



espacio abierto

ESPACIO ABIERTO



Cuaderno Venezolano de Sociología



En foco:
**Sociología de las Redes Sociales y la
Comunicación Trans-mediática**

Auspiciada por la International Sociological Association (ISA),
la Asociación Latinoamericana de Sociología (ALAS)
y la Asociación Venezolana de Sociología (AVS)

Vol.28
Julio - Septiembre
2019

3



Valoración estética y vergüenza étnica: estudio psicosocial comparativo entre estudiantes universitarios (Ecuador-Venezuela)

*Luis Alberto D'aubeterre Alvarado**

Resumen

Este estudio analiza comparativamente la construcción discursiva de la vergüenza étnica local mediante la valoración/preferencia estética de estudiantes universitarios de Educación ecuatorianos (Universidad Nacional de Educación) y venezolanos (Universidad Nacional Experimental de Guayana), de 5 pares de fotografías proyectadas con personajes femeninos/masculinos seleccionados de afiches publicitarios e Internet, presentando rasgos étnicos indígenas (Estética “Folklórica”), criollos-mestizos (Estética “Criolla”) y anglo-europeos (Estética “Internacional”). Metodología: se proyectaron 5 pares de fotografías: Estudiantes, Parejas, Familias, Chicas y Chicos. Cada participante decidió: “Me gusta” / “No me gusta” y escribió adjetivos calificativos. Participantes: N=80 estudiantes voluntarios mixtos (40 venezolanos y 40 ecuatorianos). Resultados: marcada diferencia valorativa entre estudiantes sugiere mayor construcción discursiva de la vergüenza étnica en estudiantes venezolanos sobervalorando preferencialmente la estética “internacional”, mientras que los ecuatorianos valoraron alternativamente las tres estéticas.

Palabras Clave: Valoración estética; vergüenza étnica; estudiantes universitarios; Educación.

Recibido: 18-10-2018 / Aceptado: 06-06-2019

* Universidad Nacional de Educación. Azogues, Ecuador.
E-mail: luis.daubeterre@unae.edu.ec, ldaubete@gmail.com

A esthetic valuation and ethnical shame: a psychosocial study between Ecuadorian-Venezuelan students.

Abstract

This paper analyses comparatively the discursive construction of local ethnical shame through the aesthetic valuation from university's Ecuadorian and Venezuelan students of Education (Universidad Nacional de Educación/Universidad Nacional Experimental de Guayana). It is related to 5 photographs pairs with female/male characters, selected from local advertising posters and Internet which exposed: indigenous, creole-mestizo and Anglo-European ethnical features ("Folk", "Creole" and "International" Aesthetics respectively). Methodology: 80 mixed volunteer participants (40 Venezuelans and 40 Ecuadorians), decided on projected photographs pairs: "I like"/ "I don't Like" over themes: Students, Couples, Families, Girls and Boys. Then they wrote as many adjectives as possible. Results: remarkable differences on aesthetical valuation between participants allow interpret a high ethnic shame discursive construction shared by Venezuelans who systematically over valued "International" Aesthetic whereas Ecuadorians alternatively valued every aesthetics.

Keywords: A esthetic valuation; ethnical shame; Ecuadorian-Venezuelan students.

Introducción

En los espacios urbanos tanto de Cuenca¹ (Ecuador), como de Ciudad Guayana (Venezuela), en los últimos 5 años se han mostrado imágenes en afiches publicitarios poco comunes. Lo extraordinario de estos carteles es que: a) en Ciudad Guayana²

- 1 Santa Ana de los Cuatro Ríos de Cuenca, ubicada en el centro austral de Ecuador, capital de la Provincia del Azuay. La cruzan cuatro ríos: Tomebamba, Tarquí, Yanuncay y Machángara. Su Centro Histórico fue declarado Patrimonio de la Humanidad (UNESCO,1999). Llamada la Atenas del Ecuador por su arquitectura, diversidad cultural y aporte a las artes, ciencias y letras ecuatorianas. Su paisaje urbanístico mantiene armonía con el entorno geográfico andino. Posee una rica herencia étnica y cultural: cañari, inca, española y, en menor proporción, africana. Entre 500 d.C. -1500 d.C. fue un centro señorial importante de la cultura Cañari. Fundada en 1557, s la tercera ciudad más importante del Ecuador (329.928 habitantes), después de Guayaquil y Quito.
- 2 Ciudad Guayana; urbe industrial planificada en Venezuela durante los años '60 por el Massachusetts Institute of Technology, Harvard University y la Corporación Venezolana de Guayana (CVG), para un

presentaron personajes masculinos, femeninos, jóvenes, adultos, ancianos y niños, que tienen rasgos comunes y corrientes, parecidos a los de cualquier viandante o ciudadano en cualquier ciudad venezolana, b) mientras que, en Cuenca, se mostraron personajes con rasgos indígenas, muy semejantes a la gente que circula en las calles ecuatorianas. Esto puede parecer algo obvio, evidente o banal en cualquier país del primer mundo. Por ejemplo, en Francia, la casi totalidad de los afiches publicitarios muestran personajes que inmediatamente serían reconocidos como franceses. Lo mismo ocurre con la publicidad en España, Holanda, Inglaterra o en los EUA, independientemente que haya personas “de color”. En otras palabras, a menos que se trate de un producto-tema exótico, la ambientación publicitaria al igual que las imágenes de los personajes que se publicitan, suelen ser propios del país. Sin embargo, en Venezuela y Ecuador la tradición publicitaria de los afiches se ha especializado en construir escenarios “ideales”, mediante una estética de “clase media-alta” (Fotos-Afiches 1 y 2), cuyos modelos tienen una peculiar etnicidad sofisticada que, por lo general, los distancia mucho del común de los ciudadanos de ambos países (mayoritariamente mestizos) y también, en algunas regiones, indígenas o afrodescendientes. La Foto-Afiche 2 muestra la imagen publicitaria de personajes venezolanos criollos-mestizos; y eso es lo sorprendente, ya que, por lo general, la estética convencional de las grandes empresas que elaboran la publicidad nacional ha estado plegada a un canon de belleza foránea (aunque los modelos sean nativos), sus personajes parecen ser: italianos, españoles, franceses, nórdicos, norteamericanos y muchas veces, ni siquiera se trata de fotografías elaboradas en el país, sino de promociones internacionales en español, la mayoría de las veces, provenientes de los Estados Unidos de Norteamérica. Este curioso fenómeno visual que pauta los recorridos cotidianos de la ciudad y que, desde hace décadas, se integra al imaginario local, genera una serie de interrogantes respecto a su intencionalidad y sus efectos psicosociales y semiológicos en los ciudadanos que lo perciben.

.....

megaproyecto estatal cuyo objetivo fue crear un “polo de desarrollo”, mediante un emporio siderúrgico e hidro-energético. Se integró en 1960 sobre una división territorial impuesta por el río Caroní en la confluencia con el Orinoco y constituye una contrastante dualidad estético-urbana y socio-cultural entre: el sector Oeste (Puerto Ordaz, que nació a lo largo de la margen norte del Río Caroní, donde se asentaron a principios de los '50 las primeras residencias, o « campos » de la compañía norteamericana Orinoco Mining Company; luego se fueron sucediendo las ampliaciones con las áreas de Alta Vista, Unare, Matanzas y Cambalache), en espacio planificado y construido como una ciudad moderna y eficiente, atractiva para cuadros técnicos y gerenciales de la CVG, El sector Este se estableció al lado sur del río Caronlí (San Félix, pueblo tradicional fundado en 1724, cuya expansión a partir de los '60 se debió a invasiones de terrenos por personas provenientes de estados vecinos, aportando mano de obra para la construcción y puesta en marcha de las empresas del Holding CVG). En conjunto, Ciudad Guayana tiene una población de 751.331 hab.



Foto-Afiche 1 (Autor, 2015) estética publicitaria convencional. Ubicación: Puerto Ordaz, Av. Atlántico c/c Av. Circunvalación. Sector Unare 1. Afichado entre noviembre 2014- febrero 2015.



Foto-Afiche 2 (Autor, 2015): estética publicitaria inusual. Ubicación: Puerto Ordaz, Av. Guayana, frente Aeropuerto Internacional Manuel Piar. Sector Unare 2. Afichado entre diciembre 2014- marzo 2015.



Foto-Afiche 3 (Autor, 2016) estética publicitaria convencional. Ubicación: Mall del Río. Cuenca Ecuador. Afichado entre agosto-septiembre 2016



Foto 4. Imagen descargada de Internet. Familia extendida Tradicional kichwa. Ecuador. (Septiembre 2016). <https://www.google.com.ec/search?q=Imágenes+de+>

Como puede apreciarse en estas fotografías, se proponen dos modelos de familia cuyos rasgos étnicos permitirían identificar, por un lado, una “estética internacional” aplicada a la publicidad convencionalmente elaborada por las agencias nacionales (Fotos 1 y 3): sus personajes parecen extraídos de alguna serie de TV norteamericana o europea, lo cual contrasta con las estéticas “criolla” y “folklorica” locales (Fotos 2 y 4), mostrando personajes mestizos e indígenas, respectivamente, que sugieren una cierta venezolanidad o una ecuatorianidad común y corriente, reforzadora de la Nostredad local.

Algunos presupuestos teóricos asumidos

La perspectiva epistemológica trans-disciplinaria asumida en esta investigación implica la complejidad multicausal (Morin, 1998; Lucero y Montanero, 2008), de los eventos que acaecen simultáneamente en un mismo tiempo-lugar específico, en función de una semiosis social propia (Verón, 1996), que condiciona el aprendizaje social informal de los ciudadanos y nutre su sentido común. Entre los presupuestos teóricos asumidos, tenemos los siguientes: a) Toda imagen es polisémica: implica una serie de significados (ora contradictorios, ora convergentes), de los cuales el espectador-intérprete puede percibir

conscientemente algunos e ignorar otros. Dicha polisemia da lugar a una interrogación sobre el sentido, que aparece siempre como una función latente, aun cuando las personas interpreten-entiendan esta función bajo la forma de una comprensión “natural” y “espontánea” del mundo. La semiología de la imagen parte del principio según el cual es posible analizar la imagen como un discurso, en la medida que toda imagen plantea una cadena de significantes que suponen un relato posible: descripción(es), sujeto(s), acción(es) (Parra, 2014). Sugiere un evento, la ocurrencia de hechos en algún contexto (social, político, histórico, económico); inclusive cuando se trate de una imagen-ficción. Desde la perspectiva semiológica (Barthes, 1970), al analizar: encuadre, posición espacial, ubicación de elementos simbólicos, gráficos, textos, fotografía o imagen en general; es posible establecer redes semánticas: prioridades, acentos, intenciones no explícitas, en función de una semiosis social específica de un tiempo-lugar, pero que hoy día es también globalizada y transmedia. Es decir, la imagen constituye una matriz de significaciones que cada contexto cultural, sociedad, etnia, pueblo o grupo minoritario, elabora y transforma a lo largo de su historia, pero que, en el preciso momento del aquí y ahora, tienen una particular carga semántico y también emocional para el sujeto perceptor-intérprete quien, además, desde hace al menos dos décadas, está más o menos interconectado a las redes sociales y a los servicios de Internet, lo cual complejiza y dinamiza, desubica y problematiza la noción de lo “local”.

b) El imaginario es una dimensión social fundacional de la realidad humana que supone la capacidad de invención de formas y sentidos que permiten instituir relaciones de orden y des-orden distintas a las que existen en la naturaleza. El imaginario no es opuesto a lo real, sino la condición misma de su posibilidad (Randazzo, 2012), en tanto integra aspectos intangibles (imágenes, representaciones, metáforas, ideales, utopías, deseos, entre otros), de la realidad social compartida por un colectivo humano determinado. El imaginario colectivo ha sido definido como un magma de significaciones fundamentales y fundadoras de significación (Castoriadis, 1983). Entender el imaginario colectivo supone, no solamente referirse a las imágenes públicamente compartidas, en tanto representaciones posibles del mundo, significa también referirse a la cristalización de aspectos que, si bien son significativos, no toman como anclaje la lengua, el signo lingüístico, sino que se iconizan. El imaginario en tanto se afianza, se configura en íconos: imágenes de diverso género (acústicas, ópticas, cenestésicas), constituyendo una opción social para estructurar al mundo sin la palabra. En este sentido, el imaginario implica un nivel de significación abstracto, distinto al discurso y a la enunciación. No obstante, para describir lo imaginario y comunicarlo se requiere del lenguaje: entonces, se inventan las metáforas del mundo (Lizcano, 2006).

c) El discurso se concibe como una práctica psicosocial y cultural de tipo *fundacional*: funda la realidad de la cual habla, pero ello no implica reducirla a lo que el discurso dice de ella. Se asume la definición de Parker (1992:5): “un discurso es un sistema de afirmaciones que construye un objeto”. Los objetos que construye el discurso pueden ser personas, animales o cosas, masculinos o femeninos: éstos serían categorías discrecionales para configurar el tipo de realidad discursiva que se requiere en un momento determinado. Muchos de los objetos del discurso no tienen existencia fuera de la discursividad, en tanto

dimensión simbólica compleja (psicosocial-antropo-histórico-lingüística), fundada por las múltiples prácticas discursivas confeccionadas por la gente, las instituciones y los medios de comunicación. En este sentido, cada contexto discursivo o de habla, propicia la elaboración de afirmaciones acerca de lo que las personas consideran (adquieren-aprenden, expresan y reproducen) como “ideas ciertas/ correctas” sobre el mundo, en las cuales creen de forma más o menos consistente y que llegan a constituir un sistema de creencias, que van Dijk (2005) define de manera general, como “ideologías”, que implican una articulación básica entre discurso, cognición y sociedad.

d) El sentido común se define (en tanto proceso-producto de hermenéutica social), como una comunidad de sentidos semánticos elaborados, compartidos, reinventados por un grupo humano que posee tanto lengua, como historia y territorio propios, permitiéndole otorgar sentido a la vida cotidiana de la gente, en un tiempo-lugar histórico determinado que hoy día está atravesado por los efectos de inmediatez, simultaneidad, ubicuidad y deslocalización que imponen las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). D’aubeterre (2014: 43), define el sentido común como “una dimensión trans-discursiva cargada de toda la sedimentación de sentidos que las palabras y las expresiones populares han ido y continúan atesorando, adecuando y transformando a lo largo de la historia de la lengua y hablas de cada sociedad”, asimilando y adaptando materiales tan diversos como: afirmaciones oficiales, juicios y dogmas teológicos, saberes (instituidos, difusos, legales, proscritos), historia (oral y oficial), chistes, juegos, chanzas y chismes, informaciones de noticieros, canciones de moda, videoclips, propaganda política, mensajes publicitarios, *hashtags* de las redes sociales, etc. Esta definición supone que las prácticas psicosociales de percepción, comunicación y elaboración de conocimientos por parte de las personas, no se produce “*al vacío*”, sino por el contrario: individuos, grupos, *mass-multimedia* e instituciones, despliegan una profusa actividad productora de *objetos intangibles* (significaciones, ideas, creencias, representaciones, afectos, mitos, valores, fantasmas, imágenes, ideología, etc.), vehiculados discursivamente, recurriendo a variadas estrategias retóricas (a menudo contradictorias), con la intención de dar coherencia, credibilidad y consistencia a la realidad misma que se está conformando: colectiva e individualmente.

e) Identidades Sociales: estas se abordan a partir de la diada conceptual: Nostredad-Otredad, en tanto procesos-productos de confección colectiva de tejidos semánticos (narrativas), que permiten delimitar las vestiduras identificatorias tanto del grupo de referencia (Nostredad), del cual se nutre el Yo discursivo del sujeto, como también la alteridad: aquel “Otro-diferente-que-yo” (Otredad), cuya externalidad se opone como ajeno, extraño, impropio (D’aubeterre, 2014). Nostredad y Otredad forman parte del sentido común colectivo y pre-existen histórica y culturalmente al individuo, pero se reelaboran y modifican en las producciones discursivas cotidianas de la gente, como experiencia de límites que garantizaría a cada cual, ocupar un lugar identitario relativamente estable dentro de las movilizadas relaciones psicosociales de conflicto, empatía, colaboración, rechazo, atracción, solidaridad, agresión, etc., que individuos y grupos, ponen en juego. Las producciones discursivas que configuran las identidades sociales, se dan a partir de las prácticas de habla cotidianas que, al referirse a los Otros (Otredad, por ejemplo: “la gente de la Sierra”, “la gente de la Costa”) o al Nosotros (Nostredad, por ejemplo: “los cuencanos

somos...”, “los venezolanos somos...”), circulan, enriquecen, transforman progresiva e históricamente, las diversas identidades que existen dentro de un colectivo, en un determinado momento de su historia local o nacional. En este sentido, las identidades sociales son productos/procesos dinámicos, cambiantes, con profundo anclaje histórico, socio-político, cultural, específicas de cada mundo de vida particular.

f) Vergüenza étnica. En psicología y psicoanálisis (Freud, 1995; Piaget, 1983; Kohlberg, 1981; Erikson, 1971; entre otros), se afirma que el aprendizaje de la vergüenza forma parte del proceso educativo civilizatorio que, desde muy temprana edad, la sociedad occidental adulta impone al niño como parte de su experiencia de límites acerca de la conducta socialmente permitida o moralmente reprobada. Es decir, la vergüenza constituiría un logro de la socialización temprana que propende al auto-control del individuo, así como a la internalización de normas y pautas ético-morales instituidas culturalmente (Super-Yo, como instancia inconsciente freudiana, o asimilación de reglas morales según Piaget). En cuanto al término “etnia”, no es un concepto claro y unívoco. Según Mires (1991), su evolución histórica ligada a los inicios de la etnología y la antropología del siglo XIX, la articulaba con la noción de raza, cuyo substrato biológico “objetivo” resultaba indispensable para la racionalidad legitimadora del discurso ideológico colonialista del expansionismo capitalista inglés, francés y europeo de la época: “las etnias se asimilaban al color de los cabellos, o de los ojos, o de la piel; a las estaturas y forma de los cráneos.” (Mires, 1991:19). De acuerdo con Bonfil (1981:24), “La identidad étnica es un fenómeno histórico, una dimensión de la realidad social con aplicaciones y determinaciones profundas”. En este sentido, para autores como Theodorson y Parsons, (citado por Sánchez, 1986:34), “la etnia se diferencia respecto a la “sociedad global” por rasgos de identidad que tienen o creen poseer”. Esto implica que, en las ciencias sociales contemporáneas, la noción de etnia ha ido despojándose de la supuesta objetividad orgánica que lo arraigaba en una biotantropometría, que “saltaba a la vista”, gracias a la raza del Otro exótico, evidenciándose en los colores de piel, textura y forma del cabello, tipo de cráneo, rasgos fisionómicos, etc. Al respecto, Mires (1991:20) concluye que:” La etnia es, por un lado, una realidad histórica que es construida por sus propios actores” (...)”la etnia es también una práctica. Pero, por otro lado, es una invención teórica de los etnólogos, vale decir, una *entelequia*”. En cuanto a la vergüenza étnica, Rivero, Vidal y Barzó (2002:78), la definen como un “proceso de desarraigo que padecen algunos individuos o grupos humanos por pertenecer a grupos étnicos sometidos a procesos de discriminación racial, social y cultural por parte de la sociedad dominante”. Lo cual introduce de plano, la dimensión socio-política dentro de la cual este fenómeno se produce, enfocado desde una tradición sociológica marxista, que implica considerar las relaciones de dominación y conflicto entre clases, grupos o sociedades, (subrayando en este caso, las relaciones de dominio y discriminación racial y socio-cultural), que una sociedad dominante y mayoritaria, impone a los grupos étnicos minoritarios.

Partiendo de los trabajos clásicos realizados sobre Identidad y el “carácter nacional” de Salazar (1988, 1994) y Montero (1984), sobre ideología e identidad nacional, entendemos que la vergüenza étnica en Venezuela es producto de un largo, complejo y contradictorio proceso histórico psico-socio-político que ha permitido construir prácticas reales, simbólicas

e imaginarias racistas que se han ido transformando, enriqueciendo y reconfigurando en el sentido común de los venezolanos, masificándose a través de dispositivos de comunicación social en los cuales fluyen narrativas acerca de la superioridad moral, ética, cognoscitiva y estética de un Alter-ego europeo-norteamericano, en detrimento de las poblaciones mestizas, afrodescendientes e indígenas, asociadas a: fealdad, pobreza, incapacidad, flojera, inmoralidad, irresponsabilidad, delincuencia, entre otros atributos negativos. Con lo cual se estructuran discursos ideológicos (van Dijk, 2005) que legitiman las desigualdades sociales, el prestigio de grupos minoritarios poderosos, el limitado ascenso social de grupos tradicionalmente excluidos, así como la idealización de atributos éticos y estéticos de la Otredad foránea, que impactan la construcción de identidades sociales y subjetividades locales.

Estudios psicosociales recientes sobre la emergencia de nuevas identidades sociales de pueblos indígenas ancestrales (Aymara, Quichwa, Mapuche), realizados en Chile y Ecuador (Zañartu, Aravena, Grandón, Sáez y Zañartu, 2017; Páramo, 2008; Zambrano y Pérez-Luco, 2004), coinciden en que la valoración social de los atributos que tiene el grupo dominante es fundamental para la generación y transmisión del proceso de identificación social. La identidad se manifiesta a través de un discurso que incluye un sistema de ideas o creencias que pueden estar superpuestas o incluso mostrarse paradójales, en tensión o franco conflicto entre el individuo y el grupo socialmente dominante.

En este estudio, se propone entender la vergüenza étnica, como un proceso-producto complejo y contradictorio que supone un sentimiento de inferioridad, minusvalía, pena y fealdad, asociado a una auto-imagen negativa y a la insatisfacción psicosocial y cognitivo-emocional que un grupo o individuo tiene para consigo mismo y para con sus semejantes.

Sobre la Metodología

El diseño de investigación de este estudio psicosocial fue de campo, de tipo interpretativo-comparativo, empleando un dispositivo metodológico que consistió en lo siguiente: a) se diseñó una presentación Power Point con 5 pantallas, cada una contentiva de un par de fotografías temáticas, estéticamente contrastadas, numeradas (1, 2) e identificadas con los siguientes Temas: “Estudiantes”, “Parejas”, “Familias”, “Chicos” y “Chicas”. Cada fotografía fue intencionalmente seleccionada de acuerdo a tres tipos de Estéticas: “Internacional”, “Criolla” y “Folclórica”³. b) Luego de cada proyección de pares fotográficos durante dos

- 3 La decisión arbitraria de designar estos tres tipos de Estéticas: “Internacional”, “Criolla” y “Folclórica”, responde a una convención de uso cotidiano y de semántica del sentido común de estos términos empleados en Venezuela y Ecuador. “Estética Internacional” apela a la experiencia mediática de lo “bello-deseable-foráneo” de la alteridad que nos llega desde el prestigio de los países del “Primer Mundo” (principalmente de USA y Europa). “Estética Criolla” se refiere a las ideas y representaciones de lo “bello-deseable-nacional”, relacionado a la experiencia real, simbólica e imaginaria que los medios de comunicación social publicitan sobre los modelos de mestizaje (“blanqueamiento”), históricamente promovidos por Bolívar (González, 2009) y posteriormente encarnados por los grupos sociales de poder-prestigio político-económico en Venezuela y Ecuador. Mientras que la “Estética Folclórica” concierne el sentido de lo “bello-deseable-

(2) minutos, los participantes voluntarios (estudiantes), tuvieron dos (2) minutos para escribir en un formato de respuestas previamente distribuido, su preferencia estética para cada fotografía, colocando una "X" en un recuadro correspondiente a una de dos opciones: "Me gusta"⁴ o "No me gusta" y c) escribieron su valoración estética de las imágenes, en varias líneas con los adjetivos calificativos que se les ocurriese. Este procedimiento se repitió con cada par de fotografías temáticas proyectadas. Los criterios de selección de las fotografías fueron los siguientes: 1) éstas debían corresponderse con alguno de los cinco temas previamente establecidos ("Estudiantes", "Familias", "Parejas", "Chicas" y "Chicos"), en función de sus potenciales cualidades proyectivas y de empatía emocional con los participantes. 2) Las fotografías de cada par debían ser lo más equilibradas posible en: número, composición escénico-espacial, elementos del entorno, entre otros aspectos iconográficos. 3) Los personajes de las fotografías debían tener rasgos étnicos marcados (indígenas, criollo-mestizos y anglo-europeos), fácilmente identificables y diferenciables por los participantes. De un total de 200 fotografías tomadas directamente de afiches publicitarios locales y de Internet, tres (3) psicólogos voluntarios, profesores de la UNAE, seleccionaron consensuadamente diez (10) imágenes, las cuales se distribuyeron en cinco (5) pares fotográficos de acuerdo a los Temas establecidos y siguiendo los criterios antes descritos.

Los participantes voluntarios del estudio (N total=80 [N1=40+N2=40]), fueron jóvenes estudiantes universitarios del 3er semestre de la Carrera de Educación, de ambos sexos (Femenino=30 y Masculino=10), edad promedio 20 años, todos de tipo étnico criollo-mestizo⁵, pertenecientes al estrato socio-económico medio y medio-bajo, todos

nacional-típico" desde la perspectiva del "acervo" y los saberes-sensibilidades que constituyen la cultura de los pueblos y grupos étnicos primigenios que, en Venezuela, alude a una representación idealizada de lo "popular-tradicional-rural", mientras que en el Ecuador, está más bien referido a lo "bello-deseable-nacional-indígena", propio de los pueblos y nacionalidades de las tres regiones del país: Sierra, Costa y Amazonía, pero con una predominancia nacional de la cultura (tangible e intangible) del pueblo y lengua Kichwa.

- 4 "Me gusta" / "I like", es la expresión convencionalmente empleada en todas las redes sociales, para que el cibernauta-usuario exprese de forma plana, sin explicaciones ni argumentos, su agrado, aprobación o apoyo hacia algún mensaje de texto, voz o imagen propuesto por otro usuario. Su uso responde a una lógica comunicacional inmediata, sin retórica, pretendiendo omitir la polisemia que siempre opera en todo intercambio simbólico. Por esta razón de uso cotidiano masivo, tan familiar para los jóvenes participantes, se decidió emplear esta expresión, complementándola con su opuesto: "No me gusta".
- 5 El origen del término "criollo" proviene del Portugués (*criuolo*, del verbo criar) y se usaba para designar a los europeos nacidos en América durante el período Colonial (s. XVIII). Actualmente, "criollo" es usado en Venezuela y Ecuador para significar a "aquel que es de nuestra tierra". Es un término inclusivo aplicado a todos los ciudadanos sin importar su región de origen. Lo «criollo» sería un atributo nacional identitario que supone orgullo patrio porque, históricamente, implicaría vínculos y herencia de la gesta independentista latinoamericana. Asimismo, forma parte del discurso ideológico republicano, americanista y libertario-igualitarista, que ha pretendido desaparecer las diferencias étnico- raciales y fundirlas en una única condición ciudadana. "Mestizo" es el término que el Imperio Español aplicó en el siglo XVI, para designar a la "casta" o "cruza" descendiente de progenitores blancos-europeos e indígenas de América, que formaban parte de la estratificación social basada una compleja jerarquía de razas, impuesta en sus colonias. Actualmente, en Venezuela el término mestizo se usa para describir a las personas descendientes

afirmaron ser propietarios de un teléfono celular y usuarios de redes sociales (Facebook, WhatsApp o Instagram). En el año 2015, se seleccionó una muestra intencional de estudiantes, universitarios de la Carrera de Educación Integral de la Universidad Nacional Experimental de Guayana (UNEG, Venezuela), mientras que, en el año 2016, se seleccionó otra muestra intencional equivalente de estudiantes de las Carreras de Educación Básica y Educación Inicial en la Universidad Nacional de Educación (UNAE, Ecuador). Se consideró pertinente trabajar con estudiantes de la Carrera de Educación de estos dos países ya que se están formando como futuros docentes de niños, adolescentes y jóvenes mestizos e indígenas, por ello importa conocer cuáles son sus valoraciones y juicios estéticos ya que éstos forman parte de los valores que podrían transmitir a sus futuros alumnos. Por otra parte, al momento del estudio (2014-2016), si bien ambos países tenían gobiernos “progresistas” que compartían la ideología del “Socialismo del Siglo XXI” y formaban parte del proyecto de integración político-económica de países latinoamericanos y caribeños “Alternativa Bolivariana para América Latina y el Caribe” (ALBA), en tanto propuesta de lucha contra la pobreza y la exclusión social; no obstante, los resultados socio-político-económicos en uno y otro país han sido muy diferentes.

Resultados obtenidos con estudiantes ecuatorianos (UNAE): valoración estética del Tema “Estudiantes”

Como puede apreciarse en los gráficos siguientes, las valoraciones y preferencias estéticas de los estudiantes ecuatorianos participantes del estudio, varían de forma muy marcada según cada Tema propuesto en los pares de imágenes que les fueron proyectados, en función de su escogencia dicotómica (“Me gusta” Vs. “No me gusta”) y de sus valoraciones cualitativas (adjetivos calificativos).

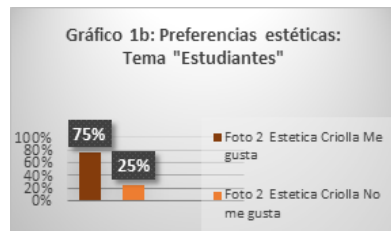
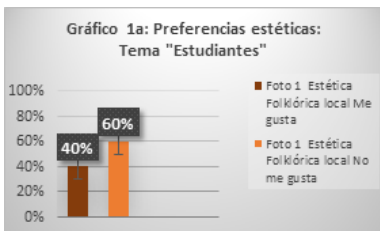
de padres o antepasados de dos o más etnias. En cambio, en Ecuador, la palabra “Mestizo” es tanto un término coloquial del sentido común, como un descriptor oficial empleado en el Censo de Población y Vivienda (INEC, 2010) para la auto-adscipción que el ciudadano debe hacer a un grupo étnico del país: “Mestizo, Montubio, Indígena, Afroecuatoriano, Blanco, Otro”.



Foto 1 Estética Folklórica



Foto 2 Estética Criolla



Estética Folklórica **Me gusta. Son...**

Estética Criolla **Me gusta. Son...**

Resp.

interculturalidad (7), diferentes (2), equitativos (2), inclusión (2), coloridos (2), agrupados (2), integrados (2), felices (2), rural (2), **alegres** (1), interesantes (1), diversidad (1), lucha (1), nuestras raíces (1), compañerismo (1), inclusivos (1), cultura (1), tradición (1), diversos (1), llamativos (1), creativamente vestidos (1), libres (1), inspiradores (1), igualdad (1), apropiados (1), bonitos (1), naturales (1), inocentes (1), campesinos (1), típicos (1), tiernos (1), iguales (1), pobres (1), rojos (1), con esperanza (1), inteligentes (1)

alegres (9), felices (8), sonrientes (3), amigables (2), cómodos (2), compañerismo (2), ciudadanos (2), tranquilos (1), uniformes (1), interesantes (1), unidos (1), en armonía (1), adecuados (1), reales (1), dulces (1), expectantes (1), blancos (1), muchos (1), costeños (1), actuales (1), dinámicos (1), libres (1), lógicos (1), entusiastas (1), con fortaleza (1)

Estética Folklórica **No me gusta. Son...**

Estética Criolla **No me gusta. Son...**

Resp.	aburridos (4), tristes (3), distraídos (3), serios (2), infelices (2), decaídos (1), sin gracia (1), abultados (1), asfixiantes (1), tensos (1), con miedo (1), inconformes (1),no hay interculturalidad (1), tradicionales (1), típicos (1), desunidos (1), indígenas (1), monótonos (1), repetitivos (1), preocupados (1), culturales (1), desordenados (1), desarreglados (1)	poco profundos (1), muy comunes (1), mestizos, sin interculturalidad (1), nerviosos (1), desordenados (1), tradicionales (1)
-------	--	---

Respecto al Tema Estudiantes (Gráfico 1a), la valoración positiva de la Estética Folklórica (Me gusta=40%), fue inferior al rechazo estético (No me gusta=60%). Sin embargo, hubo mayor cantidad de calificativos positivos que negativos: entre los primeros, se expresó 7 veces un nombre-cualidad clave en el discurso oficial de las instituciones públicas ecuatorianas: “Interculturalidad”⁶. Ello sugiere que una dimensión estética (y probablemente también ética) altamente valorada por los participantes del estudio la constituyen los símbolos y rasgos indígenas de los pueblos y nacionalidades que ahora son positivamente reconocidos por la Constitución del 2008, como parte integrante del Estado-Nación ecuatoriano. El Gráfico 1b muestra que hubo una preferencia por la Estética Criolla muy superior (Me gusta=75%), frente a la valoración negativa de este mismo Tema, expresado en la fotografía N° 2 (No me gusta=25%). Esta valoración estética positiva de los estudiantes ecuatorianos participantes podría sugerir mayor empatía-cercanía con sus “pares étnicos” mestizos. Aunque el mayor contraste valorativo de las imágenes se centra en lo emocional expresado en cada imagen: Foto 1 (Estética Folklórica), mediante adjetivaciones negativas repetidas: “aburridos, tristes, distraídos, serios, infelices, decaídos, sin gracia”, y la Foto 2 (Estética Criolla): mediante los adjetivos positivos reiterados: “alegres, felices, sonrientes, amigables”.

6 Desde finales del siglo XX, la Interculturalidad se ha constituido en un valor político-constitucional del Ecuador recogido en el Artículo 1 de la Constitución Nacional de la Republica (2008): “El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada”.

Resultados obtenidos con estudiantes venezolanos (UNEG): valoración estética del Tema “Estudiantes”

Seguidamente, los Gráficos 1a y 1b, muestran los resultados obtenidos con estudiantes venezolanos participantes del estudio sobre el mismo Tema (Estudiantes), indicando que la valoración-preferencia de la Estética Criolla (Me gusta=35%), fue muy inferior a su rechazo estético (No me gusta=65%), mientras que el Gráfico 1b muestra una valoración-preferencia de la Estética Internacional notablemente superior (Me gusta=90,5%), frente a un mínimo rechazo estético expresado respecto al mismo Tema (No me gusta=9,5%). Como se verá más adelante, esta tendencia a la sobre-valoración de las imágenes de la Estética Internacional en relación a la Estética Criolla, sugiere un deterioro importante en la autoimagen del endo-grupo que podría relacionarse con el deterioro general de la calidad de vida y de las condiciones socio-económico-políticas que la mayoría de los venezolanos comenzaban a experimentar de forma acentuada en estos años (2014-2015).



Foto 1. Estética Criolla



Foto 2. Estética Internacional

	Estética Criolla <i>Me gusta. Son...</i>	Estética Internacional <i>Me gusta. Son...</i>
Resp.	atentos (3), integrados (2), comunes (2), típicos (2), agrupados (2), populares (2), luchadores (1), buena gente (2), (1), vestidos formal (1), naturales (1), iguales (1)	alegres (9), felices (8), sonrientes (3), bellos (3), unidos (3), en armonía (3), modernos (3), amigables (2), ciudadanos (2), bien vestidos (1), parecidos (2), actuales (2), libres (1), animados (1),
Resp.	Estética Criolla <i>No me gusta. Son...</i> típicos (6), aburridos (4), tradicionales (4), humildes (3), tensos (1), sin gracia (1), conformes (1), monótonos (1), tranquilos (1), uniformes (1).	Estética Internacional <i>No me gusta. Son...</i> sifrinos (2), burguesitos (1).

La valoración negativa de la Estética Criolla expresada por los estudiantes venezolanos, indica un rechazo (65%), significativamente mayor respecto al de la Estética Internacional (9,5%). Discursivamente, dicho rechazo se concretó en reiteradas adjetivaciones

como: “típicos, aburridos, tradicionales, humildes, tensos, sin gracia”, mientras que la construcción discursiva de la preferencia Estética Internacional (90,5%), se expresó con atributos emocionales positivos muy repetidos: “alegres, felices, sonrientes, bellos, unidos, en armonía”. Es interesante notar que los únicos adjetivos negativos adjudicados a la imagen de “Estudiantes” de la Estética Internacional fueron “sifrinos” y “burguesitos”: dos calificativos ambiguos empleados como sinónimos en la jerga popular venezolana, para expresar la cualidad de personas ciudadinas que pertenecen (o aparentan pertenecer) a las clases socio-económicas poderosas del país, las cuales frecuentemente, tienen rasgos étnicos europeos y asumen actitudes, gestos y expresiones de: superioridad, engreimiento, autosuficiencia, desprecio por los demás, sobrevaloración de lo material, superficialidad, entre otros.

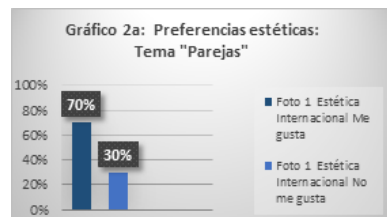
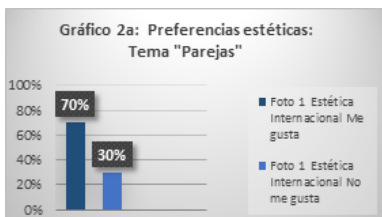
Resultados obtenidos con estudiantes ecuatorianos (UNAE): valoración estética del Tema “Parejas”



Foto 1 Estética Internacional



Foto 2 Estética Folclórica



	Estética Internacional Me gusta. Son...	Estética Folklórica Me gusta. Son...
Resp.	<p>apasionados (6), románticos (5), amor (4), bellos (3), estéticos (2), guapos (2), cariñosos (2), parecidos (1), modernos (1), estables (1), intensos (1), rico (1), hombre atractivo (1), pasajera (1), fingida (1), arriesgados (1), felices (1), confidentes (1), tiernos (1), sueltos (1), juveniles (1), enamorados (1), noviazgo (1), relacionados (1), naturales (1), contentos (1), de portada (1), creativos (1), expresivos (1), con aprecio (1), unidos (1), confiados (1), seriedad (1), amorosos (1), de publicidad (1), atractivos (1), bonito (1), en contacto(1), relajados (1).</p>	<p>reales (5), unidos (3), respetuosos (3), felices (3), amor (2), con amor (2), verdaderos (2), con cariño (2), comunes (2), con sentimiento (1), sinceros (2), sin retoques (1), clase media (1), cercanía (1), compren-sión (1), lealtad (1), pareja eterna (1), amigables (1), tiernos (1), tranquilos (1), maduros (1), naturales (1), apasionados (1), románticos (1), demostrativos (1), iguales (1), serios (1), se llevan bien (1), vida cotidiana (1), agradables (1), bonito (1), humildes (1).</p>
Resp.	<p>Estética Internacional No me gusta. Son... estereotipos (3), noveleros (2), fantásticos (1), irreales (2), ficticios (2), utópicos (1), de película (1), falso cariño (1), fingidos (1), falsa perfección (1), infelices (1), tristes (1), no sonríen (1), actores (1), sin amor (1), irreales (1), típicos (1), apariencia (1), ficción (1)</p>	<p>Estética Folklórica No me gusta. Son... serios (3), simples (2), molestos (2), alejados (1), anormales (1), no son nada (1), nerviosos (1), estáticos (1), infelices (1), tristes (1), no sonríen (1), descon-fiados (1), sin amor (1), humildes (1), obligados (1), sin estética (1)</p>

El Gráfico 2a muestra una importante diferencia entre la valoración-preferencia de la Estética Internacional relativa al Tema “Parejas” (Me gusta=70%), comparado con su rechazo estético (No me gusta= 30%). Es interesante la similitud entre estos resultados y los del Gráfico 2b, sobre la alta valoración de la Estética Folklórica (Me gusta=68%) y el mediano rechazo estético de los estudiantes ecuatorianos para el Tema “Parejas” (No me gusta=32%), implicando un equilibrio relativo en su valoración de ambas estéticas. Los resultados obtenidos en la valoración estética positiva que hicieron los 40 estudiantes ecuatorianos participantes del par de imágenes del Tema Parejas, indican una valoración muy semejante de ambas estéticas. Es interesante destacar que las adjetivaciones positivas más repetidas para la “Pareja” con Estética Internacional fueron: “apasionados, románticos, amor, bellos”, lo cual sugiere destacar su adecuación a una cierta representación idealizada y convencional (afiches publicitarios, telenovelas, películas, etc.), del amor romántico entre un hombre y una mujer físicamente jóvenes, sanos, limpios, bien vestidos y atractivos. En cambio, las adjetivaciones positivas más repetidas adjudicadas a la “Pareja” de Estética Folklórica fueron: “reales, unidos, respetuosos”, lo que sugiere una apreciación igualmente positiva de valores socio-culturales propios de la Sierra ecuatoriana, como la unión y el respeto mutuo entre hombre y mujer, percibidos como más cercano a la realidad local. En suma, estos resultados equivalentes tanto para la Estética Internacional como para la Estética Folklórica sugieren una relativa ecuanimidad en la valoración de

estéticas humanas diferentes, de parte de los estudiantes ecuatorianos participantes en el estudio quienes, además, expresaron sus evaluaciones estéticas empleando un número de adjetivos calificativos notablemente mayor que sus homólogos venezolanos.

Resultados obtenidos con estudiantes venezolanos (UNEG): valoración estética del Tema “Parejas”

Esta vez, el Gráfico 2a muestra una importante diferencia entre la preferencia de la Estética Internacional por parte de los estudiantes venezolanos relativa al Tema “Parejas” (Me gusta=85%), comparado con su rechazo estético (No me gusta=15%). Resalta el contraste expresado en el Gráfico 2b, entre el rechazo de la Estética Criolla para este Tema (No me gusta=68%), frente a una moderada valoración positiva de la misma (Me gusta=32%). Los resultados en la valoración estética que hicieron los estudiantes venezolanos del par de imágenes del Tema “Parejas”, reiteran su tendencia a valorar preferencialmente la Estética Internacional con respecto a la Estética Criolla.



Foto 1. Estética Internacional

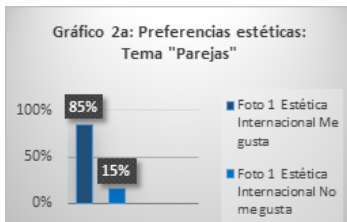
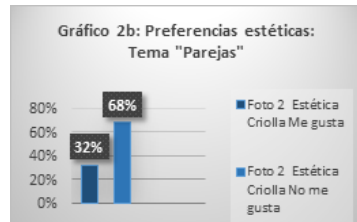


Foto 2. Estética Criolla



	Estética Internacional Me gusta. Son...	Estética Criolla Me gusta. Son...
Resp.	alegres (5), lindos (4), atractivos (3), felices (2), integrados (2), diferentes (2), ocurrentes (2), bonitos (2), interesantes (1), iguales (1), naturales (1), chéveres (1), buena nota (1).	enamorados (2), alegres (2), amigables (2), ciudadanos (2), actuales (2), libres (1), amorosos (1), sonrientes (1), unidos (1).
	Estética Internacional No me gusta. Son...	Estética Criolla No me gusta. Son...
Resp.	falsos (2), hijitos de papá (1), sifrininos (1).	típicos (4), aburridos (4), tradicionales (3), populares (2), chimbos (2), sanfelucos (2), humildes (1), comunes (1).

Discursivamente, los estudiantes venezolanos emplearon muy pocos adjetivos, en comparación con sus homólogos ecuatorianos. La adjetivación positiva más repetida para la Foto1 fue: “alegres, lindos, atractivos”, lo que sugiere una valoración estética centrada, más bien, en la apariencia física de los modelos que en su expresión emocional-afectiva. En cuanto a la valoración negativa de la Estética Criolla (No me gusta=68%), esta fue expresada con adjetivaciones que sugieren centrarse en atributos socio-culturales (“típicos, tradicionales, populares, chimbos⁷, sanfelucos⁸, comunes”) y económicos (“humildes”): una interpretación de estos calificativos que tiene visos de configuración ideológica sería: “una pareja que tenga rasgos típicos comunes y que parezca popular y humilde, es chimba y sanfeluca”. Este tipo de valoraciones que se reiteran en este estudio, pueden interpretarse como expresión actual de la vergüenza étnica local, históricamente construida a lo largo de siglos (Montero, 1984; Salazar, 1994; González, 2009), en función de prácticas reales, simbólicas e imaginarias afirmativas de una superioridad moral, ética, cognoscitiva y estética de un Alter-ego europeo-norte-americano, en detrimento de las poblaciones criollas-mestizas nacionales.

Resultados obtenidos con estudiantes ecuatorianos (UNAE): valoración estética del Tema “Familias”

Curiosamente, se percibe una valoración idéntica de las Estéticas Internacional y Folklorica sobre el Tema “Familias”: el Gráfico 3a, muestra que los estudiantes ecuatorianos tienen mayor preferencia (Me gusta=68%), que rechazo (No me gusta 32%), respecto a la

- 7 Chimbo(a): calificativo popular despectivo para señalar situaciones, objetos y/o personas desagradables, falsos, malos, de mal gusto, de mala calidad o indeseables.
- 8 Sanfeluco(a): nombre común local, despectivo y calificativo del individuo nativo o habitante de San Félix (sector Oeste de Ciudad Guayana); prejuiciosamente calificado como: antisocial, mala conducta, delincuente o drogadicto. Usualmente aplicado también a las personas que habitan en los barrios pobres de Puerto Ordaz (sector Este de Ciudad Guayana), que tienen “mala presencia”.

Estética Internacional. Esta misma relación preferencial se expresa en el Gráfico 3b, esta vez en relación a la Estética Folclórica sobre el mismo Tema "Familias" (Me gusta=68% Vs. No me gusta=32%).



Foto 1. Estética Internacional

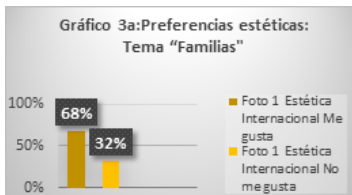
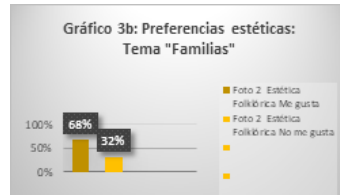


Foto 2. Estética Folclórica



Estética Internacional **Me gusta.**
Son...

Estética Folclórica **Me gusta. Son...**

Resp.

unidos (13), felices (7), divertidos (6), alegres (5), confiados (3), afectuosos (2), coloridos (2), conten-tos (2), amorosos (2), protegidos (1), risueños (1), entusiastas (1), ficticios (1), fantasiosos (1), seguros (1) agradables (1), cálidos (1), amistosos (1), estu-diosos (1), armonía (1) creativos (1), íntegros (1).

felices (5), diversos (4), respetuosos (3), intercultural (3), reales (3), unidos (3), sencillos (2), alegres (2), tradicionales (2), diferentes (2), cultura (1), identidad (1), confiados (1), orgullosos (1), verdaderos (1), sinceros (1), inclusivos (1), íntegros (1), vistosos (1), bonitos (1), colaborativos (1), equitativos (1), igualitarios (1), integrados (1), indígenas (1), serenos (1), monoparentales (1), rurales (1), comprometidos (1).

Estética Internacional **No me gusta.**
Son...

Estética Folclórica **No me gusta. Son...**

Resp.

sobreactuados (3), falsos (2), irreales (2), aparentan felicidad (1), materialistas (1), fingidos (1), esquematizados (1), tradicional (1), inequidad (1), egocéntricos (1), mimados (1), ridículos (1)

desunidos (4), sin amor (2), alejados (2), enojados (1), separados (1), apagados (1), desmotivados (1), no sonrien (1), imitación (1), fríos (1), no convencionales (1), cerrados (1), sin esencia (1)

Los resultados obtenidos en la valoración estética positiva que hicieron los estudiantes ecuatorianos del par de imágenes del Tema “Familias”, indican una preferencia-valoración equivalente de las Estéticas Internacional y Folklórica, expresada en ambos casos por medio de adjetivaciones tales como: “unidos, felices, divertidos, alegres, confiados, afectuosos”, etc. Esta semejanza en las valoraciones estéticas tanto positiva como negativa del mismo par de imágenes, refuerza la tendencia valorativa equilibrada en los estudiantes ecuatorianos hacia las distintas estéticas consideradas en el estudio. Además del mayor número de adjetivos empleados y del uso de adjetivaciones centradas en aspectos emocionales-afectivos; en esta valoración estética positiva de la Estética Folklórica en el Tema “Familia”, emergieron reiteradamente, los adjetivos “respetuosos, intercultural, reales, tradicionales” y el nombre “cultura”, lo cual sugiere la construcción discursiva de un *ethos* político reciente cuyos orígenes están en las reivindicaciones de los movimientos indígenas ecuatorianos (mediados del s.XX), pero que se ha instituido como un “valor de orgullo ciudadano”, con su pleno reconocimiento constitucional en el 2008; lo cual fue un rasgo diferencial notorio, reiterado en las valoraciones estéticas de estos estudiantes.

Resultados obtenidos con estudiantes venezolanos (UNEG): valoración estética del Tema “Familias”

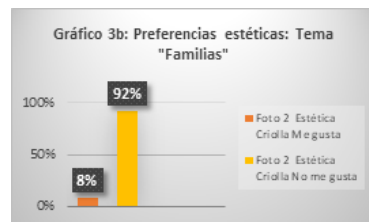
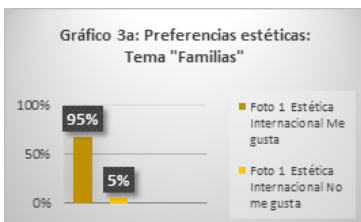
En relación a este Tema, el Gráfico 3a muestra una muy acentuada valoración-preferencia expresada por los estudiantes venezolanos en relación a la Estética Internacional (Me gusta= 95%), mientras que, de manera inversa, el Gráfico 3b, presenta una mínima valoración positiva de la Estética Criolla (Me gusta= 8%), en un afiche publicitario que muestra una familia popular, muy parecida a la población mestiza mayoritaria en Venezuela.



Foto 1. Estética Internacional



Foto 2. Estética Criolla



	Estética Internacional Me gusta. Son...	Estética Criolla Me gusta. Son...
Resp.	alegres (9), felices (8), amorosos (4), sonrientes (3), bellos (3), unidos (3), en armonía (3), modernos (3), amigables (2), ciudadanos (2), dulces (1), parecidos (2), actuales (2), libres (1), entusiastas (1)	alegres (5), cristianos (4), felices (2), integrados (2), diferentes (2), tradicionales (2), rurales (2), típicos (2), agrupados (2), populares (2), buena gente (2)
	Estética Internacional No me gusta. Son...	Estética Criolla No me gusta. Son...
Resp.	comerciales (2), sifrinos (2), irreales (1), poco comunes (1)	típicos (6), aburridos (4), tradicionales (4), chimbos (3), sanfelucos (3), humildes (3), gente rígida (2), sin gracia (1)

En cambio, la valoración estética negativa del mismo par de imágenes, indica un rechazo mínimo de la Estética Internacional, que apenas si alcanza un 5%. Mientras que se registra un elevado rechazo de la Estética Criolla (No me gusta= 92%), construida discursivamente por medio de adjetivos ya utilizados para calificar negativamente la Foto 2 del Tema “Parejas”, entre los que se destacan atributos socio-culturales (“típicos, tradicionales, chimbos, sanfelucos”) y económicos (“humildes”). Con ello se reitera la tendencia minusvalorizante de los estudiantes venezolanos hacia la Estética Criolla nacional.

Resultados obtenidos con estudiantes ecuatorianos (UNAE): valoración estética del Tema “Chicas”

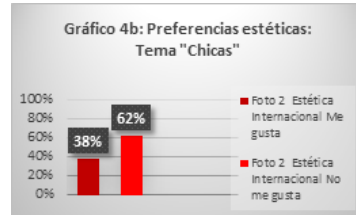
El Gráfico 4a, muestra una alta preferencia-valoración de la Estética Folklórica en el Tema “Chicas” (Me gusta=85%), que contrasta con el bajo nivel de valoración negativa (No me gusta=15%). Asimismo, en el Gráfico 4b, aparece un bajo nivel de valoración de la Estética Internacional sobre este mismo Tema (Me gusta=38%), comparado con el nivel de valoración negativa expresado por los estudiantes ecuatorianos sobre dicha estética (No me gusta=62%).



Foto 1. Estética Folklórica



Foto 2. Estética Internacional



Estética Folklórica **Me gusta. Son...**

Estética Internacional **Me gusta. Son...**

Resp. naturales (7), alegres (6), cultura (4), diversas (4), unidas (4), felices (4), coloridas (3), típicas (3), identidad (3), reales (3), sinceras (2), festivas (2), geniales (1), inclusivas (2), bonitas (2), bellas (2), hermosas (2), respetuosas (2), trabajadoras (2), amigables (1), guapas (1), bien vestidas (1), picaras (1), tradición (1), orgullo (1), verdaderas (1), libres (1), propias (1), contentas (1), lindas (1), inocentes (1), simpáticas (1), jóvenes (1), altruistas (1), equitativas (1), introvertidas (1), objetivas (1).

bellas (2), prototípicas (2), estéticas (2), felices (2), unidas (2), relajadas (1), frescas (1), sobrias (1), coquetas (1), con personalidad (1), sencillas (1), joviales (1), amigables (1), bonitas (1), universales (1), espontaneas (1), simpáticas (1), mayores (1), con estilo (1), seguras (1), hermosas (1), sonrientes (1), bien vestidas (1).

Estética Folklórica **No me gusta. Son...**

Estética Internacional **No me gusta. Son...**

Resp. Transculturizadas (1), no son bonitas (1), nativas (1), no atractivas (1).

superficiales (6), publicitarias (4), falsas (3), sobreactuadas (3), prototípicas (3), belleza artificial (2), irreales (2), farándula (1), modelos (1), posando (1), guapas (1), obligadas (1), complejo superioridad (1), egocéntricas (1), falsas (1), apariencia física (2), hermosas (1), amigables (1), con estilo (1), esquematizadas (1), desigualdad (1) inequidad (1), rebeldes(1), no trabajan (1), delicadeza (1), competitivas (1).

La valoración que hicieron los estudiantes ecuatorianos sobre el par de imágenes del Tema "Chicas" indica una mayor preferencia por la Estética Folklórica con respecto a la Estética Internacional. Los adjetivos más repetidos en la valoración positiva de la Foto 1, fueron "naturales, alegres, diversas, unidas, felices, coloridas, típicas, reales", además se emplearon repetidamente dos nombres ("cultura, identidad") como si fuesen atributos encarnados por las chicas de la Foto 1. En cuanto a la valoración estética negativa de los estudiantes ecuatorianos respecto a la Foto 2 (Estética Internacional), las adjetivaciones más reiteradas fueron: "superficiales, publicitarias, falsas, sobreactuadas, prototípicas, belleza artificial, irreales", lo cual sugiere también un juicio ético en relación a ciertos "antivalores": superficialidad, falsedad, artificialidad, que serían poco aceptables. Esta

negativa valoración de la Estética Internacional sorprende, ya que rompe con la tendencia equilibrada que se registró en las demás respuestas de los estudiantes ecuatorianos, pudiéndose interpretar como expresión de una fuerte identificación con el endo-grupo femenino nacional de referencia (la mayoría de los estudiantes eran mujeres), que rivaliza y pugna por afianzarse frente al exogrupo, en un proceso por de-construir la vergüenza étnica histórica y socialmente aprendida en el Ecuador.

Resultados obtenidos con estudiantes venezolanos (UNEG): valoración estética del Tema “Chicas”

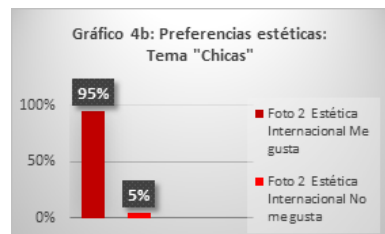
Contrariamente a la tendencia mostrada en todas las otras respuestas de los estudiantes venezolanos participantes, el Gráfico 4a indica una importante valoración de la Estética Criolla referida al Tema “Chicas” (Me gusta=73%), que contrasta con el relativamente bajo nivel de valoración negativa-rechazo (No me gusta=27%). No obstante, en el Gráfico 4b, se reitera un mayor nivel de valoración-preferencia de la Estética Internacional sobre este mismo Tema (Me gusta=95%), versus un muy bajo nivel de valoración estética negativa (No me gusta=5%). Inferimos que entre los venezolanos ha habido un aprendizaje social trans-generacional, particularmente valorizador de la “belleza femenina nacional”, a través de la experiencia colectiva de los populares certámenes de belleza “Miss Venezuela”, que constituyen un evento de alto *rating* televisivo, reforzado positivamente por la gran cantidad de *Misses* venezolanas que han obtenido los premios “Miss Mundo” y “Miss Universo”.



Foto 1. Estética Criolla



Foto 2. Estética Internacional



	Estética Criolla Me gusta. Son...	Estética Internacional Me gusta. Son...
Resp.	felices (4), amigas (3), alegres (3), juveniles (3), naturales (3), pícaras (2), avispadas (2), bonitas (2), confidentes (1), tiernas (1), sueltas (1), simpáticas (1).	bellas (5), simpáticas (4), lindas (3), naturales (2), sinceras (2), alegres (2), sonrientes (2), chéveres (2), bonitas (2), amigables (2), cariñosas (2), felices (2), clase media (1), bien vestidas (1), amigables (1), tiernas
	Estética Criolla No me gusta. Son...	Estética Internacional No me gusta. Son...
Resp.	típicas (3), sanfelucas (3), comunes (2), simples (2), falsas (2), chimbas (2), fingidas (1), mal vestidas (1).	sifrinas (2), artificiales (1), falsas (1), pretenciosas (1)

Este fenómeno altamente mediatizado, formaría parte del “orgullo nacional” del venezolano, cuyo sentido común asume la creencia de tener “un país exportador de belleza” femenina. No obstante, en la valoración estética negativa del mismo par de imágenes, los estudiantes venezolanos expresaron un mayor rechazo de la Estética Criolla frente a la Estética Internacional, expresándose con los siguientes adjetivos más repetidos: “típicas, sanfelucas, comunes, simples, falsas, chimbas, fingidas, mal vestidas”. Con los cuales se reiteran atributos socio-culturales locales percibidos negativamente.

Resultados obtenidos con estudiantes ecuatorianos (UNAE): valoración estética del Tema “Chicos”

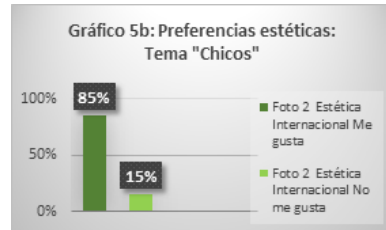
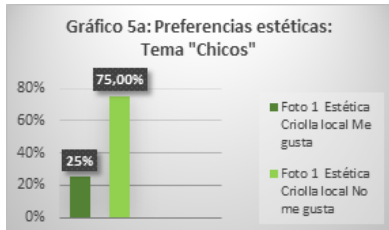
Finalmente, los resultados del Gráfico 5a sobre el Tema “Chicos”, muestran que la valoración positiva que hicieron los estudiantes ecuatorianos de la Estética Criolla fue mucho menor (Me gusta= 25%), que su muy amplio rechazo (No me gusta=75%). De forma opuesta, el Gráfico 5b muestra que el nivel de valoración-aceptación de la Estética Internacional sobre este mismo Tema, fue notablemente superior (Me gusta= 85%), en relación al bajo nivel de rechazo expresado (No me gusta= 15%).



Foto 1. Estética Criolla



Foto 2. Estética Internacional



Estética Criolla *Me gusta. Son...*

Resp. reales (1), juveniles (1), cultura urbana (1), bien vestido (1), simpáticos (1), comunes (1), humildes (1).

Estética Criolla *No me gusta. Son...*

Resp. nada atractivos (4), feos (4), falsos (4), visten mal (3), azogueños (2), poco interesantes (2), no estudian (2), inmaduros (2), falsa serenidad (1), desagradables (1), tontos (1),

Estética Internacional *Me gusta. Son...*

juveniles (3), felices (3), sonrientes (3), estéticos (3), agradables (2), visten bien (2), guapos (2), cuidados (1), divertidos (1), trabajadores (1), inteligentes (1), guapos (3), alegres (4), extrovertidos (1), simpáticos (1), artistas (1), sexis (1), varoniles (1), perfectos (1), a la moda (1), delgados (1), unidos (1), diferentes (1), únicos (1), reales (1), propios (1), amorosos (1), amistosos (1), publicidad (1), posando (1), limpios (1), lindos (1), fotogénicos (1), enfocados (1).

Estética Internacional *No me gusta. Son...*

falsos (5), superficiales (2), falsa felicidad (2) farándula (1), irrespetuosos (1), (1), irreales (1), egocéntricos (1), fantasiosos (1), falsa alegría (1), obligados (1), cultura foránea (1), modelos (1), propaganda (1), consentidos (1), sin identidad (1), imitadores (1).

Esta valoración negativa de la Estética Criolla contrasta con la tendencia equilibrada expresada en los juicios estéticos de aceptación y rechazo que los estudiantes ecuatorianos venían expresando para las tres estéticas consideradas. Las adjetivaciones negativas más repetidas fueron: “nada atractivos, feos, falsos, visten mal”, las cuales giran en torno a la apariencia física asociada a la ropa y accesorios de vestir que llevan puestos, a la usanza juvenil afro-latina del hip hop norteamericano, reforzada por la expresión gestual de dos de los chicos.

Resultados obtenidos con estudiantes venezolanos (UNEG): valoración estética del Tema “Chicos”

Por último, los resultados expuestos en el Gráfico 5a sobre el Tema Chicos, reiteran la tendencia registrada en todas las respuestas de los estudiantes venezolanos en relación a los otros Temas, mostrando una baja valoración positiva de la Estética Criolla (Me

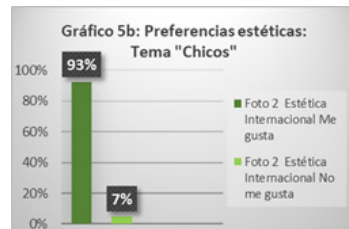
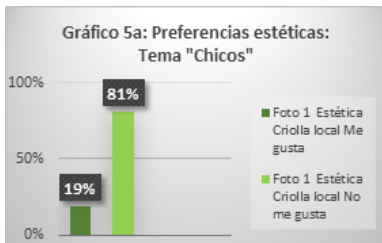
gusta=19%), en comparación con su valoración estética negativa (No me gusta=81%). De forma opuesta, el Gráfico 5b muestra que un muy alto nivel de preferencia-valoración positiva de la Estética Internacional sobre este mismo Tema (Me gusta=93%), que contrasta con un mínimo nivel de valoración negativa de dicha estética (No me gusta=7%).



Foto 1. Estética Criolla



Foto 2. Estética Internacional



Estética Criolla **Me gusta. Son...**

Resp.

hermanos (1), coloridos (1), contentos (1), unidos (1), divertidos (1).

Estética Internacional **Me gusta. Son...**

felices (5), amistosos (4), lindos (3), unidos (3), simpáticos (3), sinceros (2), naturales (2), bellos (2), sencillos (2), alegres (2), unidos (1), integrados (1).

Estética Criolla **No me gusta. Son...**

Resp.

chimbos (3), artificiales (3), tradicionales (3), sanfelucos (3), ridículos (2), falsos (2), fingidos (2), aparentan felicidad (1), irreales (1), esquematizados (1)

Estética Internacional **No me gusta. Son...**

sifrinos (2), falsos (2), mimados (1), convencionales (1).

La sistemática valoración negativa de la Estética Criolla expresada por los estudiantes venezolanos, acompañada de su valoración preferencial de la Estética Internacional, no parece ser casual, sino que podría interpretarse como una expresión sintomática de vergüenza étnica respecto a las imágenes del endo-grupo, que estaría relacionada con la compleja situación de degradación psicosocial, económico-material, político-institucional que para el momento del estudio, comenzaba a experimentarse de forma acentuada en Venezuela. La reiteración de unos pocos calificativos de la jerga popular local (“chimbos, sanfelucos, tradicionales”) utilizados en casi todas las valoraciones estéticas negativas, en este caso se complementan con otras calificaciones referidas al efecto de irrealidad que es percibido en esta foto “deportiva” publicitaria que no convence a los estudiantes participantes: “artificiales, tradicionales, ridículos, falsos, fingidos, aparentan felicidad, irreales, esquematizados”.

A manera de conclusión

Considerando las limitaciones metodológicas que impone el diseño de este modesto estudio comparativo, no es posible generalizar los resultados ni tampoco llegar a concluir en forma definitiva sobre los hallazgos empíricos y las interpretaciones ofrecidas. Sin embargo, los resultados encontrados abren amplias posibilidades para profundizar en una investigación mayor sobre la complejidad contemporánea de la construcción psicosocial de nuevas ciudadanías interconectadas globalmente al cyber-espacio mediático y las relaciones psicosociales contradictorias, a veces tensas y conflictivas, de la experiencia intersubjetiva con la Otridad respecto a la vergüenza étnica en poblaciones juveniles urbanas latino-americanas (mayoritariamente criollo-mestizas). De momento, cabe reflexionar acerca de las diferencias registradas entre las valoraciones-preferencias estéticas dicotómicas expresadas por los estudiantes universitarios ecuatorianos y venezolanos que participaron en esta investigación:

a) Mientras que los estudiantes venezolanos sistemáticamente mostraron valoraciones – preferencias estéticas positivas por los modelos con rasgos étnicos marcadamente europeo – anglosajones (Estética Internacional), en cambio, los estudiantes ecuatorianos mostraron valoraciones estéticas positivas y negativas por modelos de las tres estéticas consideradas, con rasgos étnicos tanto criollos-mestizos e indígenas como europeo-anglosajones. Estos resultados sugieren que en los estudiantes venezolanos hubo una menor disposición a percibir como “bello”, “atractivo”, “hermoso” o “deseable”, a los modelos locales que respondían a la Estética Criolla, en comparación con los modelos de la Estética Internacional. Una posible interpretación de esta tendencia es que, si bien, al momento de realizar el estudio en esta universidad venezolana (2014), las condiciones psico-socio-emocionales, económicas y políti-cas eran muy distintas a la “crisis humanitaria y psicosocio-política” que actualmente se vive en Venezuela (Human Rights Wacht World Report, 2018), no obstante, ya en el año 2015, hubo una merma notoria en la calidad de vida de la mayoría de la población, ocasionada por los problemas de desabastecimiento de alimentos, medicinas, repuestos y otros rubros, además de la violencia criminal impune, la inflación más alta del planeta, el deterioro de todos los servicios públicos (agua, luz,

salud hospitalaria, educación, transporte, etc.), la polarización política, la restricción de las libertades y otros factores (Human Rights Wacht, 2015), que habrían generado entre los venezolanos una degradación de la auto-imagen del país y del endo-grupo, con la consecuente desvalorización ética⁹ y estética de los modelos y representaciones de la sociedad criollo-mestiza, dominante en Venezuela.

b) Contrariamente a lo expresado por estudiantes venezolanos, los estudiantes ecuatorianos participantes en el estudio, fueron críticos con imágenes de la Estética Internacional, mediante el uso de calificativos tales como: “irreales”, “ficticios”, “estereotipos”, “noveleros”, “de película”, “fingidos”, “falsa perfección”, entre otros. Por otra parte, la positiva construcción discursiva de los estudiantes ecuatorianos sobre modelos de la Estética Folklórica, coincidieron con expresiones del discurso oficial de instituciones gubernamentales del Estado: “interculturalidad”, “diverso”, “inclusivo”, “cultura”, “equitativo”, “orgullo”, “identidad”, “verdadero”, “propio”, “tradicional”, entre otros. Ello permite inferir una cierta eficacia en el sentido común local, de las estrategias mediáticas empleadas por las instituciones públicas para revalorizar las culturas autóctonas del Ecuador y superar la vergüenza étnica registrada en la literatura especializada (Castillo y Cairo, 2002; García, 2008), en aras de construir el Estado “democrático, pluricultural y multiétnico” que establece su Constitución Nacional del 2008. Otro aspecto que parece explicar la valoración-preferencia estética de los estudiantes ecuatorianos, es la dimensión emocional-afectiva expresada gestualmente por los modelos: en el caso de los Temas “Estudiantes”, “Parejas” y “Familia”, el hecho que los modelos de la Estética Folklórica hayan sido repetidamente adjetivados negativamente como: “aburridos”, “tristes”, “distráidos”, “serios”, “enojados” e “infelices”, indicaría que estos jóvenes estudiantes tienen una alta valoración estética de emociones positivas como alegría y felicidad, expresadas con sonrisas, gestos y actitudes, lo cual fue valorado estéticamente de forma muy positiva, en el Tema “Chicas” de la Estética Folklórica.

c) Si bien el concepto de vergüenza étnica usualmente se ha empleado para significar el malestar antropológico de “nuestros” pueblos originarios en relación a las culturas dominantes criolla y extranjeras, sin embargo, este complejo proceso-producto histórico-político, psicosocial, cognitivo y emocional estaría siendo reconfigurado por los estudiantes universitarios participantes en este estudio, en función de la construcción de nuevas ciudadanía e identidades sociales positivamente valoradas, de manera proyectiva (imágenes de afiches y de Internet) respecto a “los otros” y “nosotros”, en un juego

9 A menudo, en las adjetivaciones emitidas por los participantes, se expresaron valoraciones éticas ligadas a sus apreciaciones estéticas, lo que evidencia la dificultad de establecer límites entre estas dimensiones, que otros autores han analizado de manera filosófica (Schiller, 1990; Wittgenstein, 2009). De hecho, en la filosofía clásica platónica y aristotélica, hubo una profunda relación orgánica de los valores fundamentales de la ética (el Bien/“lo Bueno en sí”) y de la estética (la Belleza/“lo Bello en sí”). Hume (1989), refiriéndose a la obra de arte, ya planteaba que cualquier fallo moral afecta sin más a la bondad estética. En la sociedad contemporánea hiper-estetizada, el cuerpo fetichizado por los mass media se ha convertido en un campo de construcciones discursivas e imaginarias del sentido común, que derivan entre lo estético, lo ético y lo mercantil.

dicotómico de alter-identidades en proceso de construcción, que reflejaría los complejos conflictos específicos que se desarrollaban en Venezuela y Ecuador y que afectarían la percepción y valoración estética del endo y el exo-grupo de referencia.

d) Mediante semio-tecnologías aplicadas a la imagen digital, se vehicula contenidos semióticos sobre la realidad etno-socio-política que sugieren configuraciones ideológicas y mitológicas entendidas como “verdades obvias” etno-desvalorizantes. La iconografía multi-mediática elabora valores interculturales semiológicamente sesgados que suponen un aprendi-zaje social naturalizado de la vergüenza étnica, constitutiva del sentido común local de las personas, el cual tiende a expresarse de forma “espontánea”, a través de las preferencias estéticas por modelos masculinos y femeninos, cargados de prestigio social con atributos convencionales tales como: bello(a), atractivo(a), sexy, simpático(a), inteligente, etc.

Referencias Bibliográficas

- BARTHES, R. (1970). **Mythologies**. Paris, PUF.
- BONFIL, G. (1981). **Utopía y revolución. El pensamiento político contemporáneo de los indios en América Latina**. México, Siglo XXI.
- CASTILLO, L. y CAIRO, H. (2002). “Reinvención de la identidad étnica, nuevas territorialidades y redes globales: el Estado multiétnico y pluricultural en Colombia y Ecuador”. **Sociedad y Economía**, Nro. 3, 55-76. Universidad del Valle. Cali, Colombia
- CASTODIADIS, C. (1983). **La institución imaginaria de la sociedad II**. Buenos Aires: Tusquets.
- D'AUBETERE, L. (2014). **La Ciudad Discursiva: psico-socio etnografía hermenéutica de la cotidianidad y el sentido común local**. Saarbrücken, Alemania: Editorial Académica Española.
- DUNDES, A. (1980). **INTERPRETING FOLKLORE**. BLOOMINGTON AND INDIANAPOLIS: INDIANA UNIVERSITY PRESS.
- ERIKSON, E. (1971). **Identidad, juventud y crisis**. Buenos Aires: Paidós.
- FREUD, S. (1995). **Más allá del principio del placer**. Buenos Aires: Ediciones Nueva Hélide.
- GARCIA, F. (2008). **Identidades, etnicidad y racismo en América Latina**. FLACSO Ecuador.
- GONZÁLEZ ORDOSGOITTI, E. (2009). Leer la identidad venezolana a la luz de las comunidades étnicas biculturales de América Latina. **Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales**, 2009, vol. 15, n° 3, 91-115

- HUME, D. (2001). **Tratado sobre la Naturaleza Humana**. Libros en la Red. Documento consultado en Internet el 3/02/2018 en http://23118.psi.uba.ar/academica/carrerasdegrado/psicologia/informacion_adicional/obligatorias/034_historia_2/Archivos/Hume_tratado.pdf
- HURTADO, S. (1999). **La sociedad tomada por la familia**. EBUCV, Caracas.
- KOHLBERG, L. (1981). **The Philosophy of Moral Development. Moral Stages and the Idea of Justice**. San Francisco, CA: Harper & Row Pubs.
- LIZCANO, J. (2006). **Metáforas que nos piensan. Sobre ciencia, democracia y otras poderosas ficciones**. Madrid, Creative Commons
- MIRES, F. (1991). **El discurso de la indianidad: la cuestión indígena en América Latina**. Costa Rica, DEL.
- LUCERO, M. Y MONTANERO, M. (2008). “La explicación multicausal en el aula de Historia. Tres experiencias de asesoramiento psicopedagógico”. **Infancia y Aprendizaje**, 31 (1), 45-6. España. Documento consultado en Internet el 17/04/2018 en <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1174/021037008783487057>
- MONTERO, M. (1984). **La autoimagen nacional de los venezolanos. Ideología, alienación e identidad nacional**. Caracas: EBUC
- MORIN, E. (1998): **El método: las Ideas. Buenos Aires**. Siglo XXI.
- PÁRAMO, P. (2008). “La construcción psicosocial de la identidad y del self”. **Revista Latinoamericana de Psicología**, Vol.40, Nro. 3, 539-550.
- PARKER, I. (1992). **Discourse dynamycs: critical analysis for social and individual psychology**. London, Routledge.
- PARRA, J. D. (2014). “La imagen y la esfera semiótica”. **ICONOFACTO**, vol. 10, Nro. 14, 76 – 89
- PIAGET, J. (1983). **El criterio moral en el niño**. Barcelona: Editorial Fontanella.
- RANDAZZO, F. (2012). “Los imaginarios sociales como herramienta Social” **Imagonautas** 2 (2). Documento consultado en Internet el 7/02/2016 en <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4781735.pdf>
- RIVERO, D., VIDAL S. y BARZO, M. (2002). **Enfoque de Etnias Indígenas de Venezuela. Hacia un Sistema Integral de Calidad de Vida y Salud**. Ministerio de Salud y Desarrollo Social y Agencia de Cooperación Alemana. Caracas. Documento consultado en Internet el 17/04/2010 en <http://www.arqueologia.com.ve/indigena/Enfoque%20de%20Etnias%20Indigenas.pdf>

- SALAZAR, J.M. (1988). «Cambio y permanencia en creencias y actitudes hacia lo nacional (1982-1986)». **Boletín de la AVEPSO**, Nro.11, 3-13.
- SALAZAR, J.M. y SALAZAR, M.A. (1998). “Estudios recientes acerca de identidades nacio – nacionales en América Latina”. **Psicología Política**, Nro.16, 75-93.
- SANCHEZ PARGA, J. (1986). “Etnia, Estado y la “forma” clase”. **Ecuador Debate**, Nro.12, 30-46. Ecuador.
- SCHILLER, F. (S/F). **Cartas sobre la Educación Estética del Hombre**. Argentina, Ed. Univ. Nac. de Cuyo. Documento consultado en Internet el 3/02/2018 en http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/7709/schiller-con-tapas.pdf
- SHOUZI, A. (1993). **La construcción significativa del mundo social. Introducción a la sociología comprensiva**. Barcelona, Paidós.
- VERON, E. (1996). **La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad**. Barcelona, Gedisa.
- VAN DIJK, T. (2005). “Ideología y análisis del discurso”. **Utopía y Praxis Latinoamericana**, Nro. 29, 9 – 36.
- WITTGENSTEIN, L. (2009). **Tractatus Logico-Philosophicus: investigaciones filosóficas sobre las certezas**. España, Ed. Gredos.
- ZAMBRANO, A., y PÉREZ-LUCO, R. (2004). «Construcción de Identidad en Jóvenes Infractores de Ley , una Mirada desde la Psicología Cultural.» **Revista de Psicología de Universidad de Chile**, Vol. XIII, Nro. 1, 115-132.
- ZAÑARTU, N., ARAVENA, A., GRANDÓN, P., SÁEZ, F. y ZAÑARTU, C. (2017). “Identidad étnica, discriminación percibida y procesos afectivos en jóvenes mapuches urbanos”. **CUHSO • CULTURA-HOMBRE-SOCIEDAD**, Vol. 27. Nro. 2, 229-250.

Documentos oficiales e institucionales:

- CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR** (2008) Decreto Legislativo. Registro Oficial 449 de 20-oct-2008. Última modificación: 13-jul-2011.
- HUMAN RIGHTS WACTH. (2018). **Informe Mundial**. Documento consultado en Internet el 13/03/2018 en <https://www.hrw.org/es/world-report/2018/country-chapters/313312>
- HUMAN RIGHTS WACTH. (2017). **Informe Mundial**. Documento consultado en Internet el 21/06/2015 en <https://www.hrw.org/es/world-report/country-chapters/298568>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSO (2010). **Resultados del Censo 2010**. Documento consultado en Internet el 15/04/2019 en <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/>

Fotos de Internet tomadas en:

https://www.google.com.ec/search?q=imagenes+de+indigenas+ecuatorianos&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiQsteekNzVAhWCSCYKHYEEDfcQ_AUI-CigB&biw=931&bih=580;

https://www.google.com.ec/search?biw=931&bih=580&tbm=isch&sa=1&q=imagenes+de+familias+&oq=imagenes+de+familias+&gs_l=psyab.3..0joi67k1joioi-67k1.80681.82142.0.84308.15.8.0.0.0.0.363.1125.0j4joj1.5.0....0...1.1.64.psyab..11.3.753...oi3ok1.IHjDMAai6Rk



UNIVERSIDAD
DEL ZULIA



espacio
abierto

Cuaderno Venezolano de Sociología

Vol 28, N°3 _____

Esta revista fue editada en formato digital en junio de 2019 por su editorial; publicada por el Fondo Editorial Serbiluz, Universidad del Zulia. Maracaibo-Venezuela

www.luz.edu.ve
www.serbi.luz.edu.ve
produccioncientifica.luz.edu.ve