

# 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

**“ANÁLISIS SEMIÓTICO DEL DISEÑO ÉTNICO – ARTESANAL EN LA VESTIMENTA  
DE LOS HABITANTES DE RIOBAMBA EN EL PERIODO OCTUBRE 2016 – FEBRERO  
2017”**

Autora:

Vanessa Gardenia Muñoz Torres

Tutor:

Mgs. Ramiro Rúaes Parreño

Riobamba-Ecuador

2018

## CALIFICACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO DE GRADO



Los miembros del tribunal de revisión del proyecto de investigación de título “ANÁLISIS SEMIÓTICO DEL DISEÑO ÉTNICO – ARTESANAL EN LA VESTIMENTA DE LOS HABITANTES DE RIOBAMBA EN EL PERIODO OCTUBRE 2016 – FEBRERO 2017” presentado por Vanessa Gardenia Muñoz Torres, dirigida por: MsC. Ramiro Ruales Parreño.

Una vez revisado el proyecto de investigación, con fines de graduación escrito en el cual se ha constado 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
<b>Tutor</b> MsC. Ramiro Ruales	10	
<b>Miembro del Tribunal</b> MsC. Miriam Murillo	10	
<b>Miembro del Tribunal</b> MsC. Martha García	10	
<b>Promedio</b>	10	

## INFORME DEL TUTOR

En mi calidad de tutor y luego de haber revisado el desarrollo del Proyecto de Investigación titulado **“ANÁLISIS SEMIÓTICO DEL DISEÑO ÉTNICO – ARTESANAL EN LA VESTIMENTA DE LOS HABITANTES DE RIOBAMBA EN EL PERIODO OCTUBRE 2016 – FEBRERO 2017”** elaborado por la señorita **Vanessa Gardenia Muñoz Torres**, tengo a bien informar que el trabajo entregado cumple con los requisitos exigidos para que sea expuesto al público, luego de ser evaluado por el tribunal.



Msc. Ramiro Ruales Parreño  
TUTOR.

## **AUTORÍA**

Yo, **Vanessa Gardenia Muñoz Torres**, certifico la tesis titulada “**ANÁLISIS SEMIÓTICO DEL DISEÑO ÉTNICO – ARTESANAL EN LA VESTIMENTA DE LOS HABITANTES DE RIOBAMBA EN EL PERIODO OCTUBRE 2016 – FEBRERO 2017**”. Soy responsable de las ideas, doctrinas, resultados y propuestas expuestas para el presente Proyecto de Investigación y los derechos de autor pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo.



Vanessa Gardenia Muñoz Torres  
C.I. 060431811-3

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi familia por su apoyo incondicional, a la Universidad Nacional de Chimborazo por abrirme las puertas a un mundo lleno de sabiduría, a los docentes y amigos de la Carrera de Comunicación Social, en especial al Msc. Ramiro Rúaless por impartir sus conocimientos y la supervisión realizada en el desarrollo de este proyecto de investigación.

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación está dedicado a mis padres Marco y Gina por enseñarme que se puede tener raíces y a la vez alas, por su apoyo incondicional contribuyendo de manera cuantiosa en a mi formación personal como académica, a mis hermanas y hermano que siempre han estado presentes en cada logro y caída en el transcurso de mi vida brindándome su amor y fortaleza para continuar, a mis sobrinos y sobrina que son la luz de mis ojos, a mi mejor amiga Sofía por estar presente en todo momento, y a todos quienes me han sabido apoyar incondicionalmente.

# ÍNDICES

## Índice General

PORTADA.....	i
CALIFICACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO DE GRADO.....	ii
INFORME DEL TUTOR.....	iii
AUTORÍA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
ÍNDICES.....	vii
RESUMEN.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
INTRODUCCIÓN.....	xv
CAPÍTULO I .....	1
<b>1. MARCO REFERENCIAL</b> .....	1
1.1. Planteamiento del Problema .....	1
1.2. Formulación del problema .....	2
1.3. Justificación.....	2
<b>1.4. Objetivos</b> .....	3
1.4.1. General .....	3
1.4.2. Específicos .....	3
CAPÍTULO II.....	4
<b>2. ESTADO DEL ARTE</b> .....	4
<b>2.1 Fundamentación Legal</b> .....	4
<b>2.2. Fundamentación Teórica</b> .....	4
2.2.1. Teoría de la Comunicación.....	4
2.2.2. Información .....	5
2.2.3. Lenguaje .....	5
<b>2.2.4. Teorías de la Comunicación</b> .....	6
2.2.4.1. Funcionalismo .....	6
2.2.4.2. Paradigma de Lasswell.....	7
2.2.4.3. Teoría Crítico – Democrática .....	7

2.2.4.4. Teoría Antropológica Cultural .....	8
<b>2.2.5. Cultura</b> .....	9
2.2.5.1. Identidad Cultural.....	11
2.2.5.2. Manifestaciones Culturales .....	12
2.2.6. Comunicación y Cultura.....	13
<b>2.2.7. Semiótica</b> .....	13
2.2.7.1 Signo .....	13
2.2.7.2. La naturaleza del símbolo.....	14
2.2.7.2.1 Símbolos Culturales .....	15
2.2.7.2.1.1 Simbología representativa étnica artesanal. ....	15
2.2.7.3. La imagen desde la semiótica.....	19
2.2.8. Cuerpo y Vestimenta .....	19
<b>2.2.9 Diseño Étnico-Artesanal</b> .....	21
2.2.9.1. Identidad étnica - cultural.....	22
2.2.9.2 Hibridez .....	23
<b>2.2.10. Simbología en la vestimenta autóctona del pueblo milenario Kacha de la Nación Puruwá, Riobamba Chimborazo.</b> .....	25
2.2.10.1. Conocimiento y saber local .....	26
2.2.10.2. Marcas Ecuatorianas de diseños Étnicos – Artesanales .....	27
2.2.10.2.1 Nativa Basics .....	27
2.2.10.2.2. Pancos.....	27
2.2.10.2.3. Olga Fisch Folklore .....	28
2.2.11. Riobamba .....	28
<b>2.3. Variables</b> .....	29
2.3.1. Variable Independiente .....	29
2.3.2. Variable Dependiente .....	29
2.3.3. Operacionalización de las variables .....	29
<b>CAPÍTULO III</b> .....	30
<b>3. METODOLOGÍA</b> .....	30
3.1. Método .....	30
3.1.1 Método Científico .....	30
3.1.2. Método Inductivo - Deductivo .....	30
<b>3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN</b> .....	30

3.2.1. Investigación Descriptiva .....	30
3.2.2 Investigación Documental .....	30
3.2.3. Investigación de Campo .....	30
<b>3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>31</b>
3.3.1. Investigación no experimental.....	31
<b>3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA .....</b>	<b>31</b>
3.4.1. Población.....	31
3.4.2. Muestra.....	31
3.5.1. Recopilación Documental .....	31
3.5.2. Encuesta .....	32
3.5.3. Entrevista.....	32
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>33</b>
<b>4. RESULTADOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>33</b>
4.1. Análisis e interpretación de resultados .....	33
4.1.1. Análisis de la encuesta .....	33
4.1.2. Entrevistas .....	48
4.2. Discusión de Resultados.....	53
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>55</b>
<b>5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>55</b>
5.1 Conclusiones .....	55
5.2 Recomendaciones.....	56
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>57</b>
<b>6. PROPUESTA.....</b>	<b>57</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>58</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>60</b>

## Índice de Tablas

<b>Tabla N° 1 - Lenguaje .....</b>	<b>6</b>
<b>Tabla N° 2 - Paradigma de Lasswell .....</b>	<b>7</b>
<b>Tabla N° 3 - Fenómenos Culturales .....</b>	<b>9</b>
<b>Tabla N° 4 - Dimensiones Culturales .....</b>	<b>10</b>
<b>Tabla N° 5 - Cultura.....</b>	<b>10</b>
<b>Tabla N° 6 - Conceptos clave en las manifestaciones culturales .....</b>	<b>12</b>
<b>Tabla N° 7 – Tipos de signos .....</b>	<b>14</b>
<b>Tabla N° 8 -Significado de los colores en la cosmovisión andina .....</b>	<b>19</b>
<b>Tabla N° 9 - Cuadro de variables .....</b>	<b>29</b>
<b>Tabla N° 10 - Muestra de análisis .....</b>	<b>31</b>
<b>Tabla N° 11 - Género.....</b>	<b>33</b>
<b>Tabla N° 12 - Identidad cultural de los habitantes de Riobamba.....</b>	<b>34</b>
<b>Tabla N° 13 - La forma de vestir es parte de la cultura de Riobamba. ....</b>	<b>35</b>
<b>Tabla N° 14 - Los atuendos de vestir.....</b>	<b>36</b>
<b>Tabla N° 15 - Los factores cree que han influido en los cambios culturales.....</b>	<b>37</b>
<b>Tabla N° 16 - La percepción de los habitantes de Riobamba para modificar su modo de vestir.....</b>	<b>38</b>
<b>Tabla N° 17 - El entorno social influye en la forma de vestir de los habitantes de Riobamba. ....</b>	<b>39</b>
<b>Tabla N° 18 - Las culturas extranjeras han influido en la forma de vestir local.....</b>	<b>40</b>
<b>Tabla N° 19 – Grado de conocimiento tiene sobre la simbología del diseño Étnico – Artesanal, en las prendas de vestir modernas.....</b>	<b>41</b>
<b>Tabla N° 20 – Simbología del diseño étnico – artesanal en la vestimenta moderna. ....</b>	<b>42</b>
<b>Tabla N° 21 – Colores y diseños en las prendas de vestir. ....</b>	<b>43</b>
<b>Tabla N° 22 – Significado de la simbología ancestral plasmada en prendas de vestir que identifican a los Riobambeños.....</b>	<b>44</b>
<b>Tabla N° 23– Legado cultural de la simbología de Riobamba.....</b>	<b>45</b>
<b>Tabla N° 24– Simbología en los diseños artesanales. ....</b>	<b>46</b>
<b>Tabla N° 25– Vestimenta con diseños étnicos artesanales que representan la cultura autóctona de Riobamba.....</b>	<b>47</b>
<b>Tabla N° 26- Análisis entrevista .....</b>	<b>48</b>
<b>Tabla N° 27- Análisis entrevista .....</b>	<b>50</b>

## Índice de Gráficos

<b>Gráfico N° 1- Dimensiones y funciones sociales de la cultura .....</b>	<b>10</b>
<b>Gráfico N° 2- La Chakana.....</b>	<b>16</b>
<b>Gráfico N° 3 - Cuatripartición de la chakana .....</b>	<b>17</b>
<b>Gráfico N° 4 - Cóndor (Kuntur).....</b>	<b>18</b>
<b>Gráfico N° 5- Referencia de la moda étnica .....</b>	<b>18</b>
<b>Gráfico N° 6- Referencia de la moda étnica .....</b>	<b>18</b>
<b>Gráfico N° 7- Referencia de la moda étnica .....</b>	<b>18</b>
<b>Gráfico N° 8- Moda étnica artesanal.....</b>	<b>22</b>
<b>Gráfico N° 9 - Moda étnica artesanal.....</b>	<b>22</b>
<b>Gráfico N° 10 - Híbridos.....</b>	<b>24</b>
<b>Gráfico N° 11- Chakana en un traje actual.....</b>	<b>24</b>
<b>Gráfico N° 12- Washkas .....</b>	<b>26</b>
<b>Gráfico N° 13- Nativa Basics marca ecuatoriana.....</b>	<b>27</b>
<b>Gráfico N° 14- Pancos marca ecuatoriana .....</b>	<b>28</b>
<b>Gráfico N° 15- Diseños Olga Fisch Folklore .....</b>	<b>28</b>
<b>Gráfico N° 16 - Género de las personas encuestadas. ....</b>	<b>33</b>
<b>Gráfico N° 17 - La vestimenta influye en la identidad cultural de los habitantes de Riobamba.....</b>	<b>34</b>
<b>Gráfico N° 18 - La forma de vestir es parte de la cultura de Riobamba .....</b>	<b>35</b>
<b>Gráfico N° 19 - Considera que los atuendos de vestir se los lleva por: necesidad, moda o estética, significado cultural. ....</b>	<b>36</b>
<b>Gráfico N° 20 - Factores cree que han influido en los cambios culturales.....</b>	<b>37</b>
<b>Gráfico N° 21 - El nivel que la globalización y los avances tecnológicos han influido en la percepción de los habitantes de Riobamba para modificar su modo de vestir .....</b>	<b>38</b>
<b>Gráfico N° 22 - El entorno social influye en la forma de vestir de los habitantes de Riobamba .....</b>	<b>39</b>
<b>Gráfico N° 23 - Las culturas extranjeras han influido en la forma de vestir local. ....</b>	<b>40</b>

<b>Gráfico N° 24 - Grado de conocimiento tiene sobre la simbología del diseño Étnico – Artesanal, en las prendas de vestir modernas.....</b>	<b>41</b>
<b>Gráfico N° 25 - Simbología del diseño étnico – artesanal en la vestimenta moderna.....</b>	<b>42</b>
<b>Gráfico N° 26 - Colores y diseños en las prendas de vestir. ....</b>	<b>43</b>
<b>Gráfico N° 27 - Significado de la simbología ancestral plasmada en prendas de vestir que identifican a los Riobambeños.....</b>	<b>44</b>
<b>Gráfico N° 28 - Legado cultural de la simbología de Riobamba.....</b>	<b>45</b>
<b>Gráfico N° 29 - Simbología en los diseños artesanales.....</b>	<b>46</b>
<b>Gráfico N° 30 - Vestimenta con diseños étnicos artesanales que representan la cultura autóctona de Riobamba.....</b>	<b>47</b>

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad el análisis semiótico del diseño étnico – artesanal en la vestimenta de los habitantes de Riobamba en el periodo octubre 2016 – febrero 2017. La investigación se respalda en el estado del arte, donde se recogen teorías y fundamentos, desarrollando los conceptos de: Comunicación, Comunicación y Cultura, antropología y semiótica. El advenimiento de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información han influido en la percepción de los públicos generando cambios culturales obteniendo una hibridez de culturas antiguas y modernas dando una revaloración a la cultura originaria. La fundamentación de esta investigación se basa en la teoría antropológica cultural que toma como referencia de estudio al ser humano, concibiendo a éste en su compleja realidad biológica y cultural, sustentándose en el marco metodológico aplicando diferentes métodos como científico e inductivo-deductivo, los cuales verificaron las variables establecidas, sustentado en el estudio semiótico del diseño étnico – artesanal en la vestimenta. La muestra del trabajo de investigación fueron los habitantes de Riobamba, mediante una encuesta aplicada, donde se analizaron e interpretaron los resultados obtenidos, con 40% de encuestados que poseen un grado medio de conocimiento sobre la simbología del diseño étnico – artesanal en las prendas de vestir modernas, el 38% tiene bajo conocimiento en el tema, el 11% de la población tienen un alto grado de conocimiento y el 10% no posee ningún conocimiento. Según los resultados obtenidos es necesaria la implementación de herramientas que ayuden a promover el significado cultural de la simbología étnica – artesanal.

**Palabras Claves:** comunicación, diseño, étnico – artesanal, cultura, hibridez.

## ABSTRACT

The purpose of this research work is to analyze the semiotic analysis of the ethnic - craft design on the clothing of Riobamba's habitants in the period from October 2016 to February 2017. The Research is supported on the state of the art, where theories and foundations are collected, developing the concept of: Communication, Communication and Culture, Anthropology and Semiotics. The upcoming of new communication and information technologies have influenced the perception of the audiences creating cultural changes getting a quality ancient and modern culture giving a revaluation to the original culture. The foundation of this research is based on the anthropological cultural theory that takes the human being as a main reference, considering it in its complex biological and cultural reality, based on the methodological framework applying different methods such as scientific and inductive - deductive, which verified the established variables, based on the Semitic study of the ethnic - artisanal design in clothing. The sample of the research work was the inhabitants of Riobamba, through an applied survey, where the results obtained were analyzed and interpreted, with 40% of respondents who possess a medium degree of knowledge about the symbology of the ethnic - artisanal design in the garments of modern clothing, 38% have low knowledge in the subject, 11% of the population have a high degree of knowledge and 10% have no knowledge. According to the results obtained, it is necessary to implement tools that help to promote the cultural meaning of ethnic - artisan symbols.

**Keywords:** Communication, design, ethnic-artisan, culture, hybridity.

  
Reviewed by: González, Marcela  
Language Professor



## INTRODUCCIÓN

La cultura ha atravesado un cambio significativo tanto en el pensamiento y comportamiento de los miembros de la sociedad como en la simbología y el valor espiritual, por el advenimiento de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, generando una hibridez mezclando lo antiguo con lo moderno dando como resultado una revaloración de la cultura originaria. El diseño étnico - artesanal en la vestimenta posee gran riqueza cultural, debido a que no solo cumple con la función de cubrir al cuerpo, sino también como elemento de identidad y comunicación, los pueblos ancestrales reflejan a través de sus símbolos el valor de su historia, por medio de la iconografía autóctona se comprende su significado y significante. Ana Martínez Barreiro (2006) afirma que la globalización económica y cultural ha introducido cambios en la producción, distribución y en la comunicación en todas sus formas. El tema se lo abordado en cinco capítulos, tiene como objetivo principal analizar el significado semiótico del diseño étnico – artesanal en la vestimenta de los habitantes de Riobamba.

CAPÍTULO I. Marco Referencial. Se plantea el problema e importancia de la investigación, diseñando el objetivo general y los específicos, que serán la base de la investigación.

CAPÍTULO II. Estado del Arte. Antecedente e información bibliográfica para validar el tema de investigación, realizando referencia a las teorías de la comunicación, comunicación y cultura, antropología y semiótica.

CAPÍTULO III. Marco Metodológico. Metodología a utilizarse estableciendo métodos, tipo y diseño de investigación; técnicas e instrumentos de recolección de datos, población y la muestra a emplearse.

CAPÍTULO IV. Resultados Obtenidos. Se analizan los resultados obtenidos con técnicas e instrumento para posteriormente discutir los mismos, elaborando tablas y gráficos estadísticos en función de la encuesta aplicada a los habitantes de Riobamba.

CAPÍTULO V. Conclusiones y Recomendaciones. Se presentan las conclusiones y recomendaciones posteriores a la finalización del proyecto de investigación.

CAPÍTULO VI. Propuesta. Muestra un producto comunicacional que servirá para dar a conocer el significado simbólico del diseño étnico artesanal.

# CAPÍTULO I

## 1. MARCO REFERENCIAL

### 1.1. Planteamiento del Problema

La sociedad por la globalización y al avance tecnológico, ha atravesado un cambio permanente en los últimos años, generando diversas transformaciones en varios ámbitos como culturales, sociales, económicos, ideológicos entre otros, por medio de estos cambios los individuos se ven influenciados por costumbres y tradiciones extranjeras que se insertan en lo local.

El diseño étnico en la vestimenta está establecido desde el siglo XIX, pero hace poco que se urbanizó, es decir previamente la vestimenta étnica era utilizada por la comunidad a la cual perteneciera o por un grupo reducido de personas que compartieran los gustos con los integrantes de las comunidades.

En Ecuador existen varias firmas dedicadas a la creación de vestimenta con diseño étnico artesanal, los diseñadores y las empresas de moda realizan las colecciones y los tejidos de manera industrial sin anteceder a los orígenes de las culturas expuestas en la moda que comercializan.

En Riobamba el grupo de la población ubicado entre 15 y 34 años de edad, son los que en su vestimenta llevan el diseño étnico artesanal como parte de una tendencia de moda expuesta por los *mass media*, ya que estos difunden noticias, eventos de productos novedosos y sus cualidades o a su vez presentan personajes famosos que utilizan un determinado atuendo, generando cambios culturales debido a la difusión de culturas extranjeras en el entorno local. Ninguna cultura permanece ajena a estas influencias, como resultado las formas culturales originarias se ven modificadas, lo que deriva en una pérdida de simbolismo y tradición cultural en la vestimenta volviéndose en moda.

La vestimenta moderna étnica - artesanal es en donde los rastros culturas anteriores son visibles, empezado a transitar hacia nuevos espacios culturales, por tal razón esta investigación buscará conocer el significado semiótico del diseño étnico – artesanal en la

vestimenta y su influencia en los habitantes de Riobamba, durante el periodo octubre 2016 – febrero 2017.

## **1.2. Formulación del problema**

¿Cómo el análisis semiótico del diseño étnico – artesanal en la vestimenta, está presente en el imaginario de los habitantes de Riobamba, en el periodo octubre 2016 – febrero 2017?

## **1.3. Justificación**

La comunicación desempeña un papel fundamental en los procesos sociales, puesto que es una ciencia multidisciplinaria donde las ciencias que la conforman llegan a un fin común que es desarrollo del individuo dentro de la sociedad. Al pasar el tiempo el ser humano evoluciona al igual que la tecnología por ello la forma de comunicación tiene que acoplarse a las nuevas necesidades del individuo, la globalización ha traído consigo grandes cambios en el ámbito comunicacional al transmitir información de otras culturas implantando en el pensamiento de los individuos nuevas costumbres e ideologías que acoplan a su desarrollo diario creando una redefinición de cultura.

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad analizar la semiótica del diseño étnico - artesanal y su relación en la vestimenta de las manifestaciones culturales actuales como medio de expresión, dando una resignificación de la simbología en prendas de vestir actuales, no en el sentido estético, sino por el significado de la cultura originaria su simbología y alto valor espiritual; como los medios de comunicación y la globalización han influido en los públicos creando una nueva cultura mezclando lo antiguo con lo moderno dando una revaloración de la cultura originaria.

El diseño étnico - artesanal en la vestimenta posee riqueza cultural, debido a que no solo cumple con la función de cubrir al cuerpo, sino también como elemento de identidad y comunicación, los pueblos ancestrales reflejan a través de sus símbolos el valor de su historia. La importancia de la temática, es rescatar el significado de la simbología de la cultura originaria por medio de la iconografía autóctona comprendiendo su significado y significante, e incluyéndola en prendas modernas creando consciencia de su valor simbólico. En la actualidad, el diseño étnico artesanal en la vestimenta, se encuentra vacío de raíces, de sentimientos y valores puros, existe una pérdida del valor de la cultura originaria; por la globalización económica y cultural que ha introducido cambios significativos en la

producción, distribución y en la comunicación en todas sus formas, basándose en el sentido estético, dejando de lado el valor que los pueblos originarios quisieron reflejar con sus legados.

#### **1.4. Objetivos**

##### **1.4.1. General**

Analizar el significado semiótico del diseño étnico – artesanal en la vestimenta de los habitantes de Riobamba.

##### **1.4.2. Específicos**

Determinar la representación simbólica del diseño étnico – artesanal de la vestimenta, en el imaginario de los habitantes de Riobamba.

Identificar cuáles fueron los factores que determinaron la introducción del diseño étnico – artesanal en la vestimenta de los habitantes de Riobamba.

Proponer la creación de una página web, para que la sociedad tenga conocimiento acerca de la simbología del diseño étnico – artesanal en la vestimenta.

## **CAPÍTULO II**

### **2. ESTADO DEL ARTE**

#### **2.1 Fundamentación Legal**

Se fundamenta en la Constitución del Ecuador 2008, con publicación en el Registro Oficial No. 449 el 20 de octubre de 2008, actualizado y vigente en el año 2012 con sus leyes y normas relacionadas con la cultura e identidad como el art. 21, capítulo II, sección IV, haciendo referencia a los derechos que tienen las personas a mantener su propia identidad cultural, decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y expresar dichas elecciones como en la libertad estética, conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural, difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

El título VII régimen del buen vivir situado en el capítulo I de inclusión y equidad en la sección V de cultura en el art. 377 afirma que el sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales en este caso sería en la forma de vestir.

#### **2.2. Fundamentación Teórica**

En la actualidad existen numerosos cambios en los mercados, competencias, organizaciones, tecnologías, sociedades y culturas entre otros., gracias a las nuevas tecnologías de la información y comunicación, por esta razón los horizontes de la sociedad se vuelven infinitos teniendo acceso ilimitado a la información, desarrollando la capacidad de producir, circular y utilizar correctamente la comunicación y el conocimiento, que se consideran la materia prima de esta nueva sociedad, razón por la que se expanden nuestros intereses culturales.

##### **2.2.1. Teoría de la Comunicación**

La etimología de la palabra comunicación se deriva del latín 'communicare', que significa compartir algo, poner en común. La comunicación es un proceso inherente del ser humano, existen varias definiciones que dependen de diversos factores como la época, la globalización, la proliferación de la tecnología, entre otros; el diccionario digital de la Real Academia Española incluye en 2016 nuevas acepciones de la palabra, en primer lugar se encuentra, “acción y efecto de comunicar o comunicarse” (RAE, 2016).

Por ello la palabra comunicación es un término polisémico, es decir que tiene varios significados, como afirman Armand y Michelle Mattelart, “La noción de comunicación abarca una multitud de sentidos. La proliferación de las tecnologías y la profesionalización de las prácticas no han hecho sino sumar nuevas voces a esta polifonía en un final de siglo que hace de la comunicación la figura emblemática de las sociedades del tercer milenio” (Armand y Michelle Mattelart, 2003, p.9).

Así también el autor Z.M. Zorín (2012), señala que “Comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistema de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano”.

La comunicación es una ciencia constructiva que integra a varios factores en su proceso, el emisor genera la información que se transmite por un canal hacia el receptor generando el feedback o respuesta al mensaje.

### **2.2.2. Información**

Serrano, Piñuel, Gracia, & Arias (1982), señalan que la información, “estudia la capacidad que poseen algunos seres vivos de relacionarse con otros seres vivos intercambiando información. La Teoría de la Comunicación es una reflexión científica muy nueva, pero en cambio su objeto de estudio la comunicación es una actividad muy antigua: la aptitud para servirse de la información en la interacción la poseen especies animales que han antecedido al hombre en millones de años”. (pág. 18)

La información es compleja dependiendo de varios factores como los modos de vida de los individuos que intervienen en este proceso sus valores culturales, como cada uno percibe la realidad y la diversidad de significados que los rodean.

### **2.2.3. Lenguaje**

El lenguaje es un sistema a través del cual el hombre busca comunicar sus ideas y sentimientos, por medio de signos interconectados no únicamente de forma verbal, sino de también por representaciones no verbales como los gestos y señas.

Según Morris (1985) el lenguaje se puede establecer en varias dimensiones:

Tabla N° 1 - Lenguaje

<b>Formalista</b>	<b>Empirista</b>	<b>Pragmático</b>
Considera cualquier sistema axiomático como lenguaje, no presentándose preocupación por lo que puede manifestar.	Enfatizando la necesidad de los signos con los objetos que se manifiestan	El lenguaje es una actividad comunicativa de carácter social, en el cual los miembros de un grupo social pueden lograr sus necesidades individuales y comunes.

**Fuente:** Morris (1985).

**Elaborado por:** Vanessa Gardenia Muñoz Torres.

## 2.2.4. Teorías de la Comunicación

La palabra teoría etimológicamente se deriva del griego “observar”, que tiene como raíz theós (dios, divinidad), por lo tanto su significado está vinculado con algo superior incuestionable, Kerlinger en su obra Investigación del comportamiento, afirma, “Una teoría es un conjunto de constructos (conceptos) interrelacionados, definiciones y proposiciones que presentan un punto de vista sistemático de los fenómenos mediante la especificación de relaciones entre variables, con el propósito de explicar y predecir los fenómenos” (Kerlinger, 1997, p. 10).

Las teorías de la comunicación según McQuail son, “Un conjunto de ideas que pueden ayudar a explicar un fenómeno y predecir una consecuencia”. (McQuail, 1994, p. 4).

En comunicación existen varias teorías que se desarrollan en forma lineal, estas a su vez están relacionadas con múltiples ciencias como la antropología, sociología, psicología entre otras que se complementan, esta corriente es multidisciplinaria.

### 2.2.4.1. Funcionalismo

Teoría basada en el pragmatismo y la tradición sociológica norteamericana, desarrollada en Inglaterra en 1930 en el ámbito ciencias sociales como la sociología y antropología social, esta teoría analiza una síntesis entre la teoría y experimentación empírica que concibe la sociedad como un organismo en el cual los diversos componentes se caracterizan por la realización de funciones características cuya implementación revierte en el equilibrio del sistema y en su correcto funcionamiento, esta teoría está asociada a varios pensadores como Émile Durkheim, Talcott Parsons, Herbert Spencer y Robert Merton.

“Especialmente después de la II Guerra Mundial predominaba sin lugar a dudas la hegemonía de EE.UU. sobre la sociología y los medios de comunicación. Se había llegado a

un modelo de ‘sociedad buena’, que representaba su propio ideal. Era el paradigma ‘dominante’. Se pensaba que esa sociedad funcionaba bien: era democrática, liberal, pluralista y ordenada. Se pasaba por alto las contradicciones internas de raza, minorías, etc.” (Martínez, 2006, p. 22).

La teoría parte de la filosofía positivista, puede rastrearse desde Platón el cual consideraba a la sociedad como un organismo es decir como un sistema de partes relacionadas dentro de un equilibrio dinámico, se caracteriza por un enfoque empirista que preconiza las ventajas del trabajo de campo.

#### 2.2.4.2. Paradigma de Lasswell

El modelo de Laswell es un modelo descriptivo con la finalidad de establecer los ámbitos de análisis de los actos comunicativos los cuáles podían ser descriptos a partir de responder cinco interrogantes:

Tabla N° 2 - Paradigma de Lasswell

<b>QUIÉN EMISOR</b>	<b>DICE QUÉ MENSAJE</b>	<b>POR QUÉ CANAL</b>	<b>A QUIÉN RECEPTOR o AUDIENCIA</b>	<b>CON QUÉ EFECTOS</b>
Estudios sobre el control.	Estudios sobre los contenidos el control	MEDIO TECNOLÓGICO Y FORMAL Estudios sobre el medio el control	Estudios sobre la audiencia el control.	RESPUESTA  Estudios sobre efectos de la comunicación el control.

**Fuente:** Lasswell, (1948).

**Elaborado por:** Vanessa Gardenia Muñoz Torres.

El modelo de Laswell se publicó, en 1948, en su artículo Estructura y Función de la Comunicación de Masas, donde se aprecia las concepciones conductistas o behavioristas dominantes en el panorama científico de la época las cuáles pretenden explicar el comportamiento de las masas como la respuesta ante distintos estímulos.

#### 2.2.4.3. Teoría Crítico – Democrática

La teoría crítica designa aquellas teorías que son críticas del capitalismo y de la dominación, teoría crítica que se refiere al trabajo de la Escuela de Frankfurt, y particularmente de Theodor W. Adorno, Max Horkheimer, Jürgen Habermas, y Herbert Marcuse. El inicio de esta teoría es la obra de Karl Marx (Held 1980: 15, Macey 2001: 75, Payne 1997: 118, Rush 2004: 9, Wiggershaus 1994: 5).

Macey entiende por teoría crítica “un amplio espectro de teorías que adoptan un punto de vista crítico de la sociedad y de las ciencias humanas, o que pretenden explicar la emergencia de sus objetos de conocimiento“(Macey, 2001, p. 74).

Douglas Kellner (1989) concibe la teoría crítica como un proyecto que afronta los problemas sociales de dominación y busca la liberación de tales condiciones, “La teoría crítica está determinada por la investigación multidisciplinar, combinada con el intento de construir una teoría social sistemática y comprensiva que pueda afrontar los problemas sociales y políticos clave del presente”.

#### **2.2.4.4. Teoría Antropológica Cultural**

La antropología hace referencia a un vasto campo de estudio que toman como referencia al ser humano, estudiando a éste en su compleja realidad biológica y cultural, esta ciencia está compuesta por un prefijo y un sufijo griegos, la antropología cumple con el requisito de poseer un objeto de estudio concreto y bien definido, el ser humano.

La teoría antropológica cultural nació a mitad del siglo XIX, como resultado de los estudios de Herbert Spencer, Lewis Morgan y Edward Tylor, el objetivo principal de esta teoría fue explicar las diferencias entre los nativos y las distintas colonias de las culturas europeas.

Esta teoría se centra en el conocimiento del ser humano por medio de su cultura es decir costumbres, mitos, creencias, normas, valores que guían y estandarizan su comportamiento como miembro de un grupo social.

La antropología culturas es una subdisciplina de las varias que abarca la antropología, esta “estudia la sociedad y la cultura humanas, describiendo y explicando, analizando e interpretando las similitudes y diferencias culturales” (Kottak, 2011).

Tylor, (1981) señala como antropológico cultural a "todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres, otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad.; Bienes Materiales (el arte), Simbólicas (Las creencias); Universalismo, rescata los aspectos sociales adquiridos.”

Umberto Eco (1975), mira al ámbito antropológico como, “la cultura por entero es un fenómeno de significación y de comunicación, y que humanidad y sociedad existen sólo

cuando se establecen relaciones de significación y procesos de comunicación.” Eco ubica tres fenómenos culturales elementales como base de lo anterior:

Tabla N° 3 - Fenómenos Culturales

Fenómenos Culturales		
La producción y el uso de objetos que transforman la relación hombre-naturaleza	Las relaciones de parentesco como núcleo primario de relaciones sociales institucionalizadas	El intercambio de bienes económicos

**Fuente:** Eco, Umberto. (1975). Tratado de semiótica general: Tercera edición.

**Elaborado por:** Vanessa Gardenia Muñoz Torres.

La teoría antropológica cultural será la base presente trabajo de investigación para describir los fenómenos culturales que intervienen en el diseño étnico artesanal en la vestimenta de los habitantes de Riobamba.

### 2.2.5. Cultura

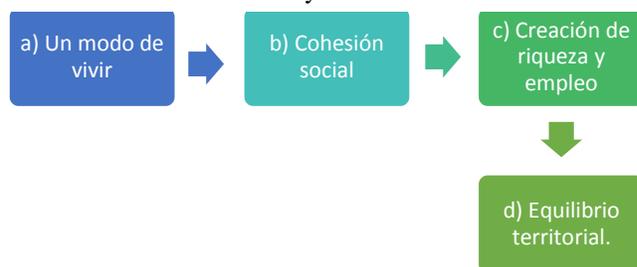
La cultura es la memoria colectiva que representa la vida social de grupos humanos, que comunican a través de la variedad simbólica su historia ancestral con una dimensión comunicacional que facilita la difusión de valores socioculturales de las etnias.

Considerando brevemente la historia del concepto de cultura, se puede decir que fue el inglés Edward B.Tylor, quien en 1871 definió por primera vez este concepto, para este autor, "La cultura o civilización, tomada en su sentido etnográfico amplio, es ese complejo total que incluye conocimiento, creencia, arte, moral, ley, costumbre y otras aptitudes y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad" (Tylor, 1871, p. 64).

Las culturas poseen elementos representativos de los miembros que la integran como reglas o códigos para generar los procesos comunicativos, por medio de signos que los define estos por lo general son estructuras creadas a través del tiempo, delimitando la realidad actual de la comunidad.

La cultura es lo que define al ser humano, como tradiciones, costumbres, fiestas, conocimiento, creencias, moral. Se podría decir que la cultura tiene varias dimensiones y funciones sociales, que generan:

Gráfico N° 1- Dimensiones y funciones sociales de la cultura



**Fuente:** Olga lucia Molano L. (2007)

**Elaborado por:** Vanessa Gardenia Muñoz Torres.

Según Arévalo (2010), “La cultura, las formas de vida materiales, sociales e ideacionales de las sociedades, los pueblos y los grupos sociales, es a la vez universal y particular, múltiple y diversa en la experiencia humana”, además posee valores culturales intrínsecos con varias dimensiones como:

Tabla N° 4 - Dimensiones Culturales

Dimensiones		
a) Dimensión material: Los procesos de trabajo y las técnicas, las habilidades, el diseño y el marco contextual.	b) Dimensión de los usos y las funciones.	c) Dimensión de los significados.

**Fuente:** Arévalo, El patrimonio como representación colectiva. La intangibilidad de los bienes culturales, (2010).

**Elaborado por:** Vanessa Gardenia Muñoz Torres (2017).

La cultura es concebida por los antropólogos como un sistema integrado dialécticamente por subsistemas interrelacionados que se dividen en tres:

Tabla N° 5 - Cultura

CULTURA		
Material	Conductual-Social	Mental-Simbólico
<ul style="list-style-type: none"> <li>Infraestructura: Las relaciones que se establecen entre los hombres y el medio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La estructura: Las relaciones que construyen y mantienen los hombres y las mujeres entre sí.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La superestructura: las relaciones que se dan entre los hombres y el más allá, lo sobrenatural</li> </ul>

**Fuente:** Arévalo, El patrimonio como representación colectiva. La intangibilidad de los bienes culturales, (2010).

**Elaborado por:** Vanessa Gardenia Muñoz Torres.

Entwistle (2002) posee como referente a Marcel Mauss que señala, “la cultura da forma al cuerpo y gracias al cuerpo los individuos pueden socializar, el cuerpo es el medio por el que el individuo llega a conocer una cultura y vivir en ella”.

Solís Arana (2014), en su estudio “Simbolismos culturales y procesos identificativos en bandas de pueblo”, llega a las siguientes conclusiones de cultura:

-Las expresiones del ser humano a lo largo de la historia se han constituido en la base para la definición de cultura e identidad.

-La concepción de “simbolismo cultural” esta interiorizada en la población, generando procesos identificativos.

-La transmisión de conocimientos y tradiciones de generación en generación son formas de construcción cultural. (Solís, 2014, p.86)

Varios antropólogos sociales concuerdan en que la cultura es un fenómeno semiótico.

#### **2.2.5.1. Identidad Cultural**

Según la UNESCO Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales (MONDIACULT), realizada en 1982 en México, define a la identidad cultural como “conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones”.

La identidad cultural posee un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias, no tiene un significado estático sino que se recrea individual o colectivamente, a su vez se complementa de forma continua con influencias provenientes del extranjero.

“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 anónimo, pues son producto de la colectividad” (González Varas, 2000, p.43).

De acuerdo con estudios antropológicos y sociológicos la identidad surge por diferenciación y reafirmación frente a otro, aunque el concepto identidad trascienda las fronteras como en el caso de los emigrantes que implantan su cultura en nuevos espacios, el origen de este

concepto se encuentra con frecuencia vinculado a un territorio. Las características históricas, sociales, los valores, tradiciones, vestimenta, son una necesidad en el conocimiento sobre identidad cultural de las comunidades como estos han evolucionados adaptándose a los cambios sociales y a la era de la tecnología.

### 2.2.5.2. Manifestaciones Culturales

Romero (2005) señala que existen manifestaciones culturales que expresan con mayor intensidad que otras su sentido de identidad, imponiendo diferencias de otras actividades que son parte común de la vida cotidiana. Estas manifestaciones son representaciones culturales de gran repercusión pública, la UNESCO las ha registrado bajo el concepto de “patrimonio cultural inmaterial” (pág.- 62).

Tabla N° 6 - Conceptos clave en las manifestaciones culturales

<b>Conceptos clave en las manifestaciones culturales</b>	
<b>Cultura</b>	Es el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones
<b>Diversidad cultural</b>	Multiplicidad de formas en que se expresan las culturas de los grupos y sociedades. Estas expresiones se transmiten dentro y entre los grupos y las sociedades.
<b>Contenido cultural</b>	Sentido simbólico, la dimensión artística y los valores culturales que emanan de las identidades culturales que las expresan
<b>Expresiones culturales</b>	Son las expresiones resultantes de la creatividad de las personas, grupos y sociedades, que poseen un contenido cultural.
<b>Actividades, bienes y servicios culturales</b>	Son los que desde el punto de vista de su calidad, utilización o finalidad específicas, encarnan o transmiten expresiones culturales, independientemente del valor comercial que puedan tener. Las actividades culturales pueden constituir una finalidad de por sí, o contribuir a la producción de bienes y servicios culturales
<b>Interculturalidad</b>	Presencia e interacción equitativa de diversas culturas y la posibilidad de generar expresiones culturales compartidas, adquiridas por medio del diálogo y de una actitud de respeto mutuo

**Fuente:** UNESCO, Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales, (2005).

**Elaborado por:** Vanessa Gardenia Muñoz Torres.

### **2.2.6. Comunicación y Cultura**

Hablar hoy de la comunicación cultural es abarcar un universo complejo signado por los efectos de la globalización en varios ámbitos como económico, político, tecnológico, educativo y las comunicaciones tradicionales.

En 1958, George Gerbner (citado por Reed H. Blake y Edwin O. Haroldsen) define la comunicación como “la interacción social por medio de mensajes, mensajes que pueden codificarse formalmente, mensajes simbólicos o sucesos que representan algún aspecto compartido de una cultura” (Reed H. Blake y Edwin O. Haroldsen, 1958, p. 3).

“La concepción moderna de la relación comunicación – cultura, pretende rescatar del olvido o menosprecio las expresiones populares y otorgarles el reconocimiento que antes se les negaba como procesos de producción cultural”. Raúl Rivadeneira Prada (1997).

“Las sociedades modernas estarían constituidas por un nivel vital y otro cultural de éste se haría cargo la comunicación (...) la capacidad de la persona humana por crear una variedad indefinida de significados simbólicos y de comunidades culturales. En esta tradición el sujeto, como creador de cultura, es el público” (Martínez, 2006, p. 41).

### **2.2.7. Semiótica**

Según Umberto Eco (1975), “la semiótica estudia toda la cultura como proceso de comunicación, y tiende a demostrar que bajo los procesos culturales hay sistemas. La dialéctica entre sistema y proceso nos lleva a afirmar la dialéctica entre código y mensaje”.

La semiótica analiza los sistemas de comunicación de los grupos sociales, considerando los signos como parte principal. Esta ciencia posee tres ramas relacionadas la sintáctica, semántica y pragmática que se encargan de sus dimensiones.

#### **2.2.7.1 Signo**

Para Solís (2009), “el concepto de signo y sus implicaciones filosóficas, la naturaleza y clases de signos, el análisis de códigos completos (...) Son objetos de estudio de la semiótica o semiología”.

Para Armand y Michele Mattelart (2001), afirman que para Peirce, “un signo o representamen, es algo que representa algo para alguien según alguna relación o un título cualquiera”.

El enunciado de Peirce, de que todo es signo, de que el universo es un inmenso representamen, considerado “vago” por los Mattelart, pues, argumentan, “...que, para definir este último [el signo], habría que distinguir entre lo que es signo y lo que no lo es.” Peirce consideraba que todo proceso semiótico (semiosis) es una relación entre tres componentes: el propio signo, el objeto representado (también llamado objeto significado) y el interpretante.

Para Peirce hay tres tipos de signos:

Tabla N° 7 – Tipos de signos

<b>Icono</b>	El primero se parece a su objeto (es como un modelo o un mapa), es un signo poseedor del carácter que lo haría significante aunque su objeto no existiera, como una raya a lápiz representa una línea geométrica
<b>Indicio o índice</b>	El indicio, explican los Mattelart, es un signo que perdería al instante su carácter que le convierte en un signo si se eliminara el objeto que representa, pero no perdería su carácter si no hubiera ningún interpretante
<b>Símbolo</b>	Peirce describe al símbolo como “un signo convencionalmente asociado a su objeto, como las palabras o las señales de tráfico. Según Peirce, perdería el carácter que hace de él un signo si no hubiere interpretante. Desde esta perspectiva, el pensamiento o el conocimiento es una red de signos capaces de auto producirse.

**Fuente:** MATTELART, ARMAND y MICHÈLE MATTELART (2001).

**Elaborado por:** Vanessa Gardenia Muñoz Torres.

### 2.2.7.2. La naturaleza del símbolo

“El símbolo universal tiene sus raíces en las propiedades de nuestro cuerpo, nuestros sentidos y nuestra mente, que son comunes a todos los hombres, y por consiguiente no se limita a personas o grupos determinados. El lenguaje del símbolo universal es, en verdad, la única lengua común que produjo la especie humana, lenguaje que olvidó antes de que lograra elaborar un lenguaje convencional universal.” (Fromm. E, 1957, p. 22).

La naturaleza del símbolo es dual, al atravesar los estratos de la cultura el símbolo se realiza en su esencia invariante, el símbolo ingresa como algo disímil al espacio textual que lo rodea, transmisor de otras épocas culturales, que recuerda antiguos fundamentos de la cultura. Por

otro lado, el símbolo se correlaciona activamente con el contexto cultural, se transforma bajo su influencia, pero también lo somete a transformación.

Morris, hace mención del signo dentro de la semiótica mencionando que “el proceso en el que algo funciona como signo puede denominarse semiosis”. (Morris, 1985, p. 27).

#### **2.2.7.2.1 Símbolos Culturales**

Los símbolos culturales son signos concretos, seleccionados por un grupo social con el fin de transmitir determinadas ideas, la función de los símbolos culturales es vincular ideas o significados mediante símbolos. Eco (1975) afirma, “La simbolización es la esencia del pensamiento humano”.

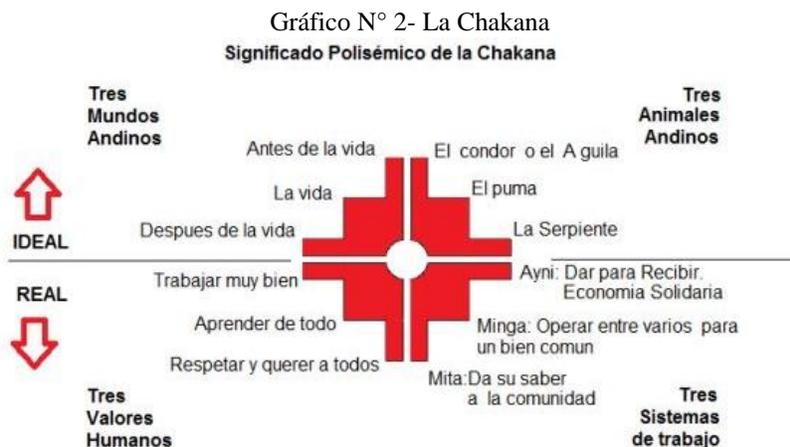
El símbolo cultural es “comprendido a través de las bases de la semiótica de la cultura que distingue entre paradigmática de la cultura y sintagmática de la cultura, se define como un mecanismo importante de la memoria cultural”. (Vyshnya & Sztuba, 2006, p. 106).

Pérez-Rioja señala, “los símbolos, en efecto, son más expresivos que las mismas palabras, porque por intermedio suyo se contrastan y significan las experiencias del alma con las realidades de la vida. Si el símbolo es un signo, tiene, sin embargo, un significado más hondo que el signo, por identificarse plenamente con cuanto sugiere, viniendo a ser, de otra parte, un verdadero idioma universal, ya que el símbolo es un lenguaje del alma. Los símbolos son al espíritu lo que los instrumentos a la mano del hombre.” (Pérez- Rioja, J.A. 1962, p.5).

##### **2.2.7.2.1.1 Simbología representativa étnica artesanal.**

En el Diccionario de los símbolos realizado por Chevalier y Gherrbrant, el círculo, junto con el punto, la cruz y el cuadrado, son clasificados como símbolos fundamentales, puesto que estos “... condensan la experiencia total del hombre, religiosa, cósmica, social, psíquica en los tres niveles inconsciente, consciente y supraconsciente, realizan también una síntesis del mundo, mostrando la unidad fundamental de sus tres planos inferior, terrestre y celeste; y el centro de las seis direcciones del espacio; desplegando grandes ejes de reagrupamiento (luna, agua, fuego, monstruo alado, entre otros.); en fin, enlazan al hombre con el mundo, los procesos de integración personal del primero se insertan en una evolución global, sin aislamiento ni confusión”. (Chevalier, J. y Gheerbrant, p. 27).

## La CHAKANA como símbolo de la cosmología.



**Fuente:** Carlos Milla Villena (2008).

**Elaborado por:** Vanessa Gardenia Muñoz Torres.

La Chakana o cruz significa puente, transferencia, paso que une al hombre con el cosmos, este símbolo es la correspondencia sideral en la Cruz del Sur, formada por varias estrellas como Alfa, Beta, Gamma y Delta, este elemento es el ordenador de la sociedad andina. El cuadrado del medio en la chacana significa lo verdadero, lo sagrado, la imagen universal de la unidad; el principio y final, el ciclo de la formación y la destrucción,

Según Carlos Milla Villena (2008) en la Génesis de la Cultura Andina afirma, “En el conocimiento y sabiduría del mundo Andino, existió un sistema geométrico proporcional de medidas, cuyo factor de cambio o variación fue la relación matemática 'PI', sistematizada en la formula geométrica de la Cruz Cuadrada, originada en la observación de la constelación de la Cruz del Sur y el descubrimiento de la proporción sagrada entre los brazos de la Cruz del Sur, el menor era el lado de un cuadrado y el mayor la diagonal del cuadrado”. (Arturo León, 2014, p.146).

Este símbolo es polisémico uno de los más importantes y antiguos de la civilización andina aplicable en cada pueblo o nación conforme a su cosmovisión, con su figura geométrica fue usada como ordenador de los conceptos matemáticos, religiosos, filosóficos, sociales y culturales.

La Cruz Andina es un símbolo que puede ser entendido como la representación del mundo a través de la sabiduría ancestral que se caracteriza por la complementariedad y la diversidad

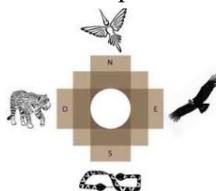
que se expresan en todas las formas de conocimiento filosófico, científico y religioso, este elemento simbólico formal genera equilibrio filosófico, espiritual, material.

Existen acepciones y connotaciones para entender el mundo de la sabiduría ancestral partiendo desde la cruz andina una de ellas es el termino Pachasofía es una estructura simbólica que permite expresar el ordenamiento del mundo andino, Pacha significa cosmos, universo, si existe arriba 'HANAQ' en términos quechua, existe abajo 'URAY', cumpliendo el principio de correspondencia; no existe izquierda 'LLOQUE' sin derecha 'PAÑA' y viceversa aplicando el principio de complementariedad; el tiempo es multidireccional antes 'ÑAWPAQ' y después 'QHEPA' cumpliendo el principio de relacionalidad; las características femenino 'WARMI' y masculino 'QHARI' cumplen el principio de reciprocidad subdividiéndose en arriba (el sol y la luna) y abajo (varón y mujer).

En esta relación no existe la separación ya que cada uno de los elementos es parte insubstituible y consustancial del todo, utilizando el concepto de unidad holística, concibiendo a la naturaleza como un ser vivo. Según la concepción de Lozano, afirma que el mundo está dividido en una trilogía consumada en una totalidad, esta se constituye por un eje temporal vertical (este eje tiene dos posiciones: HANAN SAYA, hacia arriba y URNA SAYA, hacia abajo.) y uno espacial horizontal que forman siete direcciones, tres espaciales (arriba, centro, abajo) y cuatro direcciones cardinales (este, oeste, norte sur), estas se asocian con colores, plantas, animales y personajes mitológicos. (Lozano, 1994).

La unión de los dos ejes (horizontal y vertical) con el mundo terreno originan el punto central que combina el tiempo y el espacio, dos elementos, la cosmovisión andina señala que el mundo está dividido en cuatro partes aspectos o cuatro planos, se trata de un concepto de cuatripartición por ello la chakana que cada una de las partes que la integran están relacionadas, y a la vez forman parte de un todo fusionado, por medio de los principios de relacionalidad y complementariedad. Castro afirma que los mundos se comunican y se dividen en:

Gráfico N° 3 - Cuatripartición de la chakana



Fuente: Alberto Vollodo

**(Este) Cónдор y Águila:** El Cónдор (**Kuntur**) y el Águila otorgan el poder de la visión, Villoldo señala: “las energías del águila nos ayudan a encontrar la visión directriz de nuestra vida. Los ojos del cónдор ven el pasado y el futuro”, asociada al cuerpo físico y al Ukhu Pacha (“mundo de abajo”).

Gráfico N° 4 - Cónдор (Kuntur)



Fuente: Pinterest.

**(Sur) Serpiente: (Sachamama),** simboliza el conocimiento, dejar el pasado atrás mudar de piel está asociada al cuerpo físico y al Ukhu Pacha (“mundo de abajo”).

**(Oeste) Jaguar: (Otorongo)** Villoldo señala “el jaguar implica la transformación súbita, vida y muerte”. Está asociado a la mente y al Kay Pacha (“mundo del medio”).

**(Norte) Colibrí: (Q´enti)** representa la sabiduría que nos deja cada experiencia, tanto buena como mala, está asociado al alma y al Hanaq Pacha (“mundo de arriba”).

La Filosofía andina trata sobre el enfoque particular del mundo y la estrecha relación armónica con la naturaleza, además de ser un producto cultural de cada pueblo esta los caracteriza de un modo único en la memoria social, cultural y política en el imaginario de la sociedad.

La Chakana es el símbolo más utilizado en la moda étnica artesanal

Gráfico N° 7- Referencia de la moda étnica



Fuente: Pinterest.

Gráfico N° 6- Referencia de la moda étnica



Fuente: Pinterest.

Gráfico N° 5- Referencia de la moda étnica



Fuente: Pinterest.

Los colores en la cosmovisión andina es la representación de su identidad cada color posee su significado

Tabla N° 8 -Significado de los colores en la cosmovisión andina

Chupika	Rojo	<b>Pachamama.</b> La madre Tierra, la energía telúrica. El mundo material, lo visible.
Kallapi	Anaranjado	<b>Jaqi.</b> Es asumir la responsabilidad y comprender la magnitud de ser personas cuando la dualidad "chacha-warmi" (hombre-mujer) se complementa.
Q'illu	Amarillo	<b>Ayni.</b> La reciprocidad y complementariedad, la energía que une a toda forma de existencia.
Janq'u	Blanco	<b>Pacha.</b> Tiempo y espacio. Lugar y época. La historia cíclica. Una forma de vida en armonía con todo el multiverso.
Chuxña	Verde	<b>Manqhapacha.</b> La vida y dinámica en el mundo interior. <b>Akapacha.</b> La vida y dinámica en este mundo, en este plano.
Larama	Azul	<b>Alaxpacha.</b> La dimensión o espacio de arriba. <b>Pachatata o Pachakama.</b> La fuerza o energía cósmica. El espíritu que anima todo.
Larama chupika	Violeta	<b>Ayllu.</b> La comunidad. <b>Sumaqamaña.</b> El horizonte de saber vivir en armonía con la Madre Tierra y equilibrio con todo lo que existe.

**Fuente:** Comunidad Sariri (2009).

### 2.2.7.3. La imagen desde la semiótica

La imagen en la semiótica es entendida como el estudio del signo icónico y los procesos de sentido-significación a partir de la imagen. El estudio de la imagen y las comunicaciones visuales se basa en lo estrictamente pictórico o visual, como el análisis de colores, formas, iconos y composición, para dar paso a los elementos históricos y socio-antropológicos que forman parte de la semiótica de la imagen.

La semiótica de la imagen se encuentra dentro de la semiótica de lo visual, el estudio de esta área de la semiótica es más diverso de lo que parece porque existen diversos tipos de imagen en variados dispositivos manuales o electrónicos, estáticos o dinámicos, lo visual supera el ámbito de la producción de la imagen; lo visual implica una gran división entre lo estático y lo dinámico, igual si ve a la imagen desde la sintaxis o la recepción.

### 2.2.8. Cuerpo y Vestimenta

El Cuerpo humano es un objeto natural y cultural, Entwistle (2002) afirma, "los cuerpos son producto de una dialéctica entre naturaleza y cultura". Desde la descripción física el cuerpo

humano es un sistema que cumple con “funciones regulares, tiene capacidad para reproducirse, adaptación al ambiente, especificidad orgánica”. Featherstone (1991).

Dentro de la teoría del cuerpo biológico está el Darwinismo, que afirma que los seres humanos son parte de la naturaleza, no externos a ella, son parte de la selección natural y se hace el salto de que con la teoría de la sobrevivencia del más apto se podía explicar el cambio social.

Featherstone, (1991) señala “El cuerpo, un objeto natural biológico, es movido como un ente cultural perteneciente a un cuerpo social de varios individuos que siguen normas grupales”. El cuerpo como un objeto cultural es descrito por Joanne Entwistle basándose en estudios de teóricos a los que denomina constructivistas sociales, ellos ven al cuerpo como algo cultural y no sólo un ente biológico, no descartan que también una parte fundamental del cuerpo es su presencia material.

La vestimenta tiene como función principal proteger al cuerpo humano pero no es la única sino que además representa la forma de vivir, la interpretación de la cultura, además que es el medio de representación de ideas culturales, sociales y religiosas a través de las formas y colores.

Hernández, define la vestimenta como “un artículo que satisface ciertas necesidades del individuo, pues tiene funciones en varios niveles de la cultura por ser a la vez un elemento material de esta, una pauta social del grupo y, hasta cierto punto, una expresión individual de la personalidad” (Hernández, 2012, págs. 153 - 154)

La moda en la postmodernidad busca significados más allá de su lado estético, los “elementos de la moda son valorados por lo que significan que por su belleza formal”. (Hollander, 1992) “El mundo del *High Fashion* o de la pasarela de moda demuestra estas expresiones más conceptuales pero que al pasar al lado de lo industrializado y comercial se pierden, no se puede ver en la etiqueta de un producto su significado formal o cultural, por lo que estos significados pasan desapercibidos para el momento que el comprador se lleva una prenda nueva”. Hollander (1992).

### **2.2.9 Diseño Étnico-Artesanal**

Se conoce como étnico a la mezcla de materiales naturales y estilos de diversas culturas, esta tendencia es un claro intento de conseguir la individualización, que en la vestimenta retoma elementos de una cultura solo desde el punto de vista estético, dejando de lado los valores y significados que estos pueden tener en su cultura originaria.

“La moda étnica nos ha seducido por que en su uso hay estética pero a la vez también tiene la dosis que nos hace sentir únicos, aceptados, tolerantes y contemporáneos, respondiendo a la necesidad de crear una identidad diferenciada en la sociedad.” Olga Zaferson, publicado en un artículo para Las Capullanas, Diario La República, Lima, Año II - N°23.

“La cultura no es un ente estático, sino dinámico y por lo tanto cambiante. La cultura cambia en la medida en que debe acoplarse a necesidades y circunstancias cambiantes de vida.” Rubin de la Borbolla Daniel F., (1974).

El diseño cultural es un hecho comunicacional, el cual debe estar ligado con el contexto, por los avances tecnológicos y el nuevo mercado de consumismo, el ámbito industrial he tenido un amplio crecimiento y el trabajo artesanal se ha desplazado a un segundo plano, sin embargo se sigue produciendo a gran escala en países subdesarrollados con el fin de satisfacer las necesidades de la sociedad.

Los diseños artesanales se mantienen puesto que la carga cultural e identitaria que contienen es codiciada por el usuario, con el paso del tiempo las necesidades de los consumidores cambian por ello los diseños étnicos artesanales tienen que adaptarse correctamente para satisfacer dichas necesidades básicas y creadas por hombre contemporáneo.

En esta era el diseño es una de las principales herramientas para el mantenimiento de la simbología por un lado y de la identidad cultural por otro, desempeñando un enlace entre el peso cultural de la tradición y la identidad expresadas en los diseños y su adecuación a las necesidades actuales.

Las artesanías interesan a los usuarios urbanos, afirma García Canclini en su libro Culturas Híbridas (2005). Las etnias, están de moda. Pasaron a ser confecciones coloridas, telares que representan a los aborígenes, motivos que hoy son sinónimo de moda.

La moda étnica artesanal es un desarrollo sustentable y con impacto positivo para el ambiente y las comunidades indígenas de Ecuador.

Gráfico N° 9 - Moda étnica artesanal



Fuente: Artisanfootwear

Gráfico N° 8- Moda étnica artesanal



Fuente: Artisanfootwear

### 2.2.9.1. Identidad étnica - cultural

La identidad cultural se encuentra enlazada a la cultura popular, puesto que esta cultura está conformada por tradiciones que identifican a cada pueblo como son los diseños y artesanías, que se derivan de la sabiduría ancestral, su pensamiento, su cosmovisión y la mitología, por lo tanto los diseñadores deben adquirir un amplio conocimiento de cultura popular, para comprender los elementos, criterios y motivos de inspiración que alimenten la creatividad para introducir apropiadas adecuaciones de lo tradicional y local, conservando el contenido cultural de identidad que dan autenticidad a los productos para ser apetecidos por la sociedad contemporánea y global.

Según Cabrera, Espín, Marín, & Rodríguez (2000), el proceso de desarrollo de la identidad tienen una perspectiva psicosocial, “proporciona explicaciones apropiadas para las interacciones de los grupos en sociedades. La participación en una herencia cultural, un sentido de las relaciones sociales y de los símbolos culturales están presentes en la mayoría de las definiciones de la identidad étnica. La identidad étnica se basa no sólo en rasgos físicos sino también en un sentido subjetivo de compromiso con los valores culturales, roles y herencia manifestada por los miembros de un grupo étnico”.

La etnicidad incluye las costumbres, el lenguaje, los puntos de vista que se relacionan con los étnicos, un sentido común de identidad, por las tradiciones, costumbres, vestimenta, valores comunes e incluso la religión.

Isajiw (1990) un grupo étnico es “una manera en la cual, la persona, de acuerdo con su origen étnico, se coloca a sí misma psicológicamente en relación con uno o más sistemas sociales, y en los cuales percibe como otros la sitúan a ella en relación a esos sistemas”. (Isajiw, 1990, p. 27 - 28)

### **2.2.9.2 Hibridez**

Hibridez proviene del concepto de diversos contextos de argumentación, posee variadas definiciones y se aplica en diversos campos, es un acto de comunicación transcultural, un movimiento recodificador e innovador entre lo local y lo externo hablando en el ámbito del diseño étnico - artesanal.

En los ámbitos culturales, existe la hipótesis de que toda forma de entender la dinámica social cambió, García Canclíni afirma que en la actualidad se vive una, “articulación más compleja de tradiciones y modernidades” (1990, p. 23)

García Canclíni propone tres hipótesis sobre culturas híbridas, en la primera señala, “la incertidumbre acerca del sentido y el valor de la modernidad deriva no sólo de lo que separa a naciones, etnias y clases, sino de los cruces socioculturales en que lo tradicional y lo moderno se mezclan (...) la segunda propone que la modernidad latinoamericana puede comprenderse como, los intentos de renovación con que diversos sectores se hacen cargo de la heterogeneidad multitemporal de cada nación, la tercera señala que la investigación transdisciplinaria desborda la investigación cultural”. (García Canclíni, 1990, p. 14).

La hibridez es este caso es un encuentro de culturas, como variedad étnica o religiosa; es un empleo de diversos tipos de sistemas: medios de comunicación, arte, formas mixtas de arte y medios, productos de consumo, ciencia, entre otras.

Estermann señala: “lo indígena no es ni lo puro y no contaminado ni lo tradicional y pasado, sino una fabricación de un conjunto de humanos en determinadas realidades y un tiempo específico que procuran dar definiciones y disposiciones que están a la altura del tiempo y de los requerimientos de este grupo. En este sentido, cada filosofía indígena junta elementos exógenos o autóctonos en su afán de presentar una visión del mundo y de hacerse orientar por ella” (Estermann, Filosofía andina. Sabiduría indígena para un mundo nuevo, 2006, págs. 98,99)

El diseño étnico – artesanal en la vestimenta actual, es el resultado del cruce genético de diversas tendencias que crean nuevas modas obteniendo productos híbridos, donde los rastros de las anteriores son visibles adaptados a las necesidades actuales.

Gráfico N° 10 - Hibridez



Fuente: Pinterest

Gráfico N° 11- Chakana en un traje actual



Fuente: Pinterest

### **2.2.10. Simbología en la vestimenta autóctona del pueblo milenario Kacha de la Nación Puruwá, Riobamba Chimborazo.**

En cada comunidad utilizan diferentes indumentarias propias de su pueblo, esto hace que se diferencie un pueblo de otros, pero de ningún modo significa desigualdad social. Antiguamente el vestido lo confeccionaban de fibra de cabuya, de lana de auquénidos, los de fibra de algodón estaban destinados a los caciques.

Los hombres Puruwaés provenientes de Riobamba Chimborazo, se vestían con camisones largos de diferentes colores como negro con rayas rojas o blancas, el camisón cubría desde el cuello hasta las rodillas, posteriormente con la conquista española se insertó el pantalón (Manga calzón).

El poncho fue utilizado por todos los pueblos, en diferentes tamaños colores y diseños estos determinaban la pertenencia a algún pueblo. Antiguamente se utilizaban orejeras y narigueras estas determinaban el rango que desempeñaban dentro de su clase.

La vestimenta en las mujeres era la más variante por los colores que lo primaban, en el caso de la mujer Kacha, para el uso diario consistía en un anaco negro que se colocaba desde el hombro en algunos casos que a la vez se convertía como una especie de túnica llamada 'pichunchi', en algunos casos se dividía en dos partes, para cubrir la parte del tronco para arriba y la otra parte 'anaku' propiamente dicha desde la cintura para abajo, va sujeto a la cinta con fajas tejidas en telar de cintura.

La vestimenta de la mujer era la que más resaltaba y también mostraba más dificultad al momento de confeccionarla, se incorporó un camisón de tela de algodón, bordado de vivos colores, sobre la cual se usaba bayeta tejida en lana de auquénidos o borrego que puede ser de cualquier color vivo, sujetado por un pasador o tubo de metal.

Las mujeres de Kacha utilizaban las Washkas que eran collares rojos que simbolizaban la influencia que la mujer tenía dentro de la comunidad además de la relación con el modo de vida y posición socioeconómica, por ello necesariamente tenían que ser mujeres adultas. Los collares son hechos con distintas piedras formas y tamaños, los dijes de plata o monedas se agregan como adornos que determinan la prominencia de una mujer, posición política

sabiduría y riqueza. Ahora las mujeres jóvenes lo usan sin saber el significado real solo por moda.

Gráfico N° 12- Washkas



Fuente: Pinterest

Su largo cabello recogía con cintas de vivos colores tejidas en telar a mano, para completar el atuendo llevaban sombrero de paño blanco, con ala corta usualmente adornado con cintas de colores para las mujeres y colores oscuros como el negro para los hombres.

#### **2.2.10.1. Conocimiento y saber local**

Según Flores, Murilo, (2008) el conocimiento y saber hacer local, es parte “de la capital cultural y social de un determinado territorio, establece el potencial del desarrollo del territorio. (págs. 37 - 38).

Es resultado del proceso de construcción social de los territorios, de las interpretaciones locales, que puede ser diverso en la propia cultural local, denominado como pluralidad cultural.

El concepto de cultura se convertido en algo más humanista, relacionados con desarrollo intelectual, que incluye las actividades, características intereses de las comunidades.

(Flores, Murilo, 2008, p.37) hace referencia de Albagli (2004), “el sentimiento de pertenencia y el modo de actuar en un espacio geográfico dado significa la caracterización de una noción de territorialidad, donde las relaciones sociales y la localidad están interconectadas, fortaleciendo el sentido de identidad”.

Aunque existen diversas definiciones en general, todas coinciden en que cultura es lo que da vida al ser humano, sus tradiciones, costumbres, fiestas, conocimiento, creencias, moral.

Se podría decir que la cultura tiene varias dimensiones, que generan: Un modo de vivir, cohesión social, creación de riquezas y empleos, equilibrio territorial, entre otras (Luebbert, 2009).

## **2.2.10.2. Marcas Ecuatorianas de diseños Étnicos – Artesanales**

### **2.2.10.2.1 Nativa Basics**

Nativa Basics es la propuesta de Silvana Dejo Tricerri y Soledad Bucaram Santistevan, que arrancó en febrero del 2015. En las telas que emplean la simbología ancestral está presente los tejidos tienen múltiples representaciones que van más allá de lo estético como truchas que simbolizan la reproducción, fertilidad y riqueza; los animales, a la realeza y libertad; las chismosas son mujeres indígenas tejiendo. Las figuras geométricas que confeccionan los artesanos también tienen significados: rombo (mundo, plano, espacio y tiempo), diagonal (fuerza de movimiento) y cruz (dualidad, centro integrador).

Gráfico N° 13- Nativa Basics marca ecuatoriana



Soledad Bucaram y Silvana Dejo, diseñadoras ecuatorianas de Nativa Basics.

**Fuente:** Diario El Universo

### **2.2.10.2.2. Pancos**

Pancos es una empresa Ecuatoriana pionera en la elaboración de alpargatas y calzado artesanal, creado por Franco Mena y Charic Amaguaña, los materiales para la realización de este producto son netamente ecuatorianos como el penco que atraviesa un proceso se lo corta y se lo pasa por una máquina desfibradora, así se obtiene la materia prima para el contorno de lo que será la alpargata, también se utiliza la tela elaborada por artesanos, fabricada con algodón de lona y toma forma en un telar operado de forma manual, estos productos son ecológicos y de alta durabilidad.

Gráfico N° 14- Pancos marca ecuatoriana



Fuente: Cuenta Oficial de Pancos en instagram

### 2.2.10.2.3. Olga Fisch Folklore

Es la empresa pionera en el mercado, con 70 años dedicados al Folklore, tres generaciones de creativos y artesanos que han logrado inventar y re-inventar nuevas formas y lenguajes artesanales, Olga Fisch une a artistas y diseñadores con artesanos creando una tradición artesanal.

Gráfico N° 15- Diseños Olga Fisch Folklore



Chompa diseñada por **Jessica Velasco** con textiles Ecuatorianos.

Fuente: Página Oficial de la empresa en Facebook.

### 2.2.11. Riobamba

“La actual Riobamba surgió en el mismo sitio en que los españoles fundaron Santiago de Quito el 25 de agosto de 1534, desaparecida muy pronto. En 1575 se autorizó el

establecimiento de un poblado. Once o doce años más tarde fue elevada a la jerarquía de ‘Villa del Villar de Don Pardo’ que no prospero” (Ayala, 2008, p.58).

## 2.3. Variables

### 2.3.1. Variable Dependiente

Análisis semiótico

### 2.3.2. Variable Independiente

Vestimenta

### 2.3.3. Operacionalización de las variables

Tabla N° 9 - Cuadro de variables

Variables	Conceptos	Categoría	Indicadores	Técnicas e instrumentos
<b>Variable independiente:</b> Vestimenta	Ronald A. Schwartz (2006) antropólogo señala, “El vestido no solamente indica el sexo, la edad, la ocupación y la posición social de una persona, sino que también va ligado a un conjunto de sentimientos, y sirve además para domar y canalizar emociones fuertes. Tal como ocurre con otros símbolos, el vestido tiene su aspecto conativo”.	Vestido Símbolos	Identidad Tradición	<b>Técnica:</b> -Encuesta  <b>Instrumento:</b> -Cuestionario de la encuesta
<b>Variable dependiente:</b> Análisis semiótico del diseño Étnico - Artesanal	Según Eco en su libro La estructura ausente (1972), define la semiótica como, “el estudio de todos los procesos culturales (es decir, aquellos en los que entran en juego agentes humanos que se ponen en contacto sirviéndose de convenciones sociales) como procesos de comunicación”. De ahí que el autor considere a la semiótica como “una teoría general de la cultura y un sustituto de la antropología cultural”	Comunicación Semiótica Antropología Cultura	Información Significado Historia Costumbres	<b>Técnica:</b> Entrevista  <b>Instrumento:</b> Cuestionario de la entrevista.

Elaborado por: Vanessa Gardenia Muñoz Torres (2017).

## **CAPÍTULO III**

### **3. METODOLOGÍA**

Toda investigación se fundamenta en un marco metodológico, el cual define el uso de métodos, técnicas, instrumentos, estrategias y procedimientos a utilizar en el estudio que se desarrolla. Balestrini (2006, p.125) define “el marco metodológico como la instancia referida a los métodos, las diversas reglas, registros, técnicas y protocolos con los cuales una teoría y su método calculan las magnitudes de lo real”.

#### **3.1. Método**

##### **3.1.1 Método Científico**

El método científico permitió obtener información sobre la simbología étnica artesanal en la vestimenta, mediante técnicas de recolección de datos en este caso se realizaron encuestas aplicadas a los habitantes de la ciudad de Riobamba.

##### **3.1.2. Método Inductivo - Deductivo**

El método permitió obtener información gracias a la observación de fenómenos y la experimentación de hechos y acciones concretas, teniendo como objetivo de estudio el análisis del significado semiótico del diseño étnico – artesanal en la vestimenta de los habitantes de Riobamba.

#### **3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

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

La investigación permitió describir el significado semiótico del diseño étnico – artesanal en la vestimenta de los habitantes de Riobamba en el periodo octubre 2016 – febrero 2017; analizando los hechos y fenómenos culturales expuestos en el planteamiento del problema.

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

La recopilación de información obtenida en diversas fuentes como libros, revistas oportuno para el desarrollo de este proyecto de investigación.

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

La investigación se aplicó directamente a los habitantes de Riobamba, permitiendo analizar el significado semiótico del diseño étnico – artesanal en la vestimenta de los mismos.

### 3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.3.1. Investigación no experimental

Esta investigación permitió el estudio de lo ya existente, datos no manipulables y fenómenos en su situación original.

### 3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

#### 3.4.1. Población

Se investigó a la población de la ciudad de Riobamba sector urbano, que según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) 2010 son 146.524 habitantes.

#### 3.4.2. Muestra

Para obtener la muestra de estudio se utilizó la siguiente fórmula:

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

e= margen de error = (0.05)

N= población = 146 324

n= muestra

$$n = \frac{146\ 324}{(0.05)^2 (146\ 324-1) + 1}$$

$$n = \frac{146\ 324}{0.0025 (146\ 323) + 1}$$

$$n = \frac{146\ 324}{336.80} = 398$$

Tabla N° 10 - Muestra de análisis

MUESTRA	
DESCRIPCIÓN	TOTAL
Encuestas	398
Entrevistas	2
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>

Elaborado por: Vanessa Gardenia Muñoz Torres.

### 3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

#### 3.5.1. Recopilación Documental

La recopilación de información obtenida en diversas fuentes como libros, revistas aportó para el desarrollo de este proyecto de investigación.

### **3.5.2. Encuesta**

Preguntas aplicadas a un grupo de personas, con el objetivo de recaudar datos sobre un asunto determinado.

### **3.5.3. Entrevista**

Técnica que permitió obtener información por medio de un cuestionario aplicado a un experto en el tema a tratarse.

## 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 ciudad de Riobamba.

**Tamaño de la muestra:** 398 personas encuestadas.

#### Género

Tabla N° 11 - Género

Género	Tabulación	Porcentaje
Masculino	210	53%
Femenino	188	47%
<b>TOTAL</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

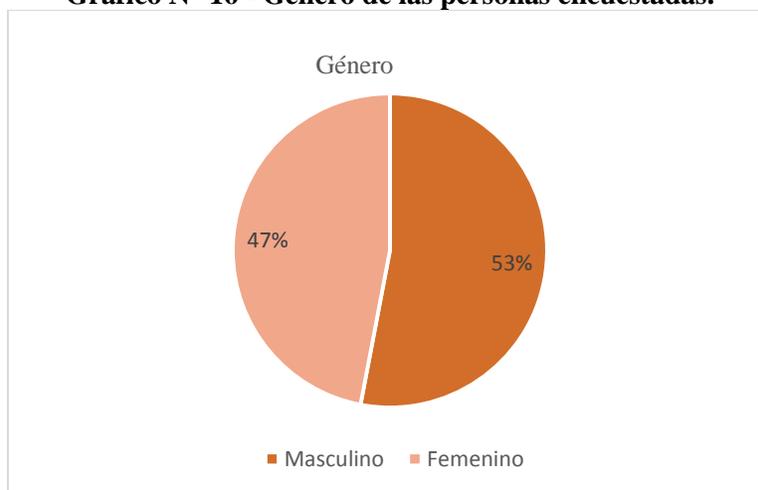
**Fuente:** Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

**Elaborado por:** Vanessa Gardenia Muñoz Torres.

#### Análisis

Según los resultados de las encuestas se evidencia que estas fueron aplicadas a los habitantes de Riobamba los cuales pertenecen el 53% al género masculino y 47% al género femenino, de acuerdo a la muestra establecida que es 398.

Gráfico N° 16 - Género de las personas encuestadas.



**Fuente:** Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

**Elaborado por:** Vanessa Gardenia Muñoz Torres (2017).

## 1.- ¿Considera usted que la vestimenta influye en la identidad cultural de los habitantes de Riobamba?

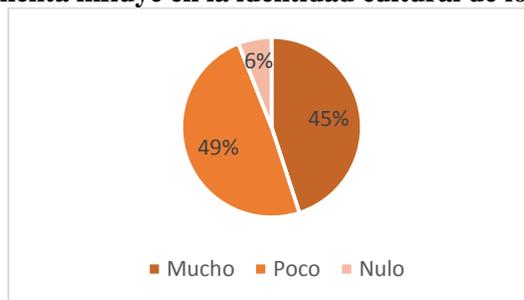
Tabla N° 12 Identidad cultural de los habitantes de Riobamba.

Opción	Tabulación	Porcentaje
Mucho	178	45%
Poco	197	49%
Nulo	23	6%
<b>TOTAL</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

Elaborado por: Vanessa Gardenia Muñoz Torres.

### Gráfico N° 17 - La vestimenta influye en la identidad cultural de los habitantes de Riobamba



Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba  
Elaborado por: Vanessa Gardenia Muñoz Torres (2017).

### Análisis

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los habitantes de Riobamba, se evidencia como resultado que el 49% considera que la vestimenta tiene poca influencia en la identidad de los riobambeños, mientras que el 45% considera que la vestimenta aporta mucha influencia en la identidad cultural, el 6% de la población afirmó que la vestimenta no influye de ninguna manera en la identidad de los habitantes de Riobamba.

### Interpretación

La mayor parte de los encuestados considera que si influye un nivel medio en la identidad cultural de los habitantes de Riobamba, la identidad cultural se encuentra enlazada a la cultura popular, puesto que esta cultura está conformada por tradiciones que identifican a cada pueblo como son los diseños y artesanías, Riobamba posee un amplio legado cultural en el aspecto de vestimenta y accesorios que en la actualidad se los lleva solo en el ámbito estético y no por el significado real, creando una cultura híbrida mezclando lo tradicional, local y moderno pero conservando el contenido cultural de identidad que dan autenticidad a los productos para ser apetecidos por la sociedad riobambeña contemporánea.

## 2.- ¿Cree que la forma de vestir es parte de la cultura de Riobamba?

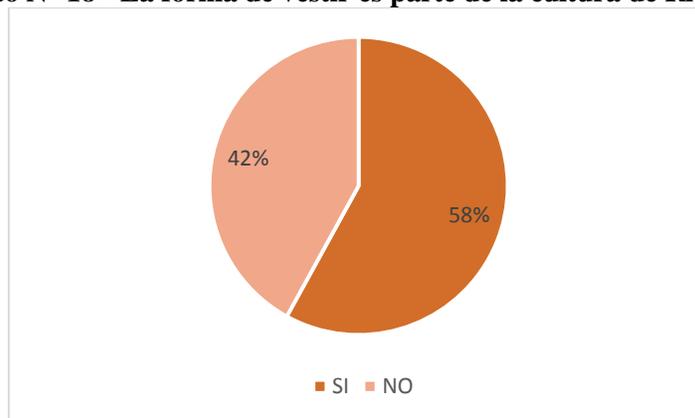
Tabla N° 13 - La forma de vestir es parte de la cultura de Riobamba.

Opción	Tabulación	Porcentaje
SI	230	58%
NO	168	42%
<b>TOTAL</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

**Elaborado por:** Vanessa Gardenia Muñoz Torres.

**Gráfico N° 18 - La forma de vestir es parte de la cultura de Riobamba**



**Fuente:** Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

**Elaborado por:** Vanessa Gardenia Muñoz Torres (2017).

### **Análisis**

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los habitantes de Riobamba, se evidencia como resultado que el 58% de encuestados afirma que la forma de vestir si es parte de la cultura de Riobamba, mientras el 42% cree que la forma de vestir no es parte de la cultura.

### **Interpretación**

Los habitantes de Riobamba, considera que la forma de vestir si es parte de la cultura, la vestimenta representa la forma de vivir, la interpretación de la cultura es el medio de ideas culturales, sociales y religiosas a través de las formas y colores.

### 3.- Considera que los atuendos de vestir se los lleva por:

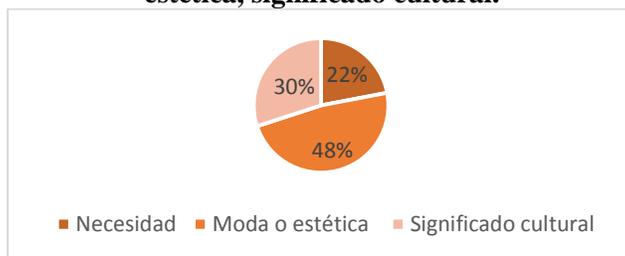
Tabla N° 14 Los atuendos de vestir.

Opción	Tabulación	Porcentaje
Necesidad	84	22%
Moda o estética	194	48%
Significado cultural	120	30%
<b>TOTAL</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

Elaborado por: Vanessa Gardenia Muñoz Torres.

#### Gráfico N° 19 - Considera que los atuendos de vestir se los lleva por: necesidad, moda o estética, significado cultural.



Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

Elaborado por: Vanessa Gardenia Muñoz Torres (2017).

#### Análisis

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los habitantes de Riobamba, se evidencia como resultado que el 48% de los encuestados considera que los atuendos de vestir se los lleva por moda o estética, el 30% considera que los atuendos se los lleva por significado cultural el 22% afirma que los atuendos son una necesidad.

#### Interpretación

La vestimenta tiene como función principal proteger al cuerpo humano en este caso sería usada por necesidad, a su vez representa la forma de vivir, ideas culturales, sociales y religiosas por sus formas y colores expresando la forma de pensar de las personas por medio de sus atuendos, lo más común en la actualidad es que se utilicen las prendas de vestir por modas pasajeras que el objetivo es el consumismo o formar parte de un grupo social. Hernández, define la vestimenta como “un artículo que satisface ciertas necesidades del individuo, pues tiene funciones en varios niveles de la cultura por ser a la vez un elemento material de esta, una pauta social del grupo y hasta cierto punto una expresión individual de la personalidad” (Hernández, 2012, págs. 153 - 154).

#### 4.- ¿Qué factores cree que han influido en los cambios culturales?

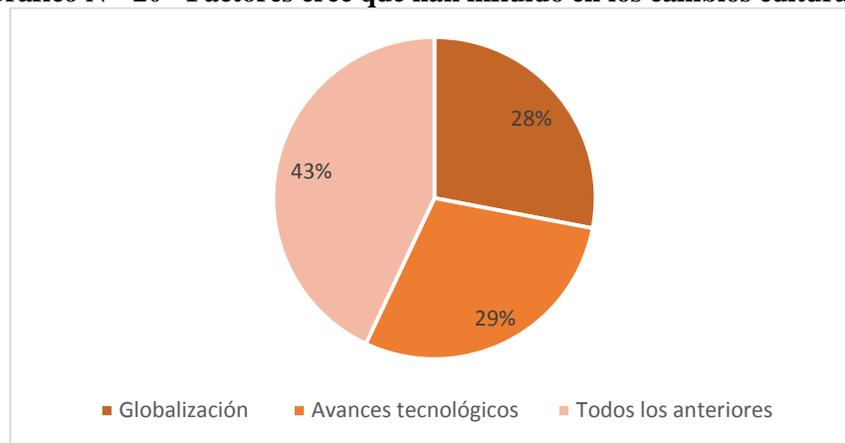
Tabla N° 15 Los factores cree que han influido en los cambios culturales.

Opción	Tabulación	Porcentaje
Globalización	110	28%
Avances tecnológicos	114	29%
Todos los anteriores	174	43%
<b>TOTAL</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

Elaborado por: Vanessa Gardenia Muñoz Torres.

Gráfico N° 20 - Factores cree que han influido en los cambios culturales.



Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

Elaborado por: Vanessa Gardenia Muñoz Torres (2017).

#### Análisis

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los habitantes de Riobamba, se evidencia como resultado que el 43% de encuestados considera que la globalización y los avances tecnológicos son los factores que han influido en los cambios culturales, mientras de 29% considera que los cambios culturales se deben solo a los avances tecnológicos y el 28% de la población considera que estos cambios se dan únicamente por la globalización.

#### Interpretación

La cultura son rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social, engloba los modos de vida, los sistemas de valores, creencias y tradiciones, en la actualidad la cultura han atravesado una transformación mezclándose con otras creando nuevas culturas por varios factores como la globalización y los avances tecnológicos, adaptando lo antiguo con lo moderno e influenciada por culturas extranjeras.

## 5.- ¿En qué nivel considera que la globalización y los avances tecnológicos han influido en la percepción de los habitantes de Riobamba para modificar su modo de vestir?

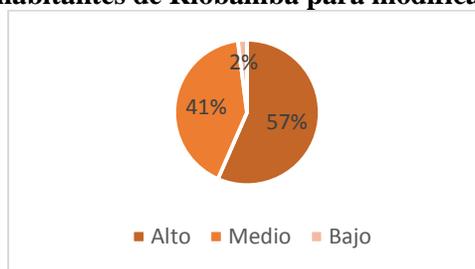
Tabla N° 16 La percepción de los habitantes de Riobamba para modificar su modo de vestir.

Opción	Tabulación	Porcentaje
Alto	227	56%
Medio	163	41%
Bajo	8	2%
<b>TOTAL</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

**Elaborado por:** Vanessa Gardenia Muñoz Torres.

Gráfico N° 21 - El nivel que la globalización y los avances tecnológicos han influido en la percepción de los habitantes de Riobamba para modificar su modo de vestir



**Fuente:** Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

**Elaborado por:** Vanessa Gardenia Muñoz Torres (2017).

### Análisis

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los habitantes de Riobamba, se evidencia como resultado que el 56% de los encuestados consideran que la globalización y los avances tecnológicos han influido en la percepción de los habitantes de Riobamba para modificar su modo de vestir, el 41% afirma que la influencia es en un nivel medio y el 2% considera que existe un bajo nivel de influencia.

### Interpretación

La globalización y los avances tecnológicos han generado transformaciones en la sociedad, por ello el mundo se ha hecho cada vez más pequeño en el ámbito de comunicaciones, las sociedades cambian generando innovaciones, en forma de invenciones y de descubrimientos que transforman la cultura y las instituciones sociales, por ello la influencia de las grandes empresas de la moda ha creado estos cambios en la percepción de los habitantes de Riobamba al momento de elegir los atuendos de vestir, perfeccionando rasgos culturales que ya poseían con anterioridad e influenciados por los modernos.

## 6.- ¿Considera que el entorno social influye en la forma de vestir de los habitantes de Riobamba?

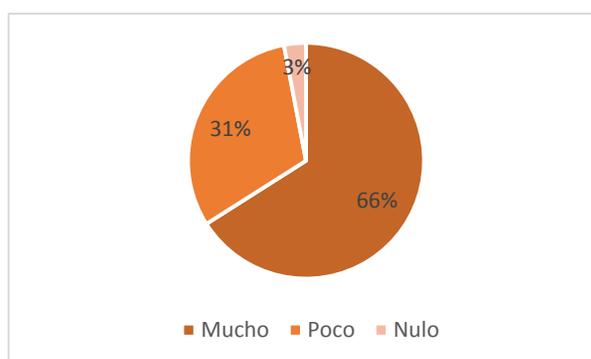
Tabla N° 17 El entorno social influye en la forma de vestir de los habitantes de Riobamba.

Opción	Tabulación	Porcentaje
Mucho	263	66%
Poco	122	31%
Nulo	13	3%
<b>TOTAL</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

Elaborado por: Vanessa Gardenia Muñoz Torres.

### Gráfico N° 22 - El entorno social influye en la forma de vestir de los habitantes de Riobamba



Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

Elaborado por: Vanessa Gardenia Muñoz Torres (2017).

### Análisis

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los habitantes de Riobamba, se evidencia como resultado que el 66% de encuestados considera que el entorno social ha tenido alta influencia en la forma de vestir de los habitantes de Riobamba, el 31% opina que es poco el nivel de influencia del entorno social y el 3% afirma que no tiene ninguna influencia el entorno social en la forma de vestir.

### Interpretación

Los individuos y la sociedad poseen una interacción cercana al momento de realizar ciertas funciones como el papel que desempeña la forma de vestir como medio para exteriorizar la personalidad e identidad, influenciados por diversos factores como son grupos sociales, familia, religión y medios de comunicación.

## 7.- ¿Cree que las culturas extranjeras han influido en la forma de vestir local?

Tabla N° 18 Las culturas extranjeras han influido en la forma de vestir local.

Opción	Tabulación	Porcentaje
Si, de algún modo	355	89%
No, de ninguna manera	43	11%
<b>TOTAL</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

**Elaborado por:** Vanessa Gardenia Muñoz Torres.

**Gráfico N° 23 - Las culturas extranjeras han influido en la forma de vestir local.**



**Fuente:** Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

**Elaborado por:** Vanessa Gardenia Muñoz Torres (2017).

### Análisis

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los habitantes de Riobamba, se evidencia como resultado que el 89% de los encuestados considera que de algún modo las culturas extranjeras han influido en la forma de vestir local, el 11% afirma que las culturas extranjeras no han influido de ninguna manera en la forma de vestir local.

### Interpretación

Con la globalización y los avances tecnológicos sobre todo internet que es el trasmisor de la moda y las tendencias a nivel mundial, influye en la percepción al momento de vestir en los Riobambeños. Los medios de comunicación y las redes sociales son los principales factores en la creación de modas y manipulación de las masas, por lo tanto las culturas extranjeras si influyen en el entorno local.

## 8.- ¿Qué grado de conocimiento tiene sobre la simbología del diseño Étnico – Artesanal, en las prendas de vestir modernas?

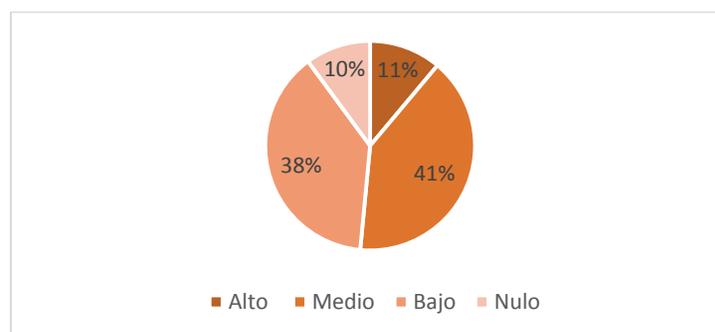
Tabla N° 19– Grado de conocimiento tiene sobre la simbología del diseño Étnico – Artesanal, en las prendas de vestir modernas.

Opción	Tabulación	Porcentaje
Alto	45	11%
Medio	159	40%
Bajo	154	38%
Nulo	40	10%
<b>TOTAL</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

Elaborado por: Vanessa Gardenia Muñoz Torres.

### Gráfico N° 24 - Grado de conocimiento tiene sobre la simbología del diseño Étnico – Artesanal, en las prendas de vestir modernas.



Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

Elaborado por: Vanessa Gardenia Muñoz Torres (2017).

### Análisis

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los habitantes de Riobamba, se evidencia como resultado que el 40% de encuestados tiene un grado medio de conocimiento sobre la simbología del diseño étnico – artesanal en las prendas de vestir modernas, el 38% tiene bajo conocimiento en el tema, el 11% de la población tienen un alto grado de conocimiento y el 10% no posee ningún conocimiento en el tema.

### Interpretación

El conocimiento sobre la simbología étnico – artesanal es bajo en la población de Riobamba, lo cual constata que los habitantes únicamente utilizan atuendos con la simbología étnica – artesanal por seguir una tendencia de moda impuesta por grandes empresas que el objetivo es el consumismo en las masas.

## 9.- ¿Considera necesario conocer la simbología del diseño Étnico – Artesanal en la vestimenta moderna?

Tabla N° 20– Simbología del diseño étnico – artesanal en la vestimenta moderna.

Opción	Tabulación	Porcentaje
SI	299	75%
NO	99	25%
<b>TOTAL</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

**Elaborado por:** Vanessa Gardenia Muñoz Torres.

**Gráfico N° 25 - Simbología del diseño étnico – artesanal en la vestimenta moderna.**



**Fuente:** Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

**Elaborado por:** Vanessa Gardenia Muñoz Torres (2017).

### **Análisis**

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los habitantes de Riobamba, se evidencia como resultado que el 75% de la población encuestada considera que si necesario conocer la simbología del diseño étnico – artesanal en la vestimenta moderna, mientras el 25% no considera necesario.

### **Interpretación**

La mayor parte de encuestados considera que si es necesario conocer sobre la simbología del diseño étnico – artesanal, puesto que este por un lado muestra la identidad cultural por otro desempeña un enlace entre el peso cultural de la tradición y la identidad expresadas en los diseños, que sobresalen de acuerdo a cada cultura.

## 10.- ¿Considera usted que los colores y diseños en las prendas de vestir tienen un significado más allá de lo estético?

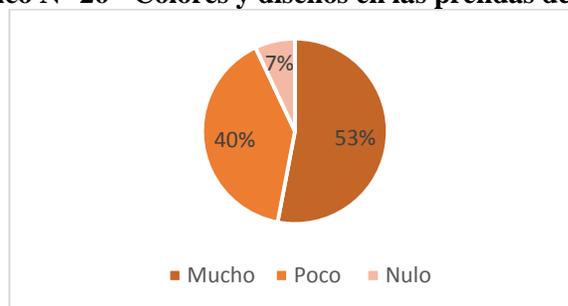
Tabla N° 21– Colores y diseños en las prendas de vestir.

Opción	Tabulación	Porcentaje
Mucho	211	53%
Poco	161	40%
Nulo	26	7%
<b>TOTAL</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

**Elaborado por:** Vanessa Gardenia Muñoz Torres.

Gráfico N° 26 - Colores y diseños en las prendas de vestir.



**Fuente:** Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

**Elaborado por:** Vanessa Gardenia Muñoz Torres (2017).

### Análisis

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los habitantes de Riobamba, se evidencia como resultado que el 53% de los encuestados consideran que los colores y diseños en las prendas de vestir tienen un significado más allá de lo estético, el 40% considera que de algún modo si tienen un significado más allá de lo estético y el 7% considera que no tienen ningún significado.

### Interpretación

La mayor parte de los encuestados consideran que los colores y diseños en las prendas de vestir si poseen un significado más allá de lo estético, pues por medio de la forma de vestir se expresa varias cualidades del individuo como la identidad cultural que se encuentra enlazada a la cultura popular, puesto que esta cultura está conformada por tradiciones que identifican a cada pueblo como son los diseños y artesanías.

## 11.- ¿Sus conocimiento en el significado de la simbología ancestral plasmada en prendas de vestir que identifican a los Riobambeños son :?

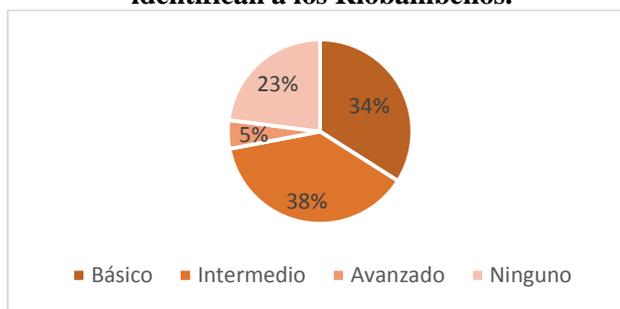
Tabla N° 22 – Significado de la simbología ancestral plasmada en prendas de vestir que identifican a los Riobambeños.

Opción	Tabulación	Porcentaje
Básico	136	34%
Intermedio	151	38%
Avanzado	21	5%
Ninguno	90	23%
<b>TOTAL</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

Elaborado por: Vanessa Gardenia Muñoz Torres.

Gráfico N° 27 - Significado de la simbología ancestral plasmada en prendas de vestir que identifican a los Riobambeños.



Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

Elaborado por: Vanessa Gardenia Muñoz Torres (2017).

### Análisis

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los habitantes de Riobamba, se evidencia como resultado que el 38% de los encuestados posee un nivel intermedio de conocimiento en el significado de la simbología ancestral plasmada en prendas de vestir que identifican a los Riobambeños, el 34% posee un nivel básico en el conocimiento del significado de la simbología, el 23% no tienen conocimiento alguno sobre el significado de la simbología, y el 5% de la población posee un conocimiento avanzado.

### Interpretación

Los conocimientos sobre el tema de simbología étnica – artesanal en las prendas de vestir es bajo en los habitantes de Riobamba, por lo tanto se constata que las prendas de vestir con estos diseños solo se las utiliza por tendencias creadas en la moda, por ello este trabajo busca dar a conocer el significado más allá de lo estético en las prendas de vestir para dar a conocer el legado cultural que posee nuestra ciudad en el ámbito de simbología.

## 12.- ¿Considera necesario conocer el legado cultural de la simbología de Riobamba?

Tabla N° 23– Legado cultural de la simbología de Riobamba.

Opción	Tabulación	Porcentaje
Necesario	324	81%
Innecesario	74	19%
<b>TOTAL</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

**Elaborado por:** Vanessa Gardenia Muñoz Torres.

**Gráfico N° 28 - Legado cultural de la simbología de Riobamba.**



**Fuente:** Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

**Elaborado por:** Vanessa Gardenia Muñoz Torres (2017).

### Análisis

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los habitantes de Riobamba, se evidencia como resultado que el 81% de encuestados considera necesario conocer el legado cultural de la simbología de Riobamba, mientras el 19% lo considera innecesario.

### Interpretación

La mayor parte de encuestados consideran necesario poseer conocimientos sobre el legado cultural de la simbología de Riobamba, la cultura se transforma con el paso del tiempo pero siempre mantienen su esencia base lo cual hace que el ser humano pertenezca a un grupo social el cual se identifique.

### 13.- Identifique las simbologías que ud. ha visto en los diseños artesanales.

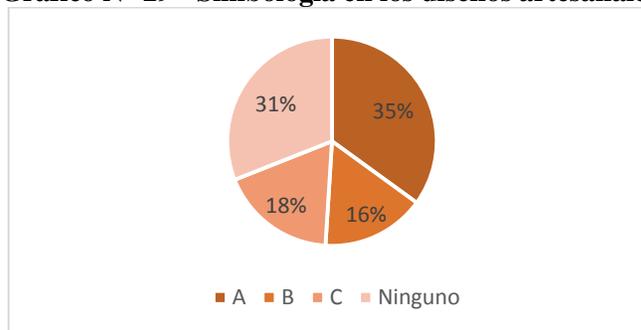
Tabla N° 24– Simbología en los diseños artesanales.

Opción	Tabulación	Porcentaje
A	141	35%
B	65	16%
C	69	18%
Ninguna	123	31%
<b>TOTAL</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

**Elaborado por:** Vanessa Gardenia Muñoz Torres.

Gráfico N° 29 - Simbología en los diseños artesanales.



**Fuente:** Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

**Elaborado por:** Vanessa Gardenia Muñoz Torres (2017).

### Análisis

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los habitantes de Riobamba, se evidencia como resultado que el 35% de la población reconoce la figura **A** en la simbología plasmada en los diseños artesanales, el 31% no identifica ninguna de las figuras, mientras que el 18% identifica la figura **C** y el 16% la figura **B**.

### Interpretación

La CHAKANA es el símbolo que más identifican los habitantes de Riobamba, este es el más popular se encuentra en la cosmovisión andina, desempeña múltiples facetas como puente, transferencia, paso que une al hombre con el cosmos, este símbolo es la correspondencia sideral en la Cruz del Sur, formada por varias estrellas como Alfa, Beta, Gamma y Delta, este elemento es el ordenador de la sociedad andina. El cuadrado del medio en la chacana significa lo verdadero, lo sagrado, la imagen universal de la unidad; el principio y final, el ciclo de la formación y la destrucción.

#### 14.- ¿Utilizaría vestimenta con diseños étnicos artesanales que representan la cultura autóctona de Riobamba?

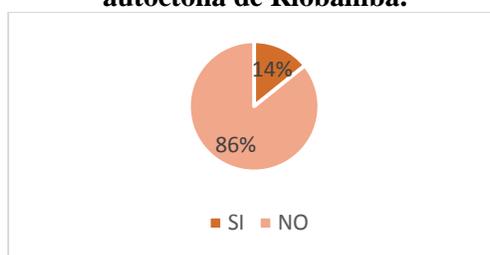
Tabla N° 25– Vestimenta con diseños étnicos artesanales que representan la cultura autóctona de Riobamba.

Opción	Tabulación	Porcentaje
SI	211	53%
NO	187	47%
<b>TOTAL</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

Elaborado por: Vanessa Gardenia Muñoz Torres.

#### Gráfico N° 30 - Vestimenta con diseños étnicos artesanales que representan la cultura autóctona de Riobamba.



Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

Elaborado por: Vanessa Gardenia Muñoz Torres (2017).

#### Análisis

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los habitantes de Riobamba, se evidencia como resultado que el 53% si utilizaría la vestimenta con diseños étnicos artesanales que representa la cultura autóctona de Riobamba, el 47% no utilizaría la vestimenta.

#### Interpretación

La mayor parte de encuestados si utilizaría diseños étnicos artesanales en su vestimenta, pero no todos por la esencia real de conocer el legado cultural en la simbología sino por la tendencia que imponen las grandes marcas y para sentirse acogidos por los grupos sociales que forman parte del entorno.

## 4.1.2 Entrevistas

Tabla N° 26- Análisis entrevista

<b>ENTREVISTA</b> Psicóloga Clínica Amaroom Molina Granda.	
<b>Preguntas</b>	<b>Respuesta</b>
¿De qué manera el entorno influye en la percepción de una persona al momento de vestir?	<p>El entorno del ser humano es de vital importancia en el desarrollo de la persona desde un enfoque integral, por ejemplo el comportamiento no podría entenderse sin el contexto, ya que la influencia cultural es parte importante del mismo. En la era de la globalización la interacción de las personas con el sistema refleja la vertiente social de la naturaleza humana.</p> <p>Es este entorno, el cual tiene gran parte de influencia en las personas al momento de vestir, no solo en la actualidad si no desde la antigüedad; la vestimenta era uno de los factores para reconocer a la cultura de un país, lo cual nos da indicios de la importancia de la cultura en varios aspectos del ser humano.</p>
¿La vestimenta es un medio para exteriorizar la personalidad e identidad, en el individuo?	<p>Cuando retrocedemos en la aparición de la vestimenta, nos resulta común imaginar a los antepasados primitivos domando a las fieras, comiendo su carne y usando su piel para protegerse de un clima extremo y entorno adverso. Actualmente para que la persona use algún tipo de vestimenta genera pensamientos relacionados al mundo social, por medio de la ropa que elegimos y su combinación creamos discursos sobre el cuerpo: aceptable, respetable, deseable, violento, etc.</p> <p>La forma de vestir denota identificación en cuanto al género por ejemplo, como artefactos culturales, el vestuario y los diferentes elementos de decorado corporal se convierten en vehículos de expresión, símbolos de identidad y declaraciones de una preferencia estética. El estilo que se lleva podría definir quien somos no es algo en lo que podamos apostar, los rasgos de la personalidad inscritos en nuestras decisiones vestimentarias se presentan como certezas para nosotros y ambigüedades para los otros, podría pensarse que la apariencia es una construcción. Sin embargo podría tener relación con la personalidad desde la interacción con el otro, de las experiencias colectivas, del contacto directo con otros cuerpos, sumado al contexto, los valores de época y la herencia histórica y cultural</p>
¿Existe una relación entre la autoestima y seguridad del individuo con la forma de vestir?	<p>Hemos mencionado anteriormente que la vestimenta no determina la personalidad, sin embargo se relaciona en la construcción de rasgos que pueden generar un indicio referente de cómo se encuentra la persona; tomando en cuenta que es la forma como nos presentamos a los demás se podría como hipótesis plantear signos de seguridad.</p> <p>Además de ello está estrechamente relacionada la autoestima con la forma de vestir, ya que dentro del amor propio entra la apariencia de la persona, la ropa que se usa está relacionado con la imagen por ende proyectara como se siente la persona en la actualidad. Es importante como nos mostramos ante el mundo ya que la persona es el reflejo de lo que siente, por lo tanto la relación es evidente.</p>

	<p>La autoestima tiene un sentimiento valorativo de nuestro conjunto de rasgos corporales, mentales y espirituales que forman la personalidad; dentro de ello está la vestimenta, la forma de como mostrarte ante el contexto y de relacionarse. El condicionamiento mental de la vestimenta que se usa va acorde con la cultura en la que se desarrolla el ser humano, con ciertas excepciones con estilos de culturas extranjeras por ejemplo.</p>
<p><b>¿Cree que la moda influye en el comportamiento de los individuos?</b></p>	<p>Si hablamos de que objetivo vestimentario en si espacial naturaleza íntima, tiene la capacidad de definirnos frente a lo colectivo, de reinterpretarnos frente a la mirada del otro y esta forma de vestir se relaciona con la cultura, enfocáramos a que los comportamientos de la persona tienen relación con la cultura donde se desenvuelve. Es decir todo tiene una conexión que construye un todo en el ser humano.</p> <p>Al hablar de comportamiento humano se enfoca en factores biológicos y ambientales, además de patrones que componen al ser humano; la moda sería parte del factor ambiental relacionado con la cultura y las costumbres que predominan en la misma.</p>
<p><b>El consumo no solamente es el hecho de adquirir un bien sino también es una práctica social, ¿Cree que esto posee significados relacionados a la adquisición de identidades y de sentidos de pertenencia?</b></p>	<p>El hombre al ser social, brinda mucha importancia al como se ve y cómo lo ven, esta determinación conforma su sistema identificativo. De esta manera se referencia el sistema cultural donde se desarrolla el hombre y apunta a un sentimiento de pertenencia adscrito que lo identifica como ser social. Por ende las prácticas sociales son parte de la conformación del ser humano y su comportamiento frente al otro; la identidad es un constructo social fundamentado en la diferencia, en la alteridad, su imagen se conforma desde la percepción interior hasta la visión exterior; se encuentra fundamentada en una construcción real e ideológica y en la apropiación de símbolos mediante los cuales canaliza las energías y los sentimientos individuales y colectivos. Este fenómeno debe observarse desde un prisma dialéctico, cambiante, cíclico y transformador, no puede analizarse como un proceso acabado ni asimilado estáticamente, sino como necesario para entender el comportamiento de los fenómenos sociales.</p>
<p><b>Otras culturas han influenciado en la ideología cultural local; ¿Porque cree que se han dado estas influencias, tiene que ver con la identidad personal del individuo y al sentido de pertenencia al acervo cultural?</b></p>	<p>Dentro de los aspectos de la moda en el contexto sociocultural se plantearía la dimensión de novedad, funcionalidad, renovación y satisfacción de necesidades psicológicas y afectivas, el condicionamiento de la ficción audiovisual, las marcas impuestas por el mercado, la oferta y demanda, entre muchas otras connotaciones, las cuales suscitan deseos de belleza en el vestir. Por lo tanto los productos de moda se elaboran a partir de la unión de una lógica de mercado, con una lógica del bien humano, en la medida en que contribuyen a forjar la cultura. La sociedad posee un nuevo lenguaje en el campo de la moda, es necesario aprender a leerlas y a hablar por medio de ellas. La naturaleza de este lenguaje no impone un uso concreto, ni mucho menos correcto, sino ajustado a la naturaleza de la realidad.</p> <p>Es por ello que al tener ciertos seres humanos la cognición de que las culturas externas al ser parte de países desarrollados son más elaboradas y permiten mayor desarrollo, tienden a apropiarse con un afán de superación individual y colectiva.</p>
<p><b>Análisis:</b> Según la entrevistada la influencia cultural es parte del desarrollo integral personal del ser humano, con los avances tecnológicos la interacción del ser humano ha cambiado drásticamente acoplado nuevos hábitos a su cultura originaria, por medio de la vestimenta el individuo crea discursos sobre el cuerpo y el impacto que va a causar sobre la sociedad y un grupo social determinado estos aspectos son aceptable, respetable entre otros. La vestimenta y accesorios son vehículos de expresión y símbolos de identidad</p>	

que guardan relación con la personalidad desde la interacción con los demás individuos sumando al contexto de la época y la herencia cultural. El autoestima tiene un sentimiento valorativo del conjunto de rasgos corporales, mentales y espirituales que forman la personalidad del individuo, dentro de ello está la vestimenta que es la forma de como mostrarte ante el contexto y las relaciones sociales, siempre va a existir influencias extranjeras en el condicionamiento mental al momento de vestir.

La moda influye en el comportamiento humano enfocándose en los factores biológicos y ambientales relacionados con la cultura y costumbres que predominan en la misma, el hombre al ser social, brinda mucha importancia al como se ve y cómo lo ven, esta determinación conforma su sistema identificativo es decir su imagen que se conforma desde la percepción interior hasta la visión exterior, fundamentada en una construcción real e ideológica y en la apropiación de símbolos mediante los cuales canaliza las energías y los sentimientos individuales y colectivos

**Fuente:** Entrevista Psicóloga Clínica  
**Elaborado por:** Vanessa Gardenia Muñoz Torres.

Tabla N° 27- Análisis entrevista

<b>ENTREVISTA</b> Diseñadora de Modas Lcda. Silvia Pesantez	
<b>Preguntas</b>	<b>Respuesta</b>
<b>¿Qué es el diseño étnico artesanal, sus implicaciones y su uso?</b>	El diseño étnico más que nada en este momento es un punto de referencia, una recopilación de piezas antiguas, si hablamos de que ahora hay diseño étnico no es 100% puro sino es realmente un punto de partida, es tomar una referencia de lo étnico independientemente de la cultura que se esté tomando como inspiración.
<b>¿De dónde proviene esta tendencia del diseño étnico artesanal?</b>	El diseño étnico europeo ha sido siempre utilizado, por ejemplo los sacos que se utilizaban en las películas de los 90 de navidad existen unas estrellitas ese diseño es holandés entonces sería étnico – holandés que se tomó desde hace mucho tiempo, entonces lo étnico europeo ha sido utilizado siempre, ahora cuando se vuelve más in o pop cuando se empieza a tomar lo étnico africano que tiene mucho más color, figuras más fijas, siluetas más estructuradas y finalmente cuando América Latina toma esta tendencia se empieza por México y se difunde a toda Latino América ya que México goza de un muy buen manejo de medios de comunicación, poseen cadenas televisivas de alto impacto, bajo esta influencia se toma bastante de Perú, sabemos que para la moda la revista VOGUE es un icono relevante de la industria de la moda, por ello esta revista le dedica un numero entero con fotografías tomadas por Mario Testino a Perú, los demás países hemos quedado un poco rezagados pero en Ecuador se toma el diseño étnico en la última década con la tendencia que inicio el gobierno pasado y está perdurando desde hace diez años.
<b>Las sociedades tienden a transmitir información cultural desde espacios urbanos dominantes y en donde cada sociedad utiliza herramientas propias que le permitan reforzar su independencia y moderar el traspaso de información cultural proveniente de fuera ¿Cree que se ha creado una nueva cultura en el ámbito de vestimenta por influencias de culturas extranjeras fusionándose con culturas étnicas?</b>	Siempre eso ha pasado todo el tiempo y ha pasado en todas las culturas por la curiosidad, digamos que los tres principios de la moda son el púdico que es cubrirte para que no andes desnudo, el estratificante que es decir soy mejor que tú y el de identificación que te dice yo pertenezco a este grupo; entonces el punto es la curva de la moda lo súper exclusivo se vuelve de grupos pequeños, luego toma grupos grandes y al momento en que todo el mundo lo tienen esa tendencia o esa prenda tiene que desaparecer, el momento en el que esta desaparece buscamos lo opuesto, ahora si antes se utilizaba el

	<p>hombro caído ahora quiero un cuello caja por ese lado ha estado pasando todo el tiempo mientras se utilizaba el diseño étnico como exclusivo de pronto vimos unas licras de \$3.00 necesariamente tenemos que cortar con eso y tomar otra tendencia, siempre sucederá este fenómeno y simplemente por la línea de la moda.</p>
<p><b>¿Cree que la moda urbana comienza a apreciar lo andino como mercancía con fines lucrativos o como elemento cultural con un trasfondo de difusión o revaloración de la cultura ancestral?</b></p>	<p>Existe un poco de todo, mucho depende de quien lo toma, las primeras personas que toman una nueva tendencia generalmente hacen este análisis y dicen bueno de donde salió de que cultura es entonces lo usan se enteran un poco de que se trata, pero después la gente usa las prendas porque lo vio en alguien más, a alguien que influye o a alguien que se le ve bien, existe un poco de todo en un principio si va a existir una investigación, información pero luego se va a ir perdiendo.</p>
<p><b>¿El consumo de estas prendas implica el uso consiente de estos elementos con fines específicos de difusión cultural respondiendo una identificación de tipo étnica o se trata simplemente del uso de vestimenta y accesorios con fines estéticos impuestos por las tendencias de moda?</b></p>	<p>Exactamente con fines estéticos impuestos por las tendencias de la moda, sabemos que ahora a la persona si le están haciendo un registro le preguntan de que etnia eres, digamos que la mayoría va a decir mestizos, blancos, montubios, negros e indígenas, quienes se reconocen como indígenas ni siquiera ellos mismos saben de qué se están vistiendo, tuve la oportunidad de trabajar con el ministerio de cultura para un proyecto intercultural, hicimos un análisis de lo que era sociológicamente las <b>Washka</b> que son los collares rojos que utilizan las mujeres de Chimborazo, mientras más líneas tienen más influencia ejercía esta mujer sobre su comunidad, entonces necesariamente tenían que ser mujeres adultas pero ahora vemos a una muchacha de 19 años utilizando 20 líneas de collares rojos lo que ya no tiene sentido cultural, ella lo está utilizando por la razón estética, incluso antes se heredaban estos collares; ahora hablando de la bayeta antes tenían que ser de un tejido específico con el nudo al frente significaba que eran señoras, con el nudo en el hombro eran señoritas ahora no es por el valor cultural es estético, incluso la misma cultura que se identifica como la etnia, como conclusión todos usamos las prendas de la manera estética entonces eso es lo que ha permitido que sea más comercial.</p>
<p><b>¿Se ha creado una pérdida de identidad desde las mismas culturas de Chimborazo?</b></p>	<p>Si, ahora ya no ves toda la estructura del vestuario de la mujer de Kacha por ejemplo antes la blusa de la mujer de Kacha era como una T no tenía mangas, el escote era en V, solo una costura que tenía colores era en forma de E y a veces tenía un llamingo y una flor, ahora ya no es ese escote y la manga es bombacha entonces en el momento en que la mujer de Kacha se pone la estructura de la blusa como antes en V y el escote caído, ahora es un escote amplio y mangas bombacha cambia totalmente la estructura de la forma, el anaco de la mujer de Kacha es recto totalmente recto la silueta de estas mujeres era en forma de vela rectangular y ahora se ve cambios las mangas, la bayeta de lado desde la misma cultura mezclan todo, incluso antes se fijaban de qué lado iba el filo de la tela de la falda, tenía que quedar a la izquierda y debía de tener dos pliegues sino lo utilizabas así eras catalogada como una carishina y por lo tanto tu mamá hizo mal el trabajo de educarte, ahora las jóvenes no le hacen caso a la mamá se ponen los pliegues atrás para verse más flacas, la cultura se va perdiendo desde las mismas raíces.</p>
<p><b>Desde el consumo se configuran sentidos de pertenencia a un mundo globalizado, esta pertenencia ya no se circunscribe a un territorio ni a una nación, y se refiere al uso de los medios de comunicación y bienes como los elementos que reconfiguran</b></p>	<p>Si es una práctica sociocultural desde el punto de vista en que nosotros valoramos mas eso desde el momento en que salimos de nuestro ambiente, es como que alguien se va de vacaciones a Miami y se va con el sombrero de paja toquilla es una forma de decir</p>

<p><b>las prácticas socioculturales, ¿Cree que esta tendencia de moda étnica es una práctica sociocultural?</b></p>	<p>esto es lo que soy, pero ocurre más cuando estamos afuera es cuando queremos que nos vean como parte de algo o identificarse, se puede hablar también de estas prácticas con los bordados, una pieza o prenda que ahora está súper valorada que utiliza cualquier persona aquí o afuera para identificarse como ecuatorianos son las MACANAS que es un tipo de tejido del sur del Austro que posee una técnica de tinturado súper interesante totalmente artesanal que da al final una estética como pixelado, no necesariamente yo soy del sur o vivo en el Austro pero si me gusta la prenda la uso porque lo hacen en mi país, entonces si es una práctica sociocultural cuando queremos que nos identifiquen como parte de algo.</p>
<p><b>¿De qué manera cree que estos diseños impactan en la sociedad moderna?</b></p>	<p>Tienen mucho que ver con la estética, tomar las referencias utilizarlas adecuadamente y hacer que funcionen que se puedan comercializar, el impacto siempre va a ser al principio tendría que llamar la atención necesariamente y después tendría que estar bien hecho para que dure cierta temporada, al muy innovador nadie lo entiende mejor dicho porque cuando algo llama mucho la atención es poco probable que dure.</p>
<p><b>¿Qué grupo social es el mayor consumidor de esta tendencia?</b></p>	<p>Son adultos jóvenes es decir desde los 18 años hasta los 35 años, que son grupos que hablando de marketing o del poder adquisitivo son grupos que al principio buscan su identidad de los 18 a los 25 que están tratando de buscar que es lo que les identifica, cuál es su estilo, como quiere que la gente le identifique y de los 25 a los 35 que son personas que ya están capacitadas y que tienen el poder adquisitivo para experimentar, se podría decir que hasta antes de los 35 son personas que ya tienen trabajo, un sueldo y no deudas grandes como una casa un carro y no cargos como de dos o tres hijos, eso te da la capacidad de poder experimentar con estilos y ya poder escoger mejor calidad.</p>
<p><b>Análisis:</b> La entrevistada señaló que el diseño étnico artesanal es una recopilación de piezas antiguas fusionándose con tendencias nuevas creando una nueva cultura, este diseño nace en Europa y se propaga a América Latina comenzando por México que gracias a los medios de comunicación como sus grandes cadenas televisivas que dicho país posee se difundió esta tendencia a Ecuador que además ha sido utilizada con figuras provenientes de las culturas Ecuatorianas con gran afluencia en los últimos diez años por las propuestas implantadas por el antiguo gobierno, las sociedades tienden a transmitir información cultural desde espacios urbanos dominantes y en donde cada sociedad utiliza herramientas propias que le permitan reforzar su independencia y moderar el traspaso de información cultural proveniente de fuera, en el ámbito social de vestimenta existen tres principios de la moda que son el púdico que se basa en cubrir al cuerpo para no estar desnudo, el estratificaste que es el que divide a los individuos en clases sociales básicamente se basa en el ámbito económico y el ultimo el de identificación que se refiere a la pertenencia a un grupo social. La revista VOGUE es un icono mundial de moda, gracias a este medio de comunicación el diseño étnico artesanal se comercializo a nivel mundial creando una tendencia en la curva de la moda dedicando un número exclusivo con fotografías realizadas por Mariano Testino.</p>	

**Fuente:** Entrevista Diseñadora de Modas

**Elaborado por:** Vanessa Gardenia Muñoz Torres.

## 4.2. Discusión de Resultados

De acuerdo a los resultados establecidos, en el procesamiento de datos que se realizó a partir del análisis e interpretación de las encuestas aplicadas a los habitantes de las parroquias urbanas de Riobamba y entrevistas realizadas a los expertos en el área, se responde al objetivo general del proyecto de investigación; analizar el significado semiótico del diseño étnico – artesanal en la vestimenta de los habitantes de Riobamba durante el periodo octubre 2016 – febrero 2017, el 40% de encuestados manifiesta tener un grado medio de conocimiento sobre la simbología del diseño étnico – artesanal en las prendas de vestir modernas, contrastando esto con lo que Simmel (2012) asegura “la moda es un objeto singular propio, que puede servir para dar cuenta de las tensiones centrales de la vida social. Resulta de la necesidad de distinción de las clases superiores (...) descrita por Veblen, y de la necesidad de imitación de las otras clases”.

Respecto a la representación simbólica del diseño étnico – artesanal de la vestimenta en el imaginario de los habitantes de Riobamba, el 48% de los encuestados considera que los atuendos de vestir se los lleva por moda o estética, el 30% considera que los atuendos son un significado cultural, el 22% afirman que los atuendos son una necesidad, según estos resultados se evidencia que la moda predomina al momento de decidir que atuendo llevar es decir, se confirma la teoría de Zaferson (2015) que hace referencia al aspecto antropológico cultural de como la forma de vestir crea identidad en la sociedad, “la moda étnica nos ha seducido por que en su uso hay estética pero a la vez también tiene la dosis que nos hace sentir únicos, aceptados, tolerantes y contemporáneos, respondiendo a la necesidad de crear una identidad diferenciada en la sociedad.”

A su vez Cabrera, Espín, Marín, & Rodríguez (2000), hablan sobre lo étnico haciendo referencia a la herencia cultural contrastando con la teoría principal de la investigación, “la participación en una herencia cultural, un sentido de las relaciones sociales y de los símbolos culturales están presentes en la mayoría de las definiciones de la identidad étnica. La identidad étnica se basa no sólo en rasgos físicos sino también en un sentido subjetivo de compromiso con los valores culturales, roles y herencia manifestada por los miembros de un grupo étnico”.

Los factores que determinan la introducción del diseño étnico – artesanal en la vestimenta se deben a la globalización y los avances tecnológicos, se sustenta la teoría funcionalista sobre la sociología y el impacto que los medios de comunicación tradicionales y modernos, que han influido en la percepción de los habitantes de Riobamba, el 56% de encuestados consideran que la globalización y los avances tecnológicos han influido al

momento de elegir una prenda de vestir, el 41% afirma que la influencia es en un nivel medio y el 2% considera que existe un bajo nivel de influencia; los resultados obtenidos corroboran con la investigación, puesto que se crea influencia de culturas extranjeras acoplándose a lo ya existente creando una hibridez de culturas; coincidiendo con la afirmación de Canclíni (1989), “la incertidumbre acerca del sentido y el valor de la modernidad deriva no sólo de lo que separa a naciones, etnias y clases, sino de los cruces socioculturales en que lo tradicional y lo moderno se mezclan”.

Con respecto a las entrevistas se evidenció que el consumo de estas prendas se lo da únicamente con fines estéticos, impuestos por las tendencias de moda, mas no implica el uso consiente de los elementos que sería la difusión cultural respondiendo una identificación de tipo étnica, el mayor grupo social, consumidor de esta tendencia son los jóvenes/adultos. En Chimborazo desde la misma cultura originaria que es el pueblo milenario Kacha de la Nación Puruwá, actualmente se han perdido las costumbres y tradiciones al momento de vestir, por ello existe una pérdida de identidad desde la cultura originaria.

## CAPÍTULO V

### 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Conclusiones

De acuerdo a los datos obtenidos en las entrevistas realizadas a la diseñadora de modas y a la psicóloga clínica sobre el tema de investigación planteado, presentaron que la simbología étnica – artesanal en las prendas de vestir se utiliza netamente con fines estéticos y por sentirse aceptados en los grupos sociales, mas no por el significado real de la cultura originaria, ya que según los resultados establecidos de las encuestas aplicadas se evidencia como resultado que el 48% de los encuestados considera que los atuendos de vestir se los lleva por moda o estética, el 30% considera que los atuendos se los lleva por significado cultural. Por otro lado, se muestra como dato estadístico que el 56% de encuestados afirman que la globalización y los avances tecnológicos han influido en la percepción de los individuos al momento de decidir que atuendo llevar.

Los factores que determinan la introducción del diseño étnico – artesanal son la globalización y los avances tecnológicos, las raíces culturales se van perdiendo desde las mismas etnias, las sociedades con el paso del tiempo generan nuevas necesidades desarrolladas por un mundo globalizado, las cuales deben ser cubiertas con los avances tecnológicos, por ello existe una pérdida de identidad cultural desde la misma cultura originaria cambiando sus convicciones, costumbres y tradiciones entre ellas la estructura de la forma al momento de vestir, según los resultados establecidos de las encuestas aplicadas se evidencia que el 43% de encuestados considera que la globalización y los avances tecnológicos son los factores que han influido en los cambios culturales, mientras de 29% considera que los cambios culturales se deben solo a los avances tecnológicos y el 28% de la población considera que estos cambios se dan únicamente por la globalización.

Según los datos obtenidos de las entrevistas a las especialistas sobre el tema de la investigación dio como resultado que los individuos al momento de vestir lo hacen no por convicción propia sino en el lado cognitivo por sentirse aceptados dentro de grupos sociales, además por seguir las tendencias de modas impuestas por una sociedad de consumo dejando de lado el significado cultural real del atuendo que lucen ; lo que nos lleva a identificar que es necesaria la implementación de un complejo virtual para difundir el significado cultural de tras de cada prenda de vestir con iconografías étnicas – andinas.

## **5.2 Recomendaciones**

Se recomienda que las marcas de atuendos de vestir dedicadas al comercio del estilo étnico artesanal, informen a los consumidores sobre el significado cultural de cada figura plasmada en sus colecciones a través de sus redes sociales o creando pequeñas leyendas en la marca de la misma prenda, pues según los resultados obtenidos de los encuestados el 38% tiene bajo conocimiento sobre la simbología que se encuentra en las prendas de vestir.

Se sugiere que los medios de comunicación al momento de difundir las marcas que se dedican al comercio de las prendas con diseños étnicos – artesanales, informen a los públicos el significado cultural real de tras de cada prenda no únicamente el valor estético, además que varias empresas que realizan este tipo de productos son de manera artesanal, con mano de obra autóctona de cada pueblo, utilizando implementos netamente originarios de la región lo cual sería darle un valor agregado al producto.

Se recomienda que la página web sea observada y valorada por los docentes de la carrera de Comunicación Social el mismo que estará sujeto a cambios que proporcionen su mejoramiento.

## CAPÍTULO VI

### **6. PROPUESTA**

PROPONER LA CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB, PARA QUE LA SOCIEDAD TENGA CONOCIMIENTO ACERCA DE LA SIMBOLOGÍA DEL DISEÑO ÉTNICO – ARTESANAL EN LA VESTIMENTA.

#### **PROPUESTA:**

Elaboración de un producto comunicacional; donde se contemple temas sobre la simbología del diseño étnico – artesanal.

#### **Introducción**

La cultura a medida que pasa tiempo ha cambiado su estructura originaria por varios factores como el desarrollo tecnológico que trae consigo cambios en los medios de comunicación y por lo tanto influenciando el pensamiento del individuo. La moda étnica nace en Europa y se propaga a todo el mundo a través de los medios de comunicación en especial el internet y sus redes sociales creando una aculturación en la percepción de los individuos al momento de vestir, dejando de lado el significado de la cultura originario por uno netamente estético.

Según los datos recopilados y resultados obtenidos sobre el tema de investigación desarrollado, se plantea la elaboración de una página web que abarque temas sobre la simbología étnica – artesanal en la vestimenta.

#### **Objetivo de la propuesta**

Elaborar un producto comunicacional digital: página web donde abarque temas sobre la simbología del diseño étnico – artesanal en la vestimenta.

## **BIBLIOGRAFÍA:**

- Alsina, M. R. (2001). Teorías de la comunicación Ámbitos, Métodos y perspectiva. España: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Barbero, J. M. (2008). Desde la comunicación y los estudios culturales a la emergencia de una nueva sociedad y sensibilidad valorativa. Madrid, España: Anthropos: huellas del conocimiento.
- Cabrera, F.; E, J.; Marín, M. A. y Rodríguez, M. (2000): Diagnostico a la identidad étnica y la aculturación. En VV. AA. La construcción de la identidad en contextos multiculturales, Madrid. Ministerio de Educación y Ciencia.
- Eco, U. (1975). Tratado de semiótica general: Tercera edición. Barcelona: Lumen.
- Eco, U. (1972). La Estructura Ausente: Introducción a La Semiótica. Barcelona: Lumen.
- Entwistle, J. (2002). El Cuerpo y La Moda: Una visión sociológica. Barcelona: Paidós Contextos.
- Escandell V. M. (2014). La comunicación. Lengua, cognición y sociedad. Madrid: Akal.
- Estermann, J. (2006). Filosofía andina. Sabiduría indígena para un mundo nuevo. Central Graficas s.r.l., La Paz-Bolivia.
- García C, N. (1995). Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. México: Grijalbo.
- Godart, F. (2012). Sociología de la moda. Buenos Aires: Edhasa.
- Hall, S. (2003). Quien necesita identidad: Cuestiones de identidad cultural. Buenos Aires: Amorrortu.
- León, A. (2014). Territorio y Gobierno Comunitario. Empresdane Gráficas Cía. Ltda: Ecuador.
- Malo, G, C. (2006). Arte y Cultura Popular: Segunda Edición. Cuenca: CIDAP.
- Mattelart, Armand y Michèle Mattelart. (2001) Historia de las teorías de la comunicación, Ediciones Paidós Ibérica, S.A., Barcelona.
- Martínez, B, A. (2006). La difusión de la moda en la era de la globalización. España: Universidad de La Coruña. Facultad de Sociología.
- Milla, V. (2008). Génesis de la cultura andina. Lima-Perú: Fondo editorial CAP.
- Pérez R, J.A. (1962) Diccionario de símbolos y mitos: Las ciencias y las artes en su expresión figurada. Madrid: Tecnos.
- Real Academia Española (2016). Diccionario de la lengua española. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=A58xn3c>
- Serrano, M., Piñuel, J., Gracia, J., & Arias, M. A. (1982). Teoría de la comunicación. I. Epistemología y análisis de la referencia (Segunda ed., Vol. VIII). Madrid: Cuadernos de la comunicación.

## Webgrafía

- Arévalo, J. M. (2010). El patrimonio como representación colectiva. La intangibilidad de los bienes culturales. *Gazeta de Antropología*. Recuperado de: [http://www.ugr.es/~pwlac/G26\\_19Javier\\_Marcos\\_Arevalo.html](http://www.ugr.es/~pwlac/G26_19Javier_Marcos_Arevalo.html) .

-Solís, P. (2009). *Semiótica. Signos y mapas conceptuales*. Contribuciones a las Ciencias Sociales, Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/cccss/04/gaps2.htm>

-Osorio, Francisco. *La Semiótica de la Cultura*. Recuperado de: <http://oraloteca.unimagdalena.edu.co/wp-content/uploads/2012/12/La-Semi%C3%B3tica-de-la-Cultura-FranciscoOsorio.pdf>

- Estermann, José. (2006). *Filosofía andina. Sabiduría indígena para un mundo nuevo*. Central Graficas s.r.l., La Paz-Bolivia. Recuperado de: <https://es.scribd.com/doc/296335036/Estermann-Josef-Filosofia-Andina>

-Constitución de la Republica de Ecuador (2008. Recuperado de: [http://www.inocar.mil.ec/web/images/lotaip/2015/literal\\_a/base\\_legal/A.\\_Constitucion\\_republica\\_ecuador\\_2008constitucion.pdf](http://www.inocar.mil.ec/web/images/lotaip/2015/literal_a/base_legal/A._Constitucion_republica_ecuador_2008constitucion.pdf).

## ANEXOS

- Cuestionario de la encuesta



Universidad Nacional de Chimborazo  
Carrera de Comunicación Social

### Encuesta dirigida a los habitantes de Riobamba

**Objetivo:** Determinar el grado de conocimiento sobre el significado semiótico de la simbología en el diseño Étnico – Artesanal en la vestimenta de los habitantes de Riobamba.

**Género:** M ( ) F ( )

1. ¿Considera usted que la vestimenta influye en la identidad cultural de los habitantes de Riobamba?

Mucho	
Poco	
Nulo	

2. ¿Cree que la forma de vestir es parte de la cultura de Riobamba?

Si	
No	

3. Considera que los atuendos de vestir se los lleva por:

Necesidad	
Moda o Estética	
Significado Cultural	

4. ¿Qué factores cree que han influido en los cambios culturales?

Globalización	
Avances tecnológicos	
Todos los anteriores	

5. ¿En qué nivel considera que la globalización y los avances tecnológicos han influido en la percepción de los habitantes de Riobamba para modificar su modo de vestir?

Alto	
Medio	
Bajo	

6. ¿Considera que el entorno social influye en la forma de vestir de los habitantes de Riobamba?

<i>Mucho</i>	
<i>Poco</i>	
<i>Nulo</i>	

7. ¿Cree que las culturas extranjeras han influido en la forma de vestir local?

Si de algún modo	
------------------	--

No de ninguna manera	
----------------------	--

8. ¿Qué grado de conocimiento tiene sobre la simbología del diseño Étnico – Artesanal, en las prendas de vestir modernas?

Alto	
Medio	
Bajo	
Nulo	

9. ¿Considera necesario conocer la simbología del diseño Étnico – Artesanal en la vestimenta moderna?

Si	
No	

10. ¿Considera usted que los colores y diseños en las prendas de vestir tienen un significado más allá de lo estético?

Mucho	
Poco	
Nulo	

11. ¿Sus conocimientos en el significado de la simbología ancestral plasmada en prendas de vestir que identifican a los Riobambeños es:?

Básico	
Intermedio	
Avanzado	
Ninguno	

12. ¿Considera necesario conocer el legado cultural de la simbología de Riobamba?

Necesario	
Innecesario	

13. Identifique las simbologías que ud. ha visto en los diseños artesanales.

	
	
	
Ninguna	

14. ¿Utilizaría vestimenta con diseños étnicos artesanales que representan la cultura autóctona de Riobamba?

Si	
No	

## **Cuestionario de las entrevistas**

### **Diseñadora de Modas**

¿Qué es el diseño étnico artesanal, sus implicaciones y su uso?

¿De dónde proviene esta tendencia del diseño étnico artesanal?

Las sociedades tienden a transmitir información cultural desde espacios urbanos dominantes y en donde cada sociedad utiliza herramientas propias que le permitan reforzar su independencia y moderar el traspaso de información cultural proveniente de fuera ¿Cree que se ha creado una nueva cultura en el ámbito de vestimenta por influencias de culturas extranjeras fusionándose con culturas étnicas?

¿Cree que la moda urbana comienza a apreciar lo andino como mercancía con fines lucrativos o como elemento cultural con un trasfondo de difusión o revaloración de la cultura ancestral?

¿El consumo de estas prendas implica el uso consiente de estos elementos con fines específicos de difusión cultural respondiendo una identificación de tipo étnica o se trata simplemente del uso de vestimenta y accesorios con fines estéticos impuestos por las tendencias de moda?

¿Se ha creado una pérdida de identidad desde las mismas culturas de Chimborazo?

Desde el consumo se configuran sentidos de pertenencia a un mundo globalizado, esta pertenencia ya no se circunscribe a un territorio ni a una nación, y se refiere al uso de los medios de comunicación y bienes como los elementos que reconfiguran las prácticas socioculturales, ¿Cree que esta tendencia de moda étnica es una práctica sociocultural?

¿De qué manera cree que estos diseños impactan en la sociedad moderna?

¿Qué grupo social es el mayor consumidor de esta tendencia?

### **Psicóloga Clínica**

¿De qué manera el entorno influye en la percepción de una persona al momento de vestir?

¿La vestimenta es un medio para exteriorizar la personalidad e identidad, en el individuo?

¿Existe una relación entre la autoestima y seguridad del individuo con la forma de vestir?

¿Cree que la moda influye en el comportamiento de los individuos?

El consumo no solamente es el hecho de adquirir un bien sino también es una práctica social, ¿Cree que esto posee significados relacionados a la adquisición de identidades y de sentidos de pertenencia?

¿Por qué cree que se han dado estas influencias, tiene que ver con la identidad personal del individuo y al sentido de pertenencia al acervo cultural?