

El lenguaje de la moda como construcción comunicacional de identidades en el Ecuador contemporáneo

*The language of fashion as a communicational construction of identities in
contemporary Ecuador*

Adriana Paola Criollo Jima, Cynthia Shakira Enriquez Fierro

Resumen

Este artículo analiza el lenguaje de la moda en Ecuador no como un objeto de consumo, sino como una forma de comunicación cultural mediante la cual se construye y expresan identidades hoy en día. La investigación parte de una pregunta central: ¿de qué manera los mensajes mediáticos, las tendencias globales y los nuevos hábitos de consumo están reconfigurando el sentido que los ciudadanos le dan a la ropa que usan? Para explorar este vínculo, se puso el foco en el valor simbólico de la indumentaria nacional y su peso en la identidad del país. Se aplicó una metodología mixta, de tipo no experimental y transversal, lo que permitió obtener una radiografía amplia del fenómeno. El estudio recogió la opinión de 303 personas, en un rango de edad de 20 a 50 años, mediante encuestas, y se profundizó en la visión de actores clave del sector a través de entrevistas cualitativas. Este cruce de datos permitió contrastar las métricas estadísticas con los relatos y vivencias sobre el vestir en el contexto local. Los resultados confirman que, aunque existe un consenso sobre la capacidad de la moda para proyectar quiénes somos, esta lectura no es lineal ni homogénea. La forma en que decodificamos las prendas está muy amarrada a qué tan cerca se siente el consumidor de sus raíces y a la fuerte presión de las redes sociales, que hoy funcionan como el principal referente estético. Se detecta una mezcla constante entre símbolos de herencia y tendencias globales, dando paso a identidades fluidas y, a ratos, contradictorias. En definitiva, la moda ecuatoriana posee una carga identitaria innegable, pero su impacto real está supeditado a una tensión permanente entre la tradición, el entorno digital y las lógicas de consumo, donde el sentido de pertenencia se negocia a cada momento.

Palabras clave: Moda; Identidad cultural; Comunicación visual; Cultura ecuatoriana; Consumo cultural

Adriana Paola Criollo Jima

Universidad Internacional del Ecuador | Quito | Ecuador | adcriolloji@uide.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0007-6790-066X>

Cynthia Shakira Enriquez Fierro

Universidad Internacional del Ecuador | Quito | Ecuador | cyenriquezfi@uide.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0002-5389-9892>

<http://doi.org/10.46652/resistances.v7i13.249>

ISSN 2737-6222

Vol. 7 No. 13 enero-junio 2026, e260249

Quito, Ecuador

Enviado: octubre 30, 2025

Aceptado: diciembre 28, 2025

Publicado: enero 12, 2026

Continuous Publication