</li> <li>• <u>Arqueología industrial</u>. Usa técnicas de la arqueología histórica para centrarse en factorías e instalaciones industriales.</li> <li>• <u>Arqueología contractual</u>. Lleva a cabo encuestas arqueológicas para la defensa del medio ambiente y la protección de lugares históricos.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>LINGÜÍSTICA ANTROPOLÓGICA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Lingüística histórica</u>. Reconstruye los orígenes de lenguas específicas y de las familias de lenguas.</li> <li>• <u>Lingüística descriptiva</u>. Estudia la sintaxis y la gramática de las lenguas.</li> <li>• <u>Sociolingüística</u>. Estudia el uso actual de la lengua en la comunicación cotidiana.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>ANTROPOLOGÍA FÍSICA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Primatología</u>. Estudia la vida social y biológica de los monos, grandes monos y otros primates.</li> <li>• <u>Paleontología humana</u>. Busca y estudia restos fósiles de primitivas especies humanas.</li> <li>• <u>Antropología forense</u>. Identifica a las víctimas de asesinatos y accidentes.</li> <li>• <u>Genética de la población</u>. Estudia las diferencias hereditarias en las poblaciones humanas.</li> </ul>

**Fuente:** (Harris, 2004)

**Elaborado por:** Karol Mosquera

## **2.4 Opinión Pública**

La Opinión Pública en la actualidad se ha considerado como una necesidad que tiene la sociedad de hacer referencia a los acontecimientos que se suscitan dentro de la misma, que inciden en el pensamiento y comportamiento de determinados grupos.

La etimología viene del latín “publicus” una derivación de “poplicus” o “populos” que significa pueblo. Definiéndolo de forma sencilla significaría; la opinión del pueblo, pero en la actualidad este concepto estaría incompleto frente a todas las relaciones y efectos que estudia.

Según Juan Díaz Terol, la Opinión Pública se estudia en diferentes ciencias una de ellas la psicología, argumentando que: “La Opinión Pública es aquella cuyos efectos sociales están más extendidos, y también es el más manifiesto a lo largo de nuestra tradición cultural la opinión pública ha sido explícitamente reconocida”. Maquiavelo acerca de la opinión pública dice: “Es del pueblo de quien importa merecer el afecto pues es el más fuerte y poderoso” (DÍAZ, 1970).

Desde el momento en que se comenzó a utilizar este término, se ha interpretado de distintas maneras, pero en la actualidad se ha visto como una forma de expresión y democracia de la sociedad en su vida política o cultural

Desde su primera utilización para explicar un fenómeno social hasta la actualidad es inevitable que el concepto haya tenido distintas interpretaciones, de la mano de la Ilustración alcanzó a explicar un sentido político, desde las acciones y actitudes del pueblo hacia sus representantes.

### **2.4.1 Conceptos de Opinión Pública**

Existen varios autores que definen la Opinión Pública desde diferentes perspectivas Luis Botero (2006) en su libro Teoría de lo público cita diversos conceptos desde el pensamiento de autores como Tonnies, Lippmann y Habermas: Ferdinand Tonnies entiende la Opinión Pública como conglomerado de puntos de vista, deseos y propósitos diversos y contradictorios, y opinión pública como potencia unitaria, expresión de la libertad común.

Desde la Perspectiva Mental Estereotipada Walter Lippmann sostiene que las imágenes que se haya dentro de las cabezas de los seres humanos, las imágenes de sí mismos, de los demás de sus necesidades, propósitos y relaciones son sus opiniones públicas.

Según este autor la manera que el ser humano percibe su entorno y las relaciones que tiene con su prójimo se convierte en Opinión Pública, porque todas las actividades que realiza a diario crean en su interior opiniones que al expresarlas se convierten en públicas.

La perspectiva crítica normativa según Jurgen Habermas señala que Opinión Pública significa cosas distintas según se contemple como una instancia crítica con relación a la notoriedad normativa pública, representativa o manipulativamente divulgada de personas o instituciones de bienes de consumo y de programa.

Sin embargo para Habermas la Opinión Pública tiene diferentes significados según sea utilizada la palabra todo con relación a cómo lo perciba el ser humano o a cómo sea usada según el tema del cual se esté hablando.

#### 2.4.1.1 Definiciones Amplias de Opinión Pública

La Opinión Pública ha sido un tema de investigación desde la época antigua hasta nuestros días, debido a que hace referencia a individuos que opinan sobre un objeto o tema determinado. Distintos autores desde la antigüedad hasta la actualidad han definido la Opinión Pública de distintas formas según su concepción.

**Tabla 2-** Definiciones del concepto de opinión pública en la antigüedad

Época	Autor	Definición
Antigüedad	Platón	Es una posición intermedia entre el conocimiento y la ignorancia. Es un conocimiento parcial de la realidad.
	Protágoras	Es el dogma Poleon o “creencia de las ciudades”.
	Herótodo	Es la opinión popular
	Demóstenes	Es la voz pública de la patria
	Cicerón	Es el apoyo del pueblo

**Fuente:** (Botero, 2006)

**Elaborado por:** Karol Mosquera

**Tabla 3-** Definiciones del concepto de opinión pública en el Siglo XVII y XIX

Época	Autor	Definición
Siglo XVII y XIX	Hegel	Es la manifestación de los juicios, de las opiniones y de los consejos de los individuos particulares sobre sus propios asuntos generales
	Tonnies	Son las ideas y representaciones a partir de las cuales se elaboran principios, máximas y reglas; y a partir de ellas se enjuician a las personas, acciones e instituciones.

**Fuente:** (Botero, 2006)

**Elaborado por:** Karol Mosquera

**Tabla 4-**Definiciones del concepto de opinión pública en el Siglo XX

Época	Autor	Definición
Siglo XX	Oncken	Es una distribución estadística de declaraciones expresadas por distintos segmentos de la población.
	Doob	Es el conjunto de las actitudes de los ciudadanos acerca de un tema cuando son miembros de un grupo social.
	Henessy	Es el conjunto de preferencias expresadas por un número significativo de personas sobre alguna cuestión de importancia general.
	Monroe	Es la distribución de las preferencias individuales dentro de una población.
	San Román	Es la opinión de pueblo (del público) sobre lo público.

**Fuente:** (Botero, 2006)

**Elaborado por:** Karol Mosquera

## 2.5 Grupos etarios

Los grupos etarios son aquellos comprendidos por seres humanos que pertenecen a una etapa específica según la edad que tengan, estos grupos se clasifican basándose en la edad como carácter diferenciador, además mantienen en común las actividades que realizan y se distinguen hasta en su manera de comunicarse.

Las personas que se encuentran en la etapa de adultez son aquellas que tienen edades entre 40-60 años y la Vejez de 60 en adelante, para estas personas las cosas más importantes son sus nietos, familiares y su entorno, por ese motivo para ellos es muy difícil adaptarse a grandes cambios.

## 2.6 Variables

### 2.6.1 Variable independiente

Identidad Cultural

### 2.6.2 Variable dependiente

Opinión Pública

## 2.7 Operacionalización de las variables

Tabla 5 – Operacionalización de las variables

Variables	Concepto	Categoría	Indicadores	Técnicas e instrumentos
<p><i>Variable Independiente</i></p> <p>Identidad cultural</p>	<p>“La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias (...) Un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y</p>	<p>Comunicación</p> <p>Antropológica cultural</p> <p>Identidad</p>	<p>Cultura</p> <p>Historia de Riobamba</p> <p>Imaginarios sociales</p>	<p><i>Técnica:</i> Observación</p> <p><i>Instrumento:</i> Guía de observación</p> <p><i>Técnica:</i> Análisis documental</p> <p><i>Instrumento:</i> Ficha de registro de datos.</p>

	anónimo, pues son producto de la colectividad” (MOLANO,L 2007).			
<i>Variable Dependiente</i> Opinión Pública	“Por espacio público entendemos un ámbito de nuestra vida social, en el que se puede construir algo así como opinión pública. La entrada está fundamentalmente abierta a todos los ciudadanos. En cada conversación en la que los individuos privados se reúnen como público se constituye una porción de espacio público. Los ciudadanos se comportan como público, cuando se reúnen y conciertan libremente, sin presiones y con la garantía de poder manifestar y publicar libremente su opinión, sobre las oportunidades de actuar según intereses generales. En los casos de un público amplio, esta comunicación requiere medios precisos de transferencia e influencia: periódicos y revistas, radio y televisión son hoy tales medios del espacio público.” (HABERMAS, 1962).	Opinión Pública Espacio público Medios de Comunicación	Sociedad Conglomerado Información	<i>Técnica Encuesta Instrumento</i> Cuestionario de la encuesta

Elaborado por: Karol Mosquera

## **CAPÍTULO III**

### **3. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Método**

##### **3.1.1 Método Científico**

A través de éste método se pudo conocer la historia y situación actual de la Plaza Roja, por medio de fundamentación teórica y recolección de datos como encuestas, las que fueron aplicadas a los habitantes de la parroquia Velasco entre 45-65 años.

#### **3.2 Tipo de Investigación**

Según los Objetivos planteados en esta investigación se utilizó la investigación descriptiva, documental y de campo.

##### **3.2.1 Investigación Descriptiva**

Por medio de esta investigación se pudo describir la incidencia de la Plaza Roja La Concepción de Riobamba como espacio de identidad cultural en la Opinión Pública de los habitantes de la parroquia Velasco entre 45-65 años durante el periodo Enero- Diciembre 2016. Se analizaron los hechos históricos que permitieron a la Plaza Roja convertirse en un espacio de interculturalidad, de igual manera se identificaron las diversas actividades que se ejecutan en el lugar además de la comercial.

##### **3.2.2 Investigación Documental**

Toda la información recopilada en libros, revistas y otros proyectos de investigación, contribuyó con saberes históricos que permitieron cimentar la investigación en este aspecto.

##### **3.2.3 Investigación de Campo**

La investigación que se desarrolló directamente a los habitantes de la parroquia Velasco permitió realizar un análisis sobre cómo la Plaza Roja genera opinión pública considerándola un espacio de identidad cultural.

### **3.3 Diseño de Investigación**

#### **3.3.1 Investigación No Experimental**

Esta investigación permite analizar lo que ya existe, los datos que se utilizan no son manipulados y se observan los fenómenos en su situación original.

### **3.4 Población y Muestra**

#### **3.4.1 Población**

Se investigó a la población de 45 a 65 años de la parroquia Velasco que según datos del Sistema Nacional de Información al 2016 son 17.568

#### **3.4.2 Muestra**

Para realizar la investigación se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{(N - 1)e^2 + Z^2 pq}$$

n= tamaño de la muestra

Z= nivel de confianza

p= Variabilidad positiva

q= Variabilidad negativa

N= tamaño de la población

e= margen de error

**Datos:**

n=?

Z= 1.96

p= 0.5



$$q=0.5$$

$$N=17.568$$

$$e=0.05$$

$$n = \frac{Z^2 pqN}{(N - 1)e^2 + Z^2 pq}$$
$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(17.568)}{(17.568 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$
$$n = \frac{(3.8416)(0.5)(0.5)(17.568)}{(17.568 - 1)(0.0025) + (3.8416)(0.5)(0.5)}$$
$$n = \frac{16872,3072}{43,9175 + 0.9604}$$
$$n = \frac{16872,3072}{44,8779}$$
$$n = 375,96026552$$
$$n = 376$$

El tamaño de la muestra a utilizar en la investigación es de 376

### **3.5 Técnicas de recolección de datos**

#### **3.5.1 Observación**

Esta técnica posibilita recopilar datos e información a partir de fuentes primarias a través de la percepción del escenario estudiado.

#### **3.5.2 Análisis documental**

Por medio de ésta se accede a información contenida en documentos como libros, revistas y folletos.

### **3.5.3 Encuesta**

Es un banco de preguntas que se realiza a un grupo de personas determinado para reunir datos o detectar la opinión pública sobre un tema específico.

## **3.6 Técnicas de procesamiento e interpretación de datos**

### **3.6.1 Tabla de datos**

Estructura de celdas que muestran los resultados de la información recolectada en diferentes valores o fórmulas.

### **3.6.2 Gráfico**

Las gráficas representan la proporción de cada categoría según los datos y valores que contengan cada una de ellas

## **CAPÍTULO IV**

### **4. RESULTADOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

#### **4.1 Análisis e interpretación de resultados**

##### **4.1.1 Análisis de la encuesta**

Tabulación e interpretación de las encuestas dirigidas a los habitantes de la parroquia Velasco entre 45-65 años.

**Tamaño de la muestra:** 376 encuestados

## 1. ¿Visita Ud. la Plaza Roja La Concepción?

Tabla 6 – Visita a la Plaza Roja

Opción	Respuesta	Porcentaje
SI	376	100%
NO	0	0%
TOTAL	376	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de la parroquia Velasco de 45-65 años

Elaborado por: Karol Mosquera

- **Análisis:** El total de los habitantes de la parroquia Velasco visita la Plaza Roja lo que evidencia que este lugar es conocido y visitado por la mayoría de su población.

Ilustración 3– Visita La Plaza Roja



Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de la parroquia Velasco de 45-65 años

Elaborado por: Karol Mosquera

- **Interpretación:** Para los habitantes de 45 a 65 años de la Parroquia Velasco La Plaza Roja es un lugar común el cual ellos visitan de forma constante, lo que permite que en este sitio se realicen actividades de diferente índole, debido a que siempre es concurrido por los habitantes de la ciudad.

## 2. ¿Con qué frecuencia asiste al sitio mencionado?

Tabla 7-Frecuencia de asistencia

Opciones	Respuesta	Porcentaje
Todos los días	184	50%
Cinco veces a la semana	57	16%
Dos veces a la semana	43	12%
Los fines de semana	82	22%
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de la parroquia Velasco de 45-65 años

Elaborado por: Karol Mosquera

- **Análisis:** El 50% de la población visita la Plaza Roja todos los días, el 16% transita por el lugar durante cinco días, un 12% mencionó que acude al sitio dos veces por semana, mientras que el 22% circula por la plaza los fines de semana.

Ilustración 4 – Frecuencia de Visita



Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de la parroquia Velasco de 45-65 años

Elaborado por: Karol Mosquera

- **Interpretación:** Los habitantes acuden al lugar todos los días, gran parte de ésta población asiste los fines de semana debido a que el sábado se realiza el día de feria y les permite adquirir diversos productos, según los datos que arrojan las encuestas la Plaza Roja es muy concurrida por los pobladores de esta parroquia por ese motivo todos las personas que asisten por lo menos dos veces por semana a este lugar.

## 3. ¿Qué actividades realiza en este lugar?

Tabla 8 – Actividades realizadas

Opciones	Respuesta	Porcentaje
<b>Caminar</b>	49	12%
<b>Hacer compras</b>	184	45%
<b>Asistir a eventos</b>	78	19%
<b>Otra</b>	95	24%
<b>TOTAL</b>	376	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de la parroquia Velasco de 45-65 años

Elaborado por: Karol Mosquera

- **Análisis:** El 45% realiza compras de los productos, un 24% visita la plaza con fines de comercializar cualquier tipo de producto, el 19% van a eventos que se llevan a cabo en la Plaza y el 12% llega al sitio con la finalidad de caminar o simplemente transita por el lugar.

Ilustración 5– Actividades que realiza



Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de la parroquia Velasco de 45-65 años

Elaborado por: Karol Mosquera

- **Interpretación:** La Plaza Roja es un lugar donde se comercializan diferentes tipos de productos artesanales la mayoría de los pobladores asiste al lugar a realizar compras debido a que existen productos que solo se encuentran en este lugar o son de su preferencia porque conocen la manera de elaboración, asimismo hay personas que acuden a la plaza con la finalidad de vender otros productos, pero este sitio también es visitado por los distintos eventos que se realizan en el lugar.

#### 4. ¿Ud. cree que este espacio debe ser utilizado para fines comerciales?

Tabla 9- La Plaza Roja debe ser utilizada para fines comerciales

Opción	Respuesta	Porcentaje
SI	269	66%
NO	107	34%
TOTAL	376	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de la parroquia Velasco de 45-65 años

Elaborado por: Karol Mosquera

- **Análisis:** El 66% opina que la Plaza Roja si debe ser utilizada para fines comerciales, mientras que el 34% dijo que la Plaza Roja no debe ser utilizada para con esta finalidad.

Ilustración 6- La Plaza Roja debe ser utilizada para fines comerciales



Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de la parroquia Velasco de 45-65 años

Elaborado por: Karol Mosquera

- **Interpretación:** Los habitantes de la parroquia Velasco prefieren que la Plaza Roja se mantenga como un sector comercial debido a que esto genera mayor ingreso a la ciudad, además debido a que en este lugar se expenden artesanías para ellos es una gran ventaja porque llama la atención de los turistas y a través de estos comerciantes se da a conocer las tradiciones y cultura de la ciudad, sin embargo hay una minoría que optan porque la plaza sea utilizada para otros fines que ayuden a la ciudad a estar más ordenada.

## 5. ¿Identifica a Plaza Roja como un sitio tradicional y de identidad de la ciudad

**Tabla 10**– La Plaza roja como un sitio tradicional de la ciudad

Opción	Respuesta	Porcentaje
SI	306	81%
NO	70	19%
TOTAL	376	100%

**Fuente:** Encuesta dirigida a los habitantes de la parroquia Velasco de 45-65 años

**Elaborado por:** Karol Mosquera

- **Análisis:** El 81% de los habitantes de la parroquia Velasco si identifica a la Plaza Roja como un sitio tradicional mientras que para el 19% este lugar no es un espacio tradicional de la ciudad.

**Ilustración 7**– La Plaza Roja como sitio tradicional de la ciudad



**Fuente:** Encuesta dirigida a los habitantes de la parroquia Velasco de 45-65 años

**Elaborado por:** Karol Mosquera

- **Interpretación:** Gran parte de los encuestados reconoce a la Plaza Roja como un sitio tradicional debido a que este es un mercado artesanal que ha permanecido durante décadas en el mismo sector y que permite a la ciudadanía dar a conocer la cultura indígena que es representativa de Chimborazo, de igual manera existe una minoría que no identifica a la plaza como un sitio tradicional ya que para ellos hay otros sectores dentro de la ciudad en donde se pueden ubicar estos comerciantes y de esta manera utilizar la Plaza Roja para dar mayor orden a la ciudad.

## 6. ¿Participa de las actividades que se realizan en este sitio?

Tabla 11 – Participación en las actividades

Opción	Respuesta	Porcentaje
MUCHO	109	29%
POCO	138	37%
NADA	129	34%
TOTAL	376	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de la parroquia Velasco de 45-65 años

Elaborado por: Karol Mosquera

- **Análisis:** El 29% si asiste a la mayoría de eventos que se realizan en la Plaza Roja, un 37% acude poco las actividades que se realizan en este lugar y el 34% no concurre a la plaza cuando se realiza algún tipo de evento

Ilustración 8– Participación de las actividades



Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de la parroquia Velasco de 45-65 años

Elaborado por: Karol Mosquera

- **Interpretación:** La Plaza Roja es un lugar que se utiliza para realizar otro tipo de actividades aparte de la económica en este sitio se hacen programas culturales, religiosos, políticos entre otros pero sus eventos no son de gran acogida por parte de los habitantes de la parroquia Velasco ya que en su mayoría participan de forma poco frecuente en estos eventos.



## 7. ¿Ud. cree que los días de feria en la Plaza Roja causa desorden en la ciudad

Tabla 12– Causan desorden los días de feria

Opción	Respuesta	Porcentaje
SI	139	37%
NO	237	63%
TOTAL	376	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de la parroquia Velasco de 45-65 años

Elaborado por: Karol Mosquera

- **Análisis:** Los días de feria si causan desorden en la ciudad según la opinión del 37% de la población, mientras que para el 63% estos días no causan ningún tipo de desorden ya que los comerciantes al retirarse dejan sus puestos de trabajo limpios.

Ilustración 9– Causan desorden los días de feria



Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de la parroquia Velasco de 45-65 años

Elaborado por: Karol Mosquera

- **Interpretación:** La mayoría de encuestados mencionó que los días de feria no causan ningún desorden en la ciudad, porque los comerciantes tienen espacios establecidos para instalar sus puestos de trabajo, mientras que para otros ciudadanos, estos días de feria son un problema de desorden porque a la plaza no solo llegan más comerciantes de lo habitual, sino que los vendedores informales invaden las calles aledañas y transitan por la plaza causando una acumulación de comerciantes en el lugar.

8. ¿Está de acuerdo con que la Plaza Roja se mantenga como un espacio para las artesanías y la cultura?

Tabla 13 – La Plaza Roja debe mantenerse como espacio para las artesanías

Opción	Respuesta	Porcentaje
SI	306	84%
NO	70	16%
TOTAL	376	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de la parroquia Velasco de 45-65 años

Elaborado por: Karol Mosquera

- **Análisis:** Según los datos el 84% de los habitantes de la parroquia Velasco está de acuerdo con que la Plaza Roja se mantenga como un espacio para las artesanías y la cultura, por otro lado el 16% no se encuentra de acuerdo.

Ilustración 10– La Plaza Roja debe mantenerse como espacio para las artesanías



Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de la parroquia Velasco de 45-65 años

Elaborado por: Karol Mosquera

- **Interpretación:** La mayoría de los habitantes de esta parroquia aprueba que la Plaza Roja continúe siendo un lugar de productos artesanales porque de esta manera se expresa la cultura de la ciudad, pues este es un mercado único de artesanías dentro de Riobamba, pero también se encuentran ciudadanos que opinan que La Plaza Roja, es un lugar amplio en el cual se pueden ubicar a los comerciantes informales para que de esta forma la ciudad esté más ordenada.

9. **¿Considera importante para la cultura e identidad las actividades que se cumplen actualmente?**

**Tabla 14** – Importancia de las actividades que se realizan en la Plaza Roja

<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>124</b>	33%
<b>52</b>	14%
<b>98</b>	26%
<b>102</b>	27%
<b>TOTAL</b>	100%

**Fuente:** Encuesta dirigida a los habitantes de la parroquia Velasco de 45-65 años

**Elaborado por:** Karol Mosquera

- **Análisis:** Después de ejecutar las encuestas con los pobladores de la parroquia Velasco el 33% de ellos coincidieron que las actividades que se cumplen son importantes para la economía de la ciudad, el 14% comentó que son escasas las actividades que se realizan en el sitio por eso no son de mayor relevancia para los habitantes de la parroquia, además el 26% indicó que las actividad comercial que se maneja en el sector es importante porque por medio de ésta se mantiene y resaltan las tradiciones y costumbres de la ciudad, mientras que el 27% dijo que a pesar de que la Plaza Roja es un sitio comercial ésta incentiva a la ciudadanía a conocer sobre las artesanías de la provincia lo que forma parte de la identidad cultural de los riobambeños.

**Ilustración 11**– Son importantes las actividades que se realizan en la Plaza Roja



**Fuente:** Encuesta dirigida a los habitantes de la parroquia Velasco de 45-65 años  
**Elaborado por:** Karol Mosquera

- **Interpretación:** Para la mayoría de habitantes las actividades comerciales que se mantienen en la Plaza Roja son de gran importancia porque son productos artesanales que permiten a los riobambeños identificarse y conocer sobre las tradiciones culturales y ancestrales que tiene la provincia, además mantener a estos artesanos en la plaza permite resaltar las costumbres que tienen los riobambeños.

## 10. Ud. cree que en La Plaza Roja se deben vender solo productos artesanales.

Tabla 15 – La Plaza Roja debe mantenerse como espacio para las artesanías

Opción	Respuesta	Porcentaje
SI	316	84%
NO	60	16%
TOTAL	376	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de la parroquia Velasco de 45-65 años

Elaborado por: Karol Mosquera

- **Análisis:** El 84% de encuestados señaló que en la Plaza Roja se deben vender solo productos artesanales, porque de esta forma se mantiene una tradición que ha durado por años y es muy representativa para la ciudad como son las artesanías de esta plaza, mientras que el 16% mencionó que no solo se deben vender artesanías porque en este lugar se puede dar cabida a comerciantes de otro tipo de productos.

Ilustración 12 – Se deben vender solo artesanías en la Plaza Roja



Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de la parroquia Velasco de 45-65 años

Elaborado por: Karol Mosquera

- **Interpretación:** Los habitantes de esta parroquia prefieren que La plaza Roja se mantenga como un mercado de artesanías ya que para ellos es una forma de mantener una tradición que ha permanecido durante años, la cual fue la ubicación de los artesanos en este lugar, mientras que para otros ciudadanos, pertenecientes a la parroquia Velasco, es necesario que se incluyan otro tipo de comerciantes porque el espacio de la plaza es bastante amplio y permitiría generar espacios de trabajo.

## 4.2 Discusión de resultados

A partir de los resultados descubiertos en las encuestas se responde al objetivo general del proyecto de investigación en el que se planteó; analizar el espacio de identidad cultural de la Plaza Roja “La Concepción” de Riobamba y su incidencia en la opinión pública de los habitantes entre 45-65 años de la parroquia Velasco durante el periodo enero a diciembre 2016. Después de realizar las encuestas se comprueba que el 84% está de acuerdo que la Plaza Roja se mantenga como un espacio para las artesanías y la cultura, por otro lado el 16% no se encuentra de acuerdo. A esto se asemeja la definición sobre cultura del autor Giménez citada en el libro Gestión Cultural Comunicación y desarrollo de Margarita Mass el cual sostiene que “el complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, la costumbre y cualquier otra capacidad o hábito adquiridos por el hombre en cuanto miembros de la sociedad y el conjunto de actividades expresadas de hábitos sociales y los productos intelectuales o materiales de estas actividades son cultura”, este ejemplo permite demostrar que las actividades que se realizan en la Plaza Roja forman parte de la cultura de la sociedad. (MASS, 2006)

Respecto a determinar la identidad cultural de los habitantes de la parroquia Velasco el 81% de los habitantes de esta parroquia si identifica a la Plaza Roja como un sitio tradicional y de identidad cultural mientras que el 19% mencionó que este lugar no es un espacio tradicional de la ciudad. Esto coincide con lo que manifiesta “la identidad cultural es el conjunto de características que permiten a una sociedad, comunidad o grupo de personas distinguirse de otros y a los individuos reconocerse o ser reconocidos como miembros del mismo” (COLOMBRES, 1990), la mayoría de los pobladores de la parroquia Velasco se sienten identificados culturalmente con la Plaza Roja como un sitio tradicional.

En cuanto a establecer la incidencia de la identidad cultural en la opinión pública el 86% dijo que a pesar de que la Plaza Roja es un sitio comercial ésta incentiva a la ciudadanía a conocer sobre las artesanías de la provincia lo que forma parte de la identidad cultural de los riobambeños, mientras que el 14% mencionó que las escasas actividades que se llevan a cabo en la Plaza no inciden en su identidad, lo que se asocia con la definición de Soetzel y

Girard, citada en el libro Comunicación efectiva de Carlos Báez cuando manifestaron que la Opinión Pública no es una cosa, ni la suma de opiniones individuales, cada individuo hay que situarlo en una red de relaciones sociales unidas a su sexo, edad y demás grupos de pertenencia, aquí se ejemplifica que la identidad cultural de una sociedad incide en la opinión pública siempre y cuando las características que mantengan entre ellos sean similares. (BÁEZ, 2000)

## **CAPÍTULO V**

### **5. PROPUESTA**

#### **5.1 Catálogo**

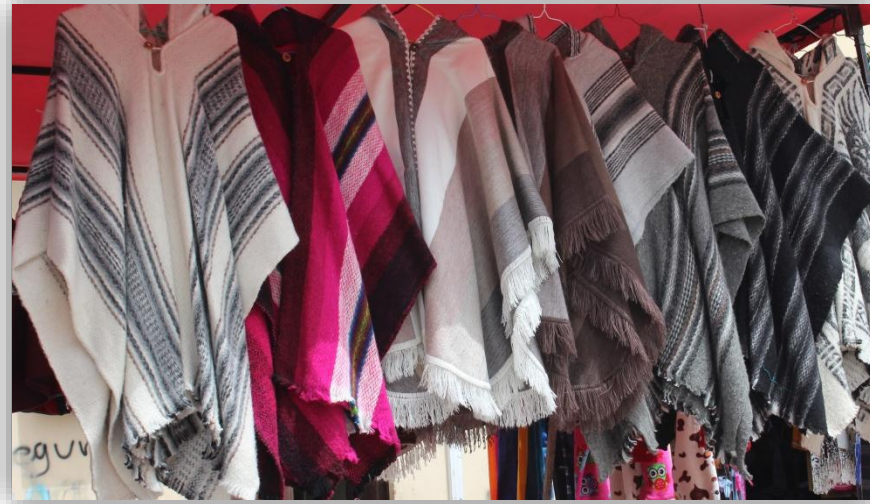
La palabra catálogo viene del vocablo griego katálogos que significa lista, llegó al latín como catalögus. Según la Real Academia Española (RAE) tienen una relación ordenada en la que incluyen descripciones individuales de documentos personas u objetos.

#### **5.2 Presentación**

El siguiente catálogo es un compendio de las artesanías que se comercializan en La Plaza Roja La Concepción, y tiene como finalidad permitir a la ciudadanía y autoridades conocer los diferentes productos, para que de esta manera este espacio continúe como un mercado artesanal dentro de la ciudad.

## 5.3 CÁTALOGO DE ARTESANÍAS DE LA PLAZA ROJA

### PONCHOS



**Fotografía 1**– Ponchos de lana tejido en telares

**Autora:** Karol Mosquera

La elaboración de los ponchos tiene un largo proceso, debido a que su confección es artesanal empieza cuando se trasquila al borrego para conseguir la materia prima, posteriormente con mediante tintes naturales y artificiales se da color a la lana misma que debe cocinarse por un lapso de treinta minutos para que tome el color adecuado, luego se realiza el hilo para ser colocado en el telar y empezar su elaboración, cuando el poncho está terminado se pone en la percha y para finalizar se usa una planta con espinas para cepillar lana, este acabado permite que el poncho quede con una textura suave.



## ALPARGATAS



**Fotografía 2**– Alpargatas

**Autora:** Karol Mosquera

Las alpargatas son elaboradas a base de tela tejidos y su plantilla es hecha de caucho microporoso, todo depende del modelo que se desee elaborar. Primero los materiales son cortados en diferentes tamaños y de esta manera hacer tallas para niños y adultos, las telas y tejidos cubren la mitad del calzado, con tachuelas y cemento de contacto se unen las partes de tela a las plantillas y para finalizar pulidoras, cepillos y combos dan el toque final al calzado.

## SHIGRAS



**Fotografía 3**– Shigras tejidas a mano

**Autora:** Karol Mosquera

Para manufacturar estos coloridos bolsos se necesita lana de borrego y cabuya, la materia prima se adquiere de las hojas maduras de cabuya, agave o penco, para continuar su elaboración se divide en hebras largas y se remojan durante quince minutos, este proceso se realiza con el fin de eliminar los residuos de la pulpa, después se elabora el hilado y se da color con tintes vegetales o anilina, cuando el material está listo se comienza a tejer con ganchillo (crochet) , la base del bolso es redonda y luego el tejido empieza a subir de a poco, los modelos de shigras están inspirados en la naturaleza.

## FAJAS



**Fotografía 4**– Fajas de la vestimenta indígena

**Autora:** Karol Mosquera

La faja es un cinturón tejido que forma parte de la indumentaria indígena femenina y es la que sostiene el anaco, esta prenda es fabricada con lana de borrego en la antigüedad era teñida con colorantes naturales pero en la actualidad se elabora con hilos pigmentados, posteriormente el hilo es ubicado en un telar para comenzar su manufactura. Las fajas tienen la función de mantener el vientre caliente y proteger la fertilidad de las mujeres.

## ANACO



**Fotografía 5**– Anaco de la vestimenta indígena

**Autora:** Karol Mosquera

El anaco es una prenda tradicional de las mujeres indígenas, este nombre proviene del quichua “yanacu” que significa “lugar negro” a eso se debe el color obscuro de las faldas, el anaco tejido en telares con lana de borrego o gabardina más fina, además éste les permite distinguirse de las mujeres indígenas de otras provincias por la forma en la que se coloca, se envuelve de forma que aprieta en la cintura y es más holgada en los tobillos, para poder realizar los trabajos en el campo de una forma más cómoda.



## BLUSAS



**Fotografía 6**– Blusa de la vestimenta indígena

**Autora:** Karol Mosquera

Las blusas de la cultura indígena tienen diferentes tipos de estilos como mangas largas, cortas o con encajes, estas son elaboradas en diversas telas con encajes, los bordados que van en la parte superior de la blusa se realizan a mano con hilo de lana de borrego y son inspirados en la naturaleza y en la vida de las personas, antiguamente se usaban camisones los cuales eran tejidos en telares en la actualidad las mujeres indígenas han optado por usar este tipo de blusas.

## SOMBREROS



**Fotografía 7– Sombreros**

**Autora:** Karol Mosquera

Los sombreros son una parte representativa de la mujer y el hombre indígena, estos son elaborados con tela de paño, sobre una base de madera se moldea el sombrero, antiguamente se elaboraban con fibra de llama o alpaca.

## COLLARES O HUALLCA



**Fotografía 8**– Collares o Huallca

**Autora:** Karol Mosquera

Estos collares son fabricados con piedras de mullos de diferentes formas, tamaños y colores de forma artesanal con piedras de mullos dorados o de otros colores, en la feria artesanal de la Plaza Roja estos collares son elaborados por los comerciantes que asisten al sitio, sin embargo las huallcas verdaderas son elaboradas con piedras preciosas y es una pieza infaltable en el atuendo de una mujer indígena.



## LANA



**Fotografía 9**– Lana de borrego

**Autora:** Karol Mosquera

La lana de borrego es la materia prima para mayoría de la vestimenta indígena, después de que el borrego es trasquilado ésta debe ser tratada y posteriormente se le da color para formar el hilo, la lana de borrego aún es vendida en la Plaza Roja de La Concepción los días de feria.



## TINTA



**Fotografía 10– Tinta**

**Autora:** Karol Mosquera

La tinta es un factor principal para dar color a los diferentes hilos que se usan en la vestimenta, en la Plaza Roja se comercializa distintos colores de tinta en polvo.

## CAPÍTULO VI

### 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1 CONCLUSIONES

- Las artesanías que se elaboran y comercializan en la Plaza Roja son un ícono tradicional para los habitantes de la parroquia Velasco, mismos que les dan preferencia porque conocen la forma de elaboración de estos productos, por ese motivo es importante que para ellos este sitio se mantenga como un sector artesanal de la ciudad que es conocido por propios y turistas.
- Debido a que la Plaza Roja ha permanecido durante décadas en el mismo sector para los pobladores se ha convertido en un referente de artesanías Chimboracenses que permite expresar y dar a conocer la cultura y tradición de los pueblos indígenas de la provincia.
- En la Plaza Roja no solo se realiza actividad comercial sino que se ejecutan otros dinamismos que permiten a la ciudadanía interactuar en este espacio, sin embargo el comercio que se lleva a cabo en el sitio ha permitido a los riobambeños identificarse y conocer sobre las tradiciones culturales y ancestrales que tiene la provincia.
- La importancia que tienen los comercios que se realizan en este lugar son de gran magnitud para los pobladores de esta parroquia, pues para ellos no solo es un sitio comercial sino que significa identidad de una cultura propia de la ciudad.

## 6.2 RECOMENDACIONES

- La Plaza Roja debe permanecer como un mercado netamente artesanal que permita a los comerciantes de la provincia comercializar productos realizados a mano y a través de este sector impulsar a los turistas a que se conozca sobre la vestimenta, cultura y tradiciones de la provincia.
- Los comerciantes de esta plaza no deberían ser removidos ni ubicados en otro sector, porque este es un mercado artesanal único dentro la ciudad, que permite a los ciudadanos visitarlo y adquirir diferentes productos.
- Además de comercializar productos artesanales, la plaza también debe ser utilizada para hacer eventos y programas que permitan resaltar la identidad cultural de la provincia.
- Se sugiere utilizar el catálogo de artesanías que se expenden en la Plaza Roja para que de esta forma la ciudadanía conozca cómo se elaboran los artículos que se comercializan aquí.

## BIBLIOGRAFÍA

- Báez, C (2000). La Comunicación Efectiva. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books>
- Botero, L (2006). Teoría de Públicos: Lo Público y Lo Privado en la Perspectiva de la comunicación
- Burgos, H (1997). Relaciones Interétnicas en Riobamba. Quito – Ecuador. Colección Quitumbe. Corporación Editora Nacional.
- Colombres, A (1990). Manual del Promotor Cultural: Bases Teóricas de la Acción, Volumen 1. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books>
- Díaz, J (1970). Psicología Social. Editorial: Marfil S.A
- Diccionario de la Lengua Española. Real Academia Española. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=7uIPvTT>
- Guerrero, P (2002). Antropología y Cultura, primera edición. Quito. Editorial Abya-Yala,
- Habermas, J. (1962) Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública.
- Harris, M. (2004) Antropología Cultural. Madrid. Editorial: Alianza Editorial.
- Lara, R (2006). La educación en la sociedad riobambeña hacia fines del siglo XIX e inicio del siglo XX: el paso del conservadurismo al liberalismo. Tesis Pregrado FLACSO. Quito. Recuperado de [http://www.flacsoandes.edu.ec/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub\\_198.pdf](http://www.flacsoandes.edu.ec/comunicacion/aaa/imagenes/publicaciones/pub_198.pdf)

- Mass, M (2006). Gestión Cultural, Comunicación y Desarrollo Teoría y Práctica. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books> Segovia, O (2007).Espacios Públicos y Construcción Social. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books>
- Miranda. S (2012). La Dinámica Turística En Los Mercados De Riobamba: Caso De Estudio: Plaza Roja De La Concepción. Tesis Maestría. FLACSO. Quito-Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/5277/2/TFLACSO-2012SPMS.pdf>
- Molano, O L (2000). Identidad Cultural Un Concepto Que Evolucionan. Revista Opera. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67500705>
- Sistema Nacional De Información (2013). Proyecciones Referenciales De Población A Nivel Cantonal Parroquial. Recuperado Desde <Http://Sni.Gob.Ec/Proyecciones-Y-Estudios-Demograficos>
- Rosinski, P (2008). Coaching y Cultura: Herramientas Para Apalancar las Diferencias Nacionales, Corporativas y Profesionales. Gran Aldea Editores.
- Stuart H, Paul Du Gay (2011). Cuestiones De Identidad Cultural. Editorial: Amorrortu. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books>

## ANEXOS

### Encuesta



### UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

### FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

### CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Encuesta dirigida a los habitantes de la parroquia Velasco entre 45-65 años

**Objetivo:** Determinar si la Plaza Roja La Concepción, es un espacio de identidad cultural para los habitantes de la parroquia Velasco.

Edad\_\_\_ Género: MASCULINO\_\_\_ FEMENINO\_\_\_

Marque con una X las respuestas.

1. ¿Visita Ud. La Plaza Roja La Concepción?

SI	
NO	

2. ¿Con qué frecuencia asiste al sitio mencionado?

Todos los días	
Cinco veces a la semana	
Dos veces a la semana	
Los fines de semana	
Nunca	

3. ¿Qué actividades realiza en este lugar?

Caminar	
Hacer compras	
Asistir a eventos	

4. ¿Ud. cree que este espacio debe ser utilizado para fines comerciales?

SI	
NO	

¿Por qué? \_\_\_\_\_

5. **¿Identifica a Plaza Roja cómo un sitio tradicional y de identidad de la ciudad?**

SI	
NO	

6. **¿Participa de las actividades que se realizan en este sitio?**

MUCHO	
POCO	
NADA	

7. **¿Ud. cree que los días de feria en la plaza Roja causa desorden en la ciudad?**

SI	
NO	

8. **¿Está de acuerdo con que la Plaza Roja se mantenga como un espacio para las artesanías y la cultura?**

SI	
NO	

Porque \_\_\_\_\_

9. **¿Considera importante para la cultura e identidad las actividades que se cumplen actualmente?**

\_\_\_\_\_

10. **Ud. cree que en La Plaza Roja se deben vender solo productos artesanales.**

SI	
NO	

Porque \_\_\_\_\_