



Dichos populares en la memoria de estudiantes universitarios: relación con valores, íconos y colores

Popular sayings in the memory of university students: relationship with values, icons and colors

Ditados populares na memória de universitários: relação com valores, ícones e cores

Mónica Gabriela Sandoval Gallegos ^I
msandoval@esPOCH.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-3149-4520>

María Fernanda Soto Ayala ^{II}
maría.soto@esPOCH.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-3754-7427>

Rosa Belén Ramos Jiménez ^{III}
rosa.ramos@esPOCH.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-5080-6123>

Angelica María Sandoval Gallegos ^{IV}
angysandoval7@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0007-5051-0171>

Correspondencia: msandoval@esPOCH.edu.ec

Ciencias Sociales
Artículo de Investigación

* **Recibido:** 23 de mayo de 2023 * **Aceptado:** 12 de junio de 2023 * **Publicado:** 01 de julio de 2023

- I. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador.
- II. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador.
- III. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador.
- IV. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador.

Resumen

En los refranes o dichos populares se encuentra gran riqueza de signos: imágenes, metáforas, comparaciones y símiles; que permiten entender la forma en que las personas piensan, actúan y se relacionan con su entorno, así como reflejan los valores de una comunidad. Se presenta un estudio cuali-cuantitativo de los dichos populares presentes en la memoria de 200 estudiantes universitarios de la ciudad de Riobamba en Ecuador y la relación significativa que dicha población realiza con valores, íconos y colores. Se identifican 100 refranes, de los cuales sobresalen 2 con mayor presencia en la memoria: No dejes para mañana lo que puedas hacer hoy y De tal palo tal astilla. Los dichos populares identificados fueron asociados con un total de 53 valores, entre ellos destacan: paciencia, esfuerzo, precavido, responsabilidad y la gratitud. Consecutivamente los valores fueron asociados con íconos y colores, obteniéndose un glosario icónico-cromático compuesto por 89 íconos y 16 colores, cada uno con su significado valorativo.

Palabras Clave: dichos populares; significado de valores; significado de íconos; significado de colores.

Abstract

In proverbs or popular sayings there is a great wealth of signs: images, metaphors, comparisons and similes; that allow us to understand the way in which people think, act and relate to their environment, as well as reflect the values of a community. A qualitative-quantitative study of the popular sayings present in the memory of 200 university students from the city of Riobamba in Ecuador and the significant relationship that said population makes with values, icons and colors is presented. 100 proverbs are identified, of which 2 with the greatest presence in memory stand out: Do not leave until tomorrow what you can do today and Like father, like son. The popular sayings identified were associated with a total of 53 values, including: patience, effort, caution, responsibility and gratitude. Consecutively, the values were associated with icons and colors, obtaining an iconic-chromatic glossary made up of 89 icons and 16 colors, each with its value meaning.

Keywords: popular sayings; meaning of values; meaning of icons; meaning of colors.

Resumo

Nos provérbios ou ditos populares há uma grande riqueza de signos: imagens, metáforas, comparações e símiles; que nos permitem entender a maneira como as pessoas pensam, agem e se relacionam com seu ambiente, além de refletir os valores de uma comunidade. Apresenta-se um estudo qualitativo-quantitativo dos ditos populares presentes na memória de 200 universitários da cidade de Riobamba no Equador e a relação significativa que essa população faz com valores, ícones e cores. São identificados 100 provérbios, dos quais se destacam 2 com maior presença na memória: Não deixes para amanhã o que podes fazer hoje e Tal pai, tal filho. Os ditos populares identificados foram associados a um total de 53 valores, entre eles: paciência, esforço, cautela, responsabilidade e gratidão. Consecutivamente, os valores foram associados a ícones e cores, obtendo-se um glossário icônico-cromático composto por 89 ícones e 16 cores, cada qual com seu significado valorativo.

Palavras-chave: ditos populares; significado dos valores; significado dos ícones; significado das cores.

Introducción

En diferentes contextos y culturas se utilizan términos alternativos para referirse a los dichos populares: “A los dichos se les conoce también como refranes, sentencias, máximas, adagios, proloquios, proverbios o paremias” (Flores ,2016, p. 18). El presente trabajo utiliza el término dichos populares sustentado en varios autores. Cubero & Villanueva (2014), sobre los dichos populares mencionan que expresan la sabiduría, los sentimientos y las vivencias de un pueblo, son capaces de indicar verdades en una forma figurada y pintoresca, dejan enseñanzas morales de manera espontánea, señalan faltas, dejan marcados caminos y son un fiel reflejo de valores, formas de vivir, normas, actitudes y tradiciones que han sido de algún modo vividas en comunidad. Por su lado García (2016) menciona que toda experiencia “queda recogida en el lenguaje de cada comunidad en forma de expresiones fijas que aparecen en canciones, cuentos, leyendas, refranes, dichos populares, entre otros. (p. 2). Poncela (2000) hace referencia a que la cultura popular engloba numerosas expresiones, entre ellas las narrativas sociales populares de carácter oral y tradicional, una suerte de discurso social que desde antigua data llega hasta nuestros días, de forma generacional, dinámica y contextualizada, tales como los cuentos, las leyendas, las canciones, y los

refranes populares. Aguirre (2000) contextualizado en el campo educativo, afirma que los refranes adquieren importancia como herramientas de pensamiento, dado que su comprensión supone la representación de una construcción global del significado del texto que conlleva entre otros al pensamiento abstracto. Los refranes implican un proceso de significación tanto de sus contenidos y como de las finalidades del interlocutor. Monge (2014) aborda la importancia del uso de dichos o expresiones populares en los pueblos, afirma que demuestran una gran diversidad lingüística como parte de la identidad cultural, además sostiene que "Los dichos son un conjunto de palabras que se da para expresar algo más allá de su sentido literal y es a través de ellos que encontramos la sabiduría, el ingenio, los valores, creencias y hasta el buen humor de su gente. (p. 70).

Con los postulados anteriores se puede inferir que los dichos populares son expresiones breves que condensan sabiduría y experiencia popular en una frase memorable. Son un ejemplo de cómo la cultura oral y tradicional se transmite a través de los siglos y de generación en generación. En estos dichos se pueden encontrar una gran riqueza de signos, que incluyen imágenes, metáforas, comparaciones y símiles, que reflejan la cosmovisión, valores y creencias de una comunidad. Además, los dichos populares son una forma de lenguaje creativo y poético que combina el humor, la ironía y la sabiduría popular. En resumen, los dichos populares son un tesoro de signos y significados que nos conectan con nuestra cultura y nuestra historia, al mismo tiempo son lecciones de vida que siembran de manera literaria la práctica de valores y buenas costumbres.

En cuanto a los valores: Rokeach (1973) plantea que "son creencias que una persona considera importantes y que dirigen sus comportamientos y decisiones" (p. 5). Schwartz (1992) propone que "Los valores son principios o estándares que una persona considera importantes en su vida" (p. 17). Kinnier, Metha, & Kernes (2000), complementa lo anterior afirmando que "son la base para tomar decisiones en la vida, y reflejan lo que es importante para una persona" (p.5). Por su parte Hofstede (1980) sostiene que "son la base de la identidad personal y de la cultura de una sociedad, y afectan la forma en que las personas interactúan entre sí" (p. 21). Resumiendo, a partir de lo anterior los valores son creencias que las personas consideran importantes y que dirigen sus comportamientos y decisiones. También son estándares o principios que el ser humano considera importantes en su vida y que reflejan lo que es importante para ellos. Además, pueden ser la base para tomar decisiones y afectan la forma en que las personas interactúan entre sí. Los valores son una parte integral de la vida humana y son fundamentales para entender la forma en que las personas piensan, actúan y se relacionan con su entorno.

López et al. (2019) afirma que "La universidad es un lugar idóneo para el desarrollo de valores en los jóvenes, ya que es un espacio donde se fomenta la reflexión, el pensamiento crítico y la formación integral de los estudiantes" (p. 121). Además de ser también un espacio en el que los jóvenes comparten los aprendizajes obtenidos en sus núcleos familiares o entornos sociales en los que crecieron. Hay evidencia que sugiere que los valores se aprenden en gran medida en el hogar. Según una investigación realizada por Kohlberg (1969), los valores se aprenden principalmente a través del proceso de socialización, que tiene lugar en los primeros años de vida y se lleva a cabo en el hogar y la familia. De hecho, muchos estudios han demostrado que los padres son el principal modelo de valores para los niños y adolescentes (e.g., Barni, Ranieri, Scabini, & Rosnati, 2013). Existen también otros contextos donde los jóvenes pueden adquirir valores, como la escuela, los medios de comunicación, la religión y la comunidad.

En referente a los medios de comunicación como transmisores de valores, es innegable que los soportes gráficos persuaden el comportamiento. Sus códigos (lingüísticos, cromáticos e icónicos) transmiten sea de manera connotativa o denotativa mensajes de manera efectiva y atractiva. Los iconos pueden simplificar la información, facilitando su comprensión y memorización, mientras que los colores pueden transmitir emociones, crear jerarquías visuales y mejorar la accesibilidad y usabilidad de las interfaces de usuario. La combinación de ambos elementos puede ser especialmente útil en la publicidad, el diseño gráfico, la cartografía, la señalización y la creación de marcas y logotipos. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la elección de los colores y los iconos debe basarse en el contexto y el público objetivo para garantizar su efectividad. Según Kress y van Leeuwen (1996), el lenguaje icónico es un sistema de signos que utiliza la analogía, la simbolización y la metáfora para transmitir significados. La analogía se refiere a la relación entre dos cosas que son similares o tienen características en común, lo que permite que el signo icónico represente el objeto o concepto de manera similar. La simbolización se refiere al uso de signos que representan algo abstracto o conceptual, como una flecha que representa la dirección. La metáfora se refiere al uso de signos que representan algo en términos de otra cosa, como un corazón que representa el amor. Estas técnicas se combinan para crear un lenguaje visualmente atractivo y efectivo en la comunicación. "Los colores por su parte no son algo anodino, todo lo contrario. Transmiten códigos, tabúes y prejuicios a los que obedecemos sin ser conscientes de ello, poseen sentidos diversos que ejercen una profunda influencia en nuestro entorno, nuestras actitudes y comportamientos nuestro lenguaje y nuestro imaginario. Los colores son inmutables. Tienen una

agitada historia, que se remonta a la noche de los tiempos y que ha dejado huella incluso en nuestro vocabulario ... Son un formidable revelador de cómo han evolucionado nuestras mentalidades". (Pastoureau y Simonnet, 2005, p. 11)

Concluyendo esta parte introductoria se infiere que los dichos populares son expresiones que encierran sabiduría cultural transmitida de generación en generación. Al relacionarlos con la transmisión de valores, nos permiten enseñar lecciones importantes. Los significados de los iconos y colores agregan una capa adicional de simbolismo. Por ejemplo, el dicho "Más vale tarde que nunca" nos recuerda la importancia de la puntualidad y el icono de un reloj representa el tiempo. Asimismo, el color rojo, asociado con la pasión y el vigor, puede simbolizar el esfuerzo y la determinación, como en el dicho "Echarle sangre, sudor y lágrimas". Así, los dichos populares, los iconos y los colores se unen para transmitir valores fundamentales en nuestra sociedad. El presente estudio pretende establecer esta relación semiótica de significados en una población específica.

Metodología

La muestra la conformaron 200 estudiantes universitarios de dos instituciones de educación superior de la ciudad de Riobamba (capital de la provincia de Chimborazo- Ecuador): la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH) y de la Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH). Es una muestra dirigida con sujetos-tipo al ser el objetivo la profundidad y calidad de la información, no la cantidad ni estandarización, justificada por ser un estudio con perspectiva fenomenológica cuyo alcance es el analizar significados existentes en un grupo social, en este caso las características de este grupo son: familiaridad con elementos icónicos y color, conocimiento de conceptos de valor e interés por conceptos semánticos. Por lo que se escogieron grupos que cursan asignaturas de: fundamentos pedagógicos y psicológicos, comunicación oral-escrita y diseño gráfico.

El proceso de recolección de datos se desarrolló de la siguiente manera:

1. Inducción al tema por parte del docente a cargo, en donde se explicaron conceptos de refrán/dicho popular, valores, iconografías y significado del color.
2. Una vez clara la terminología, los encuestados respondieron 4 preguntas: ¿Qué refrán/dicho popular viene a su mente este momento?, ¿Cuál es el valor que transmite el refrán?, ¿Con qué ícono relaciona directamente el valor y el refrán?, ¿Con qué color relaciona el ícono, el valor y el refrán?

3. Transferencia de los datos obtenidos a una sola matriz de cuatro columnas: refrán, valor, ícono, color.

El proceso de análisis de contenido cuali-cuantitativo, corresponde a un análisis hermenéutico, al ser una proximidad de interpretación de significados a través de dos significantes: ícono y color, los mismos que están mediados por la experiencia de los estudiantes, la que adquiere sentido por medio del lenguaje textual-gráfico en este caso. El proceso se desarrolló de la siguiente manera:

1. Ordenamiento alfabético de los refranes
2. Conteo de repeticiones de los refranes, valores, íconos y colores
3. Identificación de los 10 refranes con mayor mención
4. Identificación de los valores y su significado icónico-cromático.

Resultados

1. Refranes presentes en la memoria de los estudiantes universitarios

De los 200 estudiantes encuestados, se recolectaron 100 refranes diferentes, a continuación se muestra los 10 refranes con mayor mención, el número de veces que fueron nombrados y el porcentaje de estudiantes que lo mencionaron.

Refrán/dicho popular	Número de veces nombrado	Porcentaje de estudiantes que lo nombraron
No dejes para mañana lo que puedes hacer hoy	15	7.5 %
De tal palo tal astilla	12	6 %
Haz el bien sin mirar a quien	9	4.5 %
No hay mal que por bien no venga	8	4 %
Al mal tiempo buena cara	7	3.5 %
Al que madruga Dios le ayuda	6	3 %
A palabras necias oídos sordos	5	2,5 %
El que con lobos se junta a aullar aprende	5	2,5 %
Camarón que se duerme se lo lleva la corriente	4	2 %

A caballo regalado no se le mira el diente	4	2 %
---	---	-----

Se observa en la tabla repeticiones entre 15 a 4 veces que establecen los más mencionados en la muestra encuestada, los 90 refranes que no están en la tabla tienen una sola mención en su mayoría, le siguen 2 y luego 3 menciones. Los dos refranes con mayor presencia en la memoria son: No dejes para mañana lo que puedas hacer hoy y De tal palo tal astilla.

2. Relación del refrán con valores

De acuerdo al refranero multilingüe del Centro Virtual Cervantes (2023) que presenta una selección de paremias españolas populares, los significados de los refranes encontrados son:

Refrán/dicho popular	Significado existente, asignado previo al estudio por la Centro Virtual Cervantes (2023).	Valores que relaciona el estudiante
No dejes para mañana lo que puedes hacer hoy	Aconseja no mostrarse perezosos sino todo lo contrario, ser diligentes en hacer el trabajo pendiente.	Responsabilidad, perseverancia, constancia
De tal palo tal astilla	Por lo general, el carácter y las costumbres se transmiten de padres a hijos. Se puede aplicar también a todo lo que se parece a su origen.	carácter, conexión, familia, apariencia, enseñanza, virtud, confianza, seguridad, honradez, igualdad
Haz el bien sin mirar a quien	Muestra que se debe hacer el bien de forma desinteresada.	Solidaridad, bondad, igualdad, cortesía, paz, empatía

No hay mal que por bien no venga	Este refrán transmite una visión optimista de la realidad, pues indica que de una contrariedad se puede extraer algo bueno, que una contrariedad puede tener resultados favorables.	Fuerza, optimismo, paciencia, armonía, perseverancia
Al mal tiempo buena cara	Se puede emplear en sentido literal (el tiempo atmosférico) y metafórico. Referido al físico humano, aconseja no hacer notar los gestos que pueden reflejar nuestra decepción ante cualquier suceso. Referido al comportamiento, recomienda mantener el temple y no desanimarse cuando se presentan contrariedades y momentos difíciles, pues, pese a no poder cambiar la situación, se puede cambiar la actitud.	Actitud, armonía, amabilidad, tolerancia, perseverancia
Al que madruga Dios le ayuda	Recomienda ser diligente para tener éxito en las pretensiones, en el trabajo.	perseverancia, responsabilidad
A palabras necias oídos sordos	Alude a la indiferencia ante la necesidad de los otros. Aconseja no prestar atención ni molestarse por comentarios ajenos e impertinentes que no buscan nuestro bien ni constituyen observaciones dignas de tener en cuenta.	Tolerancia
El que con lobos se junta a aullar aprende	Alude a la poderosa influencia de las malas compañías, por lo que conviene huir de ellas.	Razonamiento, influyente, sabiduría, autocontrol, enseñanza
Camarón que se duerme se	Critica la poca diligencia de alguien, que ha de cargar con las consecuencias, principalmente para él.	Responsabilidad, diligencia, astucia

lo lleva la corriente		
A caballo regalado no se le mira el diente	Este refrán recomienda aceptar los regalos de buen grado y sin poner reparo alguno, pues se considera descortés el analizar exhaustivamente la calidad del obsequio, así como resaltar sus defectos o fallos.	gratitud

De acuerdo a los valores con los que se estableció relación, los refranes con mayor número de valores asociados son: De tal palo tal astilla (carácter, conexión, familia, apariencia, enseñanza, virtud, confianza, seguridad, honradez, igualdad) y Haz el bien sin mirar a quien (Solidaridad, bondad, igualdad, cortesía, paz, empatía).

3. Valores identificados

Se identificaron 53 valores presentes en el imaginario de los estudiantes a través de los dichos populares, fueron identificados de mayor a menor número de veces nombrados: paciencia, esfuerzo, precavido, responsabilidad, gratitud, perseverancia, sabiduría, buena actitud, empatía, honestidad, amistad, bondad, constancia, fortaleza, humildad, lealtad, optimismo, prudencia, resiliencia, sinceridad, tolerancia, valentía, amor, armonía, autocontrol, carácter, confianza, equidad, esperanza, inteligencia, libertad, paz, perspicacia, reciprocidad, respeto, sacrificio, seguridad, solidaridad, cortesía, diligencia, discreción, felicidad, igualdad, justicia, obediencia, razonamiento, recuerdos, reciprocidad, respeto, tranquilidad y verdad.

4. Relación del valor con íconos

Se identificaron un total de 89 íconos, los que se agruparon en 7 categorías: animales (23), objetos inertes (19), partes del cuerpo (17), naturaleza (17), personas (8), alimentos (3), seres mágicos (2). Los valores asociados a cada ícono son los siguientes:

a. Categoría animales (ícono: valor o valores asociados). –

Perro: bondad, empatía, equidad, felicidad; tortuga: optimismo, paciencia, perseverancia, verdad; abeja: buena actitud, gratitud; paloma: paz, sinceridad ; gato: perspicacia, valentía; lobo: autocontrol, libertad; hormiga: constancia, esfuerzo; capibara: bondad; oruga: empatía; mariposa: empatía; chimpancé: empatía; león: esfuerzo ; leopardo: fortaleza; loro: fortaleza; toro: fortaleza;

conejo: humildad; tigre: justicia; águila: libertad; ave: paciencia; lagarto: precavido; cuervo: precavido; camarón: responsabilidad; búho: sabiduría.

b. Categoría objetos inertes (ícono: valor o valores asociados). –

Reloj: paciencia, responsabilidad; puerta: confianza; dinero: constancia; almohada: diligencia; medalla: esfuerzo; esponja: honestidad; plato de comida: humildad; balanza: igualdad; trofeo: optimismo; cepillo: paciencia; lupa: precavido; lentes: precavido; cama: recuerdos; pared: resiliencia; regalo: reciprocidad; máscara: sabiduría; foco encendido: sabiduría; libro: solidaridad; carreta: solidaridad.

c. Categoría partes del cuerpo (ícono: valor o valores asociados). –

Puño: constancia, perseverancia, resiliencia, valentía; sonrisa: amistad, buena actitud, gratitud, sinceridad; abrazo: amistad, autocontrol, lealtad; manos entrelazadas: lealtad, paz, unión; corazón: amistad, amor, honestidad; boca cerrada: discreción, respeto; manos orando: buena actitud, gratitud; ojos: honestidad, sinceridad; mano: precavido, reciprocidad; bíceps: esfuerzo, perseverancia; brazos: sacrificio, seguridad; cerebro: inteligencia; boca: respeto; oreja: sabiduría; mano extendida: cortesía; dedos de la mano: equidad; pulgar arriba: responsabilidad.

d. Categoría naturaleza (ícono: valor o valores asociados). –

Montaña: buena actitud, esfuerzo, esperanza; nube: buena actitud, gratitud, paciencia; cielo: armonía, esperanza; árbol: confianza, optimismo; sol: paciencia, tolerancia; tronco: seguridad; arco iris: perseverancia; sendero: perseverancia; piedras: perseverancia; ríos: perspicacia; rama enrollada: precavido; fuego: prudencia; eclipse: razonamiento; olas: resiliencia; puesta de sol: responsabilidad; bosque: tranquilidad; flor: respeto

e. Categoría personas (ícono: valor o valores asociados). –

Militar/soldado: obediencia, valentía; caminante: armonía; padre: carácter; hombre: carácter; anciano: prudencia, sabiduría; niño escolar: responsabilidad; mamá: sacrificio; abuela: tolerancia.

f. Categoría alimentos (ícono: valor o valores asociados). –

Coco: inteligencia; frutas: reciprocidad; pan: tolerancia.

g. Categoría seres mágicos (ícono: valor o valores asociados). –

Ángel: humildad, prudencia; gárgola: lealtad

En cuanto a los íconos asociados con los valores sobresalen: en la categoría de animales el perro con 4 valores asociados y la tortuga con 4 valores asociados; en la categoría de objetos inertes el reloj con 4 valores asociados; en la categoría partes del cuerpo el puño con 4 valores asociados, la

sonrisa con 4 valores asociados, el abrazo, las manos entrelazadas y el corazón con 3 valores asociados cada uno; en la categoría naturaleza la montaña y la nube con 3 valores asociados cada una; en la categoría de personas el militar con 2 valores; en la categoría de alimentos no sobresale uno es especial; y en la categoría seres mágicos sobresale en ángel con 2 valores asociados.

5. Relación del valor con colores

Se identificaron las siguientes relaciones entre el color y los valores:

Color	Valores
amarillo	gratitud, buena actitud, sacrificio, valentía, optimismo, solidaridad, constancia, confianza, esfuerzo, precavido
azul	buena actitud, cortesía, paciencia, perspicacia, diligencia, inteligencia, esfuerzo, felicidad, responsabilidad, resiliencia, reciprocidad
blanco	paciencia, honestidad, fortaleza, empatía, paz, libertad, gratitud, humildad
café	humildad, seguridad, sabiduría, tolerancia, responsabilidad
celeste	libertad, honestidad, tolerancia, constancia, respeto, reciprocidad, perseverancia, sinceridad, humildad
crema	perseverancia
dorado	constancia, sabiduría
gris	igualdad, tranquilidad, autocontrol, sabiduría
morado	empatía, responsabilidad
naranja	esfuerzo, gratitud, sabiduría, responsabilidad
negro	paciencia, resiliencia, precavido, persistencia, empatía, discreción, lealtad, autocontrol
plomo	confianza
rojo	carácter, sabiduría, paciencia, prudencia, lealtad, valentía, respeto, amistad, recuerdos, esfuerzo, justicia, amor, perseverancia, precavido
rosa	empatía, amistad
verde	paciencia, armonía, equidad, perseverancia, responsabilidad, bondad, obediencia, esfuerzo, fortaleza, precaución, lealtad, optimismo, paciencia, verdad, perseverancia, esperanza, carácter
vino	razonamiento

Se encuentra un total de 16 colores asociados a los diferentes valores, de mayor a menor número de valores asociados a cada color se observan los siguientes: verde con 17 valores asociados, rojo con 14, azul con 11, amarillo con 10, celeste con 9, blanco con 8, negro con 8, café con 5, gris con 4, naranja con 4, morado con 2, dorado con 2, rosa con 2, plomo con 1 y vino con 1.

Conclusiones

Los refranes con mayor presencia en la memoria de los estudiantes universitarios son: No dejes para mañana lo que puedes hacer hoy, De tal palo tal astilla, Haz el bien sin mirar a quien y No hay mal que por bien no venga.

Se encontraron 53 valores asociados a los refranes, de los cuales 10 sobresalen de acuerdo al número de veces que fueron nombrados: paciencia, esfuerzo, precavido, responsabilidad, gratitud, perseverancia, sabiduría, buena actitud, empatía

Al momento de agrupar los íconos en categorías, se encontró que la categoría de animales es la más presente en el imaginario con un total de 23 íconos nombrados, seguida por la categoría de objetos inertes con 19, partes del cuerpo con 17 y naturaleza con 17. En total los íconos identificados suman un total de 89, los que debido a su asociación con connotaciones positivas podrían ser una buena fuente de diseño, que transmita valores o asociaciones de bienestar.

Los colores con los que se asociaron más valores son: el verde con 17 valores (paciencia, armonía, equidad, perseverancia, responsabilidad, bondad, obediencia, esfuerzo, fortaleza, precaución, lealtad, optimismo, paciencia, verdad, perseverancia, esperanza, carácter), el rojo con 14 (carácter, sabiduría, paciencia, prudencia, lealtad, valentía, respeto, amistad, recuerdos, esfuerzo, justicia, amor, perseverancia, precavido), el azul con 11 (buena actitud, cortesía, paciencia, perspicacia, diligencia, inteligencia, esfuerzo, felicidad, responsabilidad, resiliencia, reciprocidad), el amarillo con 10 (gratitud, buena actitud, sacrificio, valentía, optimismo, solidaridad, constancia, confianza, esfuerzo, precavido) y el celeste con 9 (libertad, honestidad, tolerancia, constancia, respeto, reciprocidad, perseverancia, sinceridad, humildad).

Referencias

Aguirre, R. (2000). La comprensión del sentido de los refranes en escolares. Uducere.

- Alvarado, A. (2015). Dichos, refranes y el discurso repetido (1.^a ed., p. 4). Colombia: Universidad de Antioquia. Recuperado de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/cecyh/20160609105957/dichosrefranesyeldiscursorepetido.pdf>.
- Barni, D., Ranieri, S., Scabini, E., & Rosnati, R. (2013). Values, family processes, and parenting practices in late adolescence. *Journal of Family Issues*, 34(7), 858-880. doi: 10.1177/0192513X12457168.
- Buitrago, A. (2012). Diccionario de dichos y frase hechas: 5000 dichos y frases hechas diferentes y 3000 variantes de los mismos. Barcelona: Espasa Libros
- Centro Virtual Cervantes (2023). Refranero Multilingüe. Recuperado el 4 de marzo de 2023 de <https://cvc.cervantes.es/lengua/refranero/>
- Cubero, C., & Villanueva, L. (2014). Dichos populares al rescate de la cultura centroamericana. *Repertorio Americano*, 76.
- Flores, S. (2016). Dichos o Refranes Compendio Temático (1.^a ed., p. 18). Mexico: Copit-arXives. Recuperado de <http://scifunam.fisica.unam.mx/mir/copit/CD0006ES/CD0006ES.pdf>.
- García, I. (2016). Refranes y dichos populares en árabe, castellano e inglés. Estudio contrastivo de los aspectos socioculturales, 2.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Sage.
- Kinnier, R. T., Metha, A. T., & Kernes, J. L. (2000). *Values and counseling: A developmental approach*. Jossey-Bass.
- Kohlberg, L. (1969). Stage and sequence: The cognitive-developmental approach to socialization. In D. A. Goslin (Ed.), *Handbook of socialization theory and research* (pp. 347-480). Rand McNally.
- Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design* (2a ed.). Londres/Nueva York: Routledge .
- López, M. A., Delgado, C. A., Pérez, M. E., & García, A. M. (2019). Valores en jóvenes universitarios: un estudio exploratorio. *Revista de Investigación Académica*, 19, 120-130.
- Monge, K. C. (2014). Dichos populares al rescate de la cultura centroamericana. *Repertorio americano*, 70.
- Poncela, F. (200). *La cultura popular los refranes hoy*. Biblioteca virtual miguel de servantes .

Pastoureau, M. y Simonnet, D. (2005). Breve historia de los colores. Barcelona: Paidós.

Rokeach, M. (1973). The nature of human values. Free Press.

Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, 1-65.

Martínez, K. (2010). Refranes alusivos a la enseñanza. (1.^a ed., p. 2). España: Librería el Ateneo.

Rodríguez, M. (2010). Refranes alusivos a la enseñanza. (1.^a ed., p. 1). España: Librería el Ateneo.

Recuperado de [https://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/refranes-alusivos-a-la-ensenanza/html/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Mart%C3%ADnez%20Kleiser%20%22los%20refranes,complejo%20viviente%22%20\(2\).](https://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/refranes-alusivos-a-la-ensenanza/html/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Mart%C3%ADnez%20Kleiser%20%22los%20refranes,complejo%20viviente%22%20(2).)

Zuluanga, A. (2015). Dichos, refranes y el discurso repetido (1.^a ed., p. 6). Colombia: Universidad

de Antioquia. Recuperado de

<http://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/cecyh/20160609105957/dichosrefranesyeldiscursorepetido.pdf>.

© 2023 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).