

Recorrido por el diseño gráfico
ecuatoriano, a través de la
palabra y obra de sus actores.
Aproximación histórica desde
los antecedentes hasta inicios
del siglo XXI y análisis visual.

Tomo I

María Luz Calisto Ponce
Diciembre 2016

Directores: Antonio Arana San Sebastián
César González Ochoa

Recorrido por el diseño gráfico ecuatoriano, a través de la palabra y obra de sus actores. Aproximación histórica desde los antecedentes hasta inicios del siglo XXI y análisis visual.

Tomo I

Esta tesis doctoral ha sido financiada parcialmente por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Proyecto "Historia del Diseño Gráfico en Ecuador" (F19132 PUCE) y por el Instituto Metropolitano de Patrimonio de Quito.

Declaramos que las imágenes que ilustran el texto en el tomo I, solamente han sido utilizadas para complementar la información que se presenta en esta tesis doctoral, sin ninguna otra intención.

Las imágenes que aparecen en el tomo II dentro de los períodos históricos a partir de 1970, han sido cedidas por sus autores e instituciones para el proyecto "Historia del Diseño Gráfico en Ecuador" avalado por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador y para esta tesis doctoral.

Instituciones que han proporcionado información y material gráfico:

Pontificia Universidad Católica del Ecuador: Facultad de Arquitectura, Diseño y Artes; Carrera de Diseño; Centro Cultural; Biblioteca; Ministerio Coordinador de Patrimonio; Instituto Metropolitano de Patrimonio; Fondo Filatélico Museo Numismático - Banco Central del Ecuador; Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado; Archivo Histórico; Hemeroteca y Fondo de Ciencias Humanas del Ministerio de Cultura del Ecuador; Biblioteca Ecuatoriana Aurelio Espinosa Pólit; Biblioteca Nacional Eugenio Espejo; Casa de la Cultura Ecuatoriana; Centro Interamericano de Artes Populares -CIDAP- Cuenca; Universidad Técnica Particular de Loja; Pontificia Universidad Católica sede Ibarra; Pontificia Universidad Católica sede Ambato; Universidad Tecnológica América (UNITA) Ambato; Universidad del Azuay - Cuenca; Universidad Tecnológica América (UNITA) Cuenca; Universidad Santa María - Guayaquil; Escuela Politécnica del Litoral (ESPOL) Guayaquil; Escuela Politécnica de Chimborazo (ESPOCH) Riobamba; Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH) Riobamba; Universidad Técnica de Ambato; Diario El Heraldito - Ambato; Diario El Tiempo - Cuenca.

Diseñadores y profesionales del diseño que aportaron su opinión y su trabajo:

Daniel Acurio, Daniel Adoum Gilbert, Carla Aguas, Natalia Aguilar, Rodrigo Aguirre, Javier Alcaraz, Damián Almeida, José María Almeida, Gilberto Almeida, Giovanna Almeida, Natalia Almeida, Juan Carlos Alvarado, Daniel Álvarez, Fabián Álvarez, Marta Amador, Paulina Amaluisa, Roberto Andrade, Adelaida Aráuz, Mario Arboleda, Sonia Arciniega, Carlos Arcos, Daniela Arias, Verónica Ávila, Pepe Avilés, Mónica Ayala, María José Ayala, Wellington Ayllón (Wilo), Juan Lorenzo Barragán, Paula Barragán, Cristina Barrera, Xavier Barona, Max Benavides, Carlos Benavides, Pablo Benavides, Luis Bencomo, Álvaro Bolaños, Luis Bossano, Karinna Borja, Sabine Bothner, Leonor Bravo, Giovanna Bucheli, Leonardo Bustos, Pilar Bustos, Francisco "Pancho" Cajas, Juan Bautista Calderón Gómez, Juan José Calderón, Fausto Carrera, Hugo Carrera, Galo Carrión, Wilson Castro, Marcelo Cepeda, Amalfi Cerpa, Marcelo Cervantes, Alfonso Cevallos, Edgar Cevallos, Jorge Cevallos, María Alexandra Carrillo, Mauricio Cobo, Fernando Córdoba, Diego Cornejo, Santiago Corral, María Fernanda Córdova, Boris Cornejo, Eulalia Cornejo, Santiago Coronel, Ana Cristina Corral, Diego Corrales, Rossana Costa, Lorenzo Cucalón, Gabriel Cuesta, Santiago Crespo, Marco Chamorro, Richard Clinch, Esteban Delgado, Paul Delgado, Javier De Castro, Bernardette de la Torre, Guido Díaz, Vinicio Echeverría, Jorge Encinas, Mélida Eras Galbán, Jazmín Erazo, Publio Escobar, Carlos Espinosa, Alex Espinosa, Rafael Estrella, Arturo Falconí, Inés María Félix, Ana Fernández, Jaime Flores, Guillermo Flores, Julio Flores, Salomé Flores, Jorge Freire, Marcelo Freyre, Roberto Frisone, Francisco Galárraga, Lucía Gándara, Jorge García, Roberto García Balza, Geraldine Gillmore, Silvio Giorgi, Sandro Giorgi, Guillermo Gómez-Hill, Diego González, Mario González, Jorge Gómez, Santiago González, Tatiana Gómez, María Belén Guerrero, Vinicio Guerrero, Liliana Gutiérrez, Jaime Hidalgo, Hugo Hidrobo, Gustavo Hidrobo, Connie Hunter, Paty Hunter, Lourdes Iturralde, Pablo Iturralde, Ángel Jácome, Cristhian Jácome, Mauricio Jácome, Nelson Jácome, Diego Jaramillo, Juan Carlos Jaramillo,

Raúl Jaramillo, Paola Karolys, Mariana Kuonqui, Diego Lara, Pilar Larrea, Vicente Larrea, Juan Carlos Laso, Mónica León, María Loor, Oswaldo López, Mauricio Luna, Adolfo Macías, Mauricio Maggiorini, Marcelo Maldonado, Claudio Malo, Sebastián Malo, Silvia Malo, Eugenio Mangia, Álvaro Mantilla, Boris Mantilla, Jorge Mantilla, Tito Martínez, Isabel Mármol, Oswaldo Mármol, Tania Márquez, Fernando Maya, Antonio Mena, María Belén Mena, Juan Méndez, Patricia Meier, María Belén Moncayo, Adn Montalvo, Agustín Montúfar, Marcelo Molina, Tito Molina, Carlos Monsalve, Lucio Montalvo, Julio Montesinos, Alberto Montt, Claudia Mora, Juan Carlos Morales, María de Lourdes Morales, Kléber Moreno, Ponto Moreno, Nicole Morillo, María Mercedes Moreno, Rolando Moya, Rómulo Moya, Yor Moscoso, Ricardo Muñoz, Rodolfo Murrieta, Peter Mussfeldt, Edwin Navarrete, Sebastián Naranjo, Motomichi Nakamura, Eduardo Navas, Ricardo Novillo, Jaime Nuñez, Luis Ochoa, Daniel Olmedo, Hernán Orbea, Ximena Ormazza, Lauro Ordoñez, Rafael Ordoñez, Omar Ospina, Susana Oviedo, Antonio Páez, Tito Palacios, Gabriela Pallares, Santiago Parreño, Roger Paredes, Daniel Pástor, Juan Patiño, Consuelo Pavón, Gloria Payares, Mónica Paz y Miño, Evelia Peralta, Polibio Eduardo Pereira, Amira Pérez, Gonzalo Pesántez, Mónica Polanco, Carolina Ponce, Jaime Pozo, Enrico Pupi, Mauro Reyes, Estefanía Rivas, Manuel Romero, Mauricio Rosenfelt, Nadia Rosero, Alfredo Ruales, Mario Ruales, Sixto Ruiz, Teresa Ruiz, José Sáenz, Esteban Salgado, María Mercedes Salgado, Nhora Salgado, Jaime Salvador, Carlos Sánchez Montoya, Marco Antonio Sánchez, Fabiola Solís, Santiago Suárez, Santiago Suárez Suárez, Jacqueline Tamayo, Oswaldo Terreros, Jorge Tite, María Tobar, Pablo Tola, Byron Toledo, Patricio Toledo, Carlos Torres, Esteban Torres, Carla Torres, Bladimir Trejo, Edwin Troya, Patricio Túa, William Urueña, Aurelio Valdez, Francisco "Paco" Valdivieso, Félix Valencia, Mario Vásconez, Damián Vásquez, María José Vélez, Heráclito Vera Loor, Carmen Vicente, Manuel Vieira, Jaime Villa, Eduardo Villacís, José Villarreal, Nelson Villacreses, Jorge Vinueza, Paco Viñachy, Edwin Viteri, Diego Yáñez, Ruth Zabala, Jaime Zalamea, Ana Lorena Zurita, Soledad Zurita.

Agradecimientos

Este trabajo no hubiera sido posible sin la colaboración de muchas personas e instituciones que, de una u otra manera, me han respaldado durante estos años, sin lo cual no habría podido dedicar todo mi tiempo, esfuerzo y concentración en llevar a cabo este proyecto.

Empiezo por mis directores. Gracias a Antón Arana San Sebastián y a César González Ochoa, por la confianza depositada en mí, por su apoyo y valiosos aportes. Por la rigurosidad y claridad con que han sabido dirigirme en la construcción de esta tesis y por su generosidad durante mis estancias en la Universidad del País Vasco y en la Universidad Autónoma de México, respectivamente.

Gracias a la Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología de Ecuador (SENESCYT), por favorecerme con la beca docente, que me permitió desarrollar mi trabajo tanto en España como en México, lo que facilitó que esta tesis llegara a buen puerto.

A la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, por su política de apoyo a los Programas de doctorado para estudiantes de Latinoamérica, lo que me posibilitó realizar dos estancias de trabajo en Bilbao, donde tuve la oportunidad de acceder a una nueva bibliografía, que me proporcionó nuevas perspectivas conceptuales y teóricas para el progreso de mi trabajo.

A los directivos y maestros de la Unidad de Posgrado de Diseño de la Universidad Autónoma de México –UNAM–, especialmente a Ángel Grosso, Oscar Salinas, Ana María Lozada, Maggie Landázuri y Doris Vélez, por facilitarme el uso de sus instalaciones y poder acceder a la consulta de material bibliográfico durante mis dos estancias en la ciudad de México, para el desenvolvimiento de mi tesis.

A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, donde presto mis servicios académicos, por apoyarme en la realización de este proyecto, y facilitarme las respectivas licencias académicas.

Gracias también al Instituto Metropolitano de Patrimonio (IMP) por su contribución al desarrollo del proyecto y por facilitar que se completara y publicara parte de la investigación.

Mi reconocimiento a Gisela Calderón por su amistad y su imprescindible colaboración durante el proceso de este proyecto. A los diseñadores entrevistados, sin cuya confianza y apoyo no hubiera sido posible este trabajo, así como a todas las instituciones y amigos que nos proporcionaron material informativo y fotográfico de manera desinteresada.

Gracias a Guido Díaz, Evelia Peralta, Anna Calvera, Isabel Campi, Raquel Pelta, Enric Satué, Oscar Salinas, Luz del Carmen Vilchis, Marina Garone por escucharme y darme sus valiosas opiniones y consejos.

Gracias a los amigos diseñadores del País Vasco que me han alentado y estimulado, por su hospitalidad, su opinión y aportaciones en todos mis requerimientos sobre la profesión y las vivencias en Bilbao: Diego Rodríguez, Xavier González, Victoria Carril, y demás colegas que conocí a través de ellos.

A Marina López Benito por la corrección de estilo; María del Carmen Prado y Esteban Muela, en la elaboración de gráficos y maquetación. Gracias también al equipo de apoyo durante el proceso de investigación: María Elisa Laso, Cristina Arias, Susana Najas y Klever Tapia.

Finalmente, quiero mencionar a Karina Borja y María del Carmen Jiménez, amigas que me han aconsejado y animado durante la aventura emprendida para desarrollar esta tesis.

A mi familia, amigas y amigos de Ecuador, España y México por su apoyo y solidaridad. Sería muy larga la lista de todas las personas que me han apoyado, agradezco a todas y a todos por la ayuda recibida.

Gracias

*“El hacer me lleva al
pensar, y el pensar me
lleva al hacer”*

Otl Aicher

Índice de contenido

Introducción	19
El problema	21
Estado de la cuestión	23
Interés del tema.....	24
Hipótesis	25
Objetivos.....	25
Metodología	26
Estructura organizativa de este trabajo.....	28
Motivaciones personales.....	30

Capítulo cero. Desde dónde y cómo pensar el diseño gráfico y su historia	33
0.1 Acerca de la historia	33
0.1.1 La historia y sus metodologías.....	33
0.1.2 Relaciones paralelas entre arquitectura y diseño gráfico	43
0.1.3 Recuperar las voces de los diseñadores.....	46
0.1.4 Periodización de la historia del diseño en	
Ecuador	47
0.2. Acerca de la historia del diseño gráfico en Ecuador ..	48
0.2.1 Construcción de un discurso histórico y teórico sobre el diseño gráfico en Ecuador...	48
0.2.2 Referencia de un país vecino: Colombia.....	61

Primera parte

Capítulo uno. Análisis de los datos recogidos sobre la actividad profesional de los diseñadores	69
1.1 Recopilación de la información.....	69
1.2 Sistematización de la información obtenida a partir de protocolos de encuesta	75
1.3 Análisis de los datos sobre el perfil de la actividad de los encuestados	76
1.4 Sistematización de los datos de los diseños enviados por los encuestados y entrevistados.....	80
Capítulo dos. Antecedentes del diseño gráfico	85
2.1 Los inicios: Cultura Aborigen	85
2.2 La Conquista y la Colonia.....	88
2.2.1 Época de transformaciones	88
2.2.2 Arte y cultura.....	90
2.2.3 La llegada de la imprenta.....	92
2.3 La Independencia y la Nueva República.....	94
2.3.1 Cambios y transformaciones.....	94
2.3.2 Arte, cultura y comunicación visual.....	96
2.4 Siglo XX hasta la década de 1960	98



2.4.1	Hacia la modernización	98
2.4.2	Arte, cultura y gestación del diseño gráfico	101
2.4.3	Artes gráficas y gráfica publicitaria	103
2.4.4	Aires modernos e innovaciones: impresión a color y publicidad.....	105

Capítulo tres. Contexto histórico y panorama del diseño gráfico ecuatoriano, de 1970 hasta inicios del siglo XXI 113

3.1	Década de 1970, la incursión del diseño en el mundo moderno	113
3.1.1	El contexto sociopolítico y económico	113
3.1.2	Educación y cultura. Avances	115
3.1.3	Desarrollo editorial (publicaciones) y comunicación visual	117
3.1.4	Las imprentas	119
3.1.5	Los precursores: publicistas e ilustradores .	120
3.1.6	El diseño gráfico y sus actores.....	122
3.1.7	Repertorio de Actores 1970-1979	123
3.2	Década de 1980, la profesionalización del diseño gráfico en Ecuador	123
3.2.1	El contexto sociopolítico y económico	124
3.2.2	Educación y cultura. Avances	125
3.2.3	Evolución del diseño y la comunicación visual	127
3.2.4	El diseño gráfico y sus actores.....	130
3.2.5	Repertorio de Actores 1980-1989	137
3.3	Década de 1990, la expansión del diseño gráfico en Ecuador.....	138
3.3.1	El contexto sociopolítico y económico	138
3.3.2	El diseño en la educación y la cultura.....	139
3.3.3	El diseño y la comunicación visual.....	141
3.3.4	El diseño gráfico y sus actores	142
3.3.5	Repertorio de actores 1990-1999	150
3.4	2000-2005, la globalización	151
3.4.1	El contexto sociopolítico y económico	152
3.4.2	Educación y cultura. Avances	153
3.4.3	El diseño gráfico y la comunicación visual .	154
3.4.4	El diseño gráfico y sus actores.....	156
3.4.5	Diseñadoras y diseñadores gestores de proyectos culturales y de diseño	162
3.4.6	Repertorio de actores 2000-2005	165

Capítulo cuatro. La Asociación de Diseñadores Gráficos de Pichincha, ADG (1990-2004) 169

4.1	Primera Bienal del Afiche ADG (1994).....	169
4.2	Primer concurso de ilustración infantil (1996).....	169
4.3	Segunda Bienal del Afiche en Ecuador (1996).....	171
4.4	Primera Muestra Internacional del Afiche (1996) ..	173



4.5	Concurso <i>Para que no se olvide</i> (1997).....	173
4.6	Concurso 'Logos Ecuatorianos' (2000).....	175
4.7	Tercera Bienal del Diseño Gráfico en Ecuador (2000).....	176
4.8	Cuarta Bienal de Diseño Gráfico en Ecuador (2002)	177
4.9	Segundo Concurso Nacional de Ilustración ADG/Galápagos (2003).....	178
4.10	Quinta Bienal de Diseño Gráfico en Ecuador (2004).....	179
4.11	Cese de la ADG (2006).....	181
4.12	Internacionalización del diseño gráfico ecuatoriano	181

Segunda parte

Capítulo cinco. Hacia una definición del diseño gráfico ecuatoriano desde la voz de sus actores

	187
5.1	Diseño gráfico: definición, origen y legitimación en Ecuador.....	187
5.2	Definición del término formulada por los actores del diseño gráfico ecuatoriano.....	191
5.3	Origen del diseño gráfico ecuatoriano según la opinión de los diseñadores.....	193
5.4	Legitimidad del diseño gráfico ecuatoriano.....	199
5.5	Cultura de diseño en Ecuador	201

Capítulo seis. Análisis del lenguaje visual en el diseño gráfico de Ecuador entre 1970 y 2005

	211
6.1	Búsqueda de una nueva organización del archivo documental.....	211
6.2	Depuración del <i>corpus</i>	218
6.3	Definición de las categorías para el análisis visual ..	225
6.3.1	Tipografía	228
6.3.2	Imagen.....	232
6.3.3	Color	237
6.3.4	Proporción entre texto e imagen.....	241
6.3.5	Composición	242
6.3.6	Tecnología	246
6.4	A modo de conclusiones	247

Conclusiones

	249
--	-------	-----

Bibliografía

	265
	Referencias Bibliográficas	265
	Bibliografía de Consulta	270
	Consultas web	274
	Entrevistas	276

Anexos

	283
--	-------	-----

Índice de Figuras

Figura 1 Botella silbato de efigie de un coatí (Nasa nasua) con pintura negra iridiscente	86
Figura 2 Logotipo de la empresa Bonita, exportadora de banano	106
Figura 3 Logotipo del Banco Central del Ecuador	108
Figura 4 Logotipo del Banco Pichincha	108
Figura 5 Logotipo de la Confederación Ecuatoriana de Organizaciones Clasistas CEDOC	120
Figura 6 Evaristo. Personaje animado utilizado por el municipio de Quito en campañas de publicidad social	129
Figura 7 Logotipo del bar El Pobre Diablo	147



Índice de Gráficos

Gráfico 1 El diseñador gráfico y su contexto	71
Gráfico 2 Porcentaje de actores que envían su trabajo	73
Gráfico 3 Porcentaje de diseñadores que envía fichas técnicas de los trabajos	73
Gráfico 4 Porcentaje de diseñadores que llenaron cuestionario	74
Gráfico 5 Porcentaje de diseñadores que adjunta hoja de vida .	74
Gráfico 6 Ficha técnica del archivo documental	75
Gráfico 7 Nivel de estudios	76
Gráfico 8 Lugar de trabajo.....	77
Gráfico 9 Condición en que desempeña su trabajo	77
Gráfico 10 Fortalezas en diseño editorial	78
Gráfico 11 Fortalezas en diseño publicitario	78
Gráfico 12 Fortalezas en diseño de identidad	79
Gráfico 13 Fortalezas en otros rubros	79
Gráfico 14 Fortalezas en producción independiente	80
Gráfico 15 Pertenencia a una Asociación	80
Gráfico 16 Porcentaje de piezas recopiladas por áreas y décadas	81
Gráfico 17 Piezas de diseño de acuerdo a género del archivo general	82
Gráfico 18 Clasificación por campos	217
Gráfico 19 Imágenes seleccionadas según áreas del diseño gráfico por décadas	223
Gráfico 20 Porcentaje de imágenes seleccionadas según campos de diseño gráfico por décadas	224
Gráfico 21 Porcentaje de piezas presentadas por género en la selección de imágenes	224
Gráfico 22 Uso de la tipografía por décadas	232
Gráfico 23 Tipo de imagen utilizada total por categoría	236
Gráfico 24 Tendencias de color por décadas	241
Gráfico 25 Proporción entre texto e imagen utilizados en un diseño	242
Gráfico 26 Manejo de la composición en el diseño	246
Gráfico 27 Uso de la tecnología	246



Índice de Tablas

Tabla 1	Cuadro comparativo de clasificación del diseño gráfico	213
Tabla 2	Tamaño de muestra	218
Tabla 3	Distribución de tamaño de muestra	219
Tabla 4	Distribución y ajustes por campos	219
Tabla 5	Número de obras seleccionadas para análisis formal por campos y décadas	220
Tabla 6	Porcentaje de número de piezas por década de archivo seleccionado	221
Tabla 7	Tipo de imagen utilizada en los diseños por década	237



Desde sus inicios el ser humano ha buscado formas de comunicarse con sus semejantes y plasmar sus experiencias, lo ha hecho mediante señas, de manera oral, de forma visual mediante representaciones gráficas, hasta que consiguió conformar sistemas de escritura que le permitieron comunicarse más ampliamente e inclusive a la distancia. A partir de esta necesidad de comunicación se desarrollaron varios sistemas cada vez más inteligibles y dinámicos. Así, de los procesos manuales, se pasa a los procesos mecánicos como es el caso de la invención de la imprenta de Gutemberg, la linotipia y la monotipia, más tarde el fotograbado, la máquina de hacer papel y los nuevos medios de comunicación como el telégrafo, el teléfono, la radio y la televisión.

En el curso de la historia, estas necesidades se han satisfecho por diferentes personas, incluyendo escribas, impresores y artistas. Pero no fue sino hasta 1922 cuando el importante diseñador de libros William Addison Dwiggins, acuñó el término diseñador gráfico para describir sus actividades como las de un individuo que dio un orden estructural y de forma visual a las comunicaciones impresas, más que para determinar de manera apropiada a una profesión reciente. El diseñador gráfico contemporáneo es heredero de un distinguido linaje: los escribas sumerios, quienes inventaron la escritura, los artesanos egipcios que combinaron palabras e imágenes en manuscritos de papiro, los impresores chinos que utilizaron trozos de madera, los ilustradores medievales, así como los impresores y compositores del siglo XV, quienes diseñaron los primeros libros impresos europeos; todos ellos forman parte de la rica herencia e historia del diseño gráfico (Meggs, 2006: xiii).

Entendemos el diseño gráfico como una actividad cuyo objetivo es comunicar, mediante elementos visuales, mensajes en los que el texto y la imagen son los componentes fundamentales de la representación gráfica, los cuales el diseñador gráfico dispone para transmitir la información. El diseño gráfico se puede considerar una acción transversal en nuestra sociedad, que influye y a su vez está influida por los contextos económicos, sociales y culturales de un lugar en un momento histórico determinado.

Podríamos decir que en Ecuador se consideran como antecedentes del diseño gráfico los símbolos de las culturas aborígenes así como los íconos religiosos y manuscritos de la época colonial. Posteriormente, con el desarrollo de la imprenta y de las artes gráficas, así como con la expansión y popularización de los medios de comunicación en el siglo XX, la visibilidad del diseño gráfico aumentó gracias al quehacer de ilustradores, dibujantes y de la gráfica publicitaria de las décadas de los años 60 y 70. El diseño gráfico se profesionalizó en los años ochenta, época en la que aparecieron profesionales del área, surgieron varios institutos y escuelas de diseño y se conformó la Asociación de Diseñadores Gráficos, la cual abrió espacios para el encuentro,



el debate y la promoción del diseño gráfico ecuatoriano. A partir de los años 90, con la introducción de la computadora, esta rama del diseño se ha consolidado como una actividad reconocida.

El trabajo que aquí presentamos forma parte del proyecto de investigación sobre historia y teoría del diseño gráfico ecuatoriano que, con el objeto de crear una línea de investigación sobre el tema, se lleva a cabo en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Con excepción de unas cuatro publicaciones, tipo catálogo, donde se muestra el trabajo de unos pocos profesionales, no hay publicaciones que aborden la historia del diseño gráfico en Ecuador. Este tesis es parte de este proyecto, que cuenta ya con algunos resultados publicados, y que permitirá avanzar en esa dirección.

Esta tesis doctoral constituye el comienzo de un proyecto a largo plazo, y consta de dos etapas; la primera, que consideramos que debe ser el punto de partida para cualquier otro proyecto de este tipo en el futuro, es la investigación de campo en Ecuador mediante fuentes primarias; en ella se puede apreciar las características de la actividad de los diseñadores gráficos, un panorama general sobre el diseño gráfico en el país, cuyo producto es un registro de los principales actores del diseño y su contexto histórico, así como un archivo documental de imágenes, las cuales se organizan y ordenan de acuerdo con la clasificación propuesta por Enric Satué (1995); para este archivo, se han desarrollado dos herramientas digitales con sus respectivos métodos de búsqueda, uno, la base de datos FileMaker Pro y, dos, la página web: www.historiadisenio.ec.

La segunda fase consiste en el análisis de los resultados de la etapa anterior; en ella se consigue replantear la clasificación del archivo documental y sistematizar los datos acerca de la conformación del campo del diseño gráfico; finalmente, se establecen parámetros acerca del comportamiento del diseño desde el punto de vista de la gramática visual, lo que hemos considerado como el lenguaje propio y base del diseño gráfico. Todo esto a partir de las imágenes recopiladas y al tenor de los periodos históricos estudiados.

Con este trabajo pretendemos cuestionar, confrontar opiniones y relacionarlas con los acontecimientos del devenir del diseño gráfico en el contexto histórico de la vida social de Ecuador. Nuestra intención es que sea incluyente, que abarque el más amplio espectro de los agentes del diseño; el objeto de este rasgo es lograr que los diseñadores, estudiantes y usuarios del diseño tomen conciencia del legado cultural de esta disciplina. Nuestra finalidad es obtener una aproximación a la historia del diseño



gráfico desde una perspectiva local, ecuatoriana, y, con ello, alcanzar la meta de subsanar la carencia de información existente, y, de esa manera, comprender cuál es nuestra problemática y cómo se resuelve desde nuestra realidad y circunstancia. Para lograrlo nos hemos basado, en primera instancia, en la palabra y en la obra de un amplio grupo de diseñadores como fuente informativa; posteriormente hemos tratado de buscar las constantes y los aspectos más generales en el diseño gráfico de Ecuador.

Cabe resaltar que, si bien actualmente hay otras tendencias con respecto a la conceptualización e investigación sobre el diseño, este trabajo comenzó en el año 2007 por lo que se trabajó con las características que presentaba la información de esa época. A partir de las estancias de investigación que pudimos hacer en México y España, en los últimos años se continuó con el desarrollo y la actualización de la información en la medida de lo posible, aunque también se han mantenido algunas de las premisas del planteamiento inicial.

El problema

Como testigo de su desarrollo histórico, Ecuador cuenta en su legado cultural con un conjunto de objetos gráficos, tales como ilustraciones, grabados, libros, periódicos, afiches, billetes, boletos, sellos postales, entre otros, que se caracterizan por la utilización de un sinnúmero de formas, colores, técnicas, tipografías y conforman una riqueza iconográfica que nos motivó a plantear como finalidad del proyecto la construcción de una memoria gráfica, así como el reconocimiento y registro de los objetos gráficos que son testigo de parte de nuestra historia, no sólo en su contenido y en su contexto, sino también en la forma de transmitir el contenido.

Si bien existe un cierto acuerdo entre los analistas que el diseño gráfico tiene algo más de cien años de vida, en Ecuador su presencia no se extiende más allá de cuatro décadas. Podría decirse que aparece en los años setenta pero es a partir del boom petrolero cuando comienza su desarrollo y su presencia se vuelve cada vez más importante en todas las actividades comunicacionales.

En los años ochenta, mientras el país vive una pujante actividad comercial, afloran las primeras escuelas e institutos dedicados a formar diseñadores. Desde entonces el gremio no deja de crecer, al punto que, en 1989, se crea la primera agrupación profesional en el país, la Asociación de Diseñadores Gráficos de Pichincha. A

partir de esa fecha, se registran algunas publicaciones referentes al diseño, pero ninguna de ellas lo aborda desde planteamientos históricos.

En vista de que las diferentes expresiones gráficas son parte del patrimonio nacional ya que son objetos que cumplen una función específica, que se realizan en un momento histórico particular, con una técnica determinada, que los vuelve objetos reconocibles por un colectivo y los hace trascender ese tiempo y espacio. Por ello, podríamos decir que se trata de un patrimonio gráfico, ya que las imágenes actúan como catalizadoras de la conciencia, generan reflexión, proximidad y un sentimiento de pertenencia a un territorio determinado, en este caso a Ecuador.

Todavía existe un legado y un trabajo gráfico por descubrir, especialmente en estos tiempos de globalización en donde nos enfrentamos a un doble fenómeno. Por un lado, a la ruptura de las identidades, de la memoria colectiva, del sentido de pertenencia; por otro, a la cercanía que permite la tecnología, que nos reúne y nos inserta en un proceso que poco a poco transforma las culturas y las identidades. De ahí la necesidad de registrar y conocer la historia gráfica del país.

Nos hemos preguntado, entonces, de qué manera el campo de la investigación en diseño puede intervenir culturalmente en una sociedad con el propósito de rescatar, registrar y comunicar el patrimonio gráfico, así como de ayudar a la construcción de la identidad nacional y la memoria colectiva. Según nuestra perspectiva, son los diseñadores gráficos quienes precisamente cuentan con el conocimiento, las herramientas y todas las capacidades para generar proyectos que se vinculen con áreas culturales. Sin embargo, no se trata solamente de rescatar y registrar la obra gráfica, sino también de propiciar una reflexión sobre la práctica del diseño y el rol social y cultural que posee la gráfica en general y el diseño gráfico en particular.

Hoy en día podemos decir que vivimos en la 'era de la imagen'; y por lo tanto, toda imagen gráfica ha de estar diseñada; por lo que, es fundamental que detrás de cada imagen haya un diseñador; sin embargo poco o casi nada se reflexiona sobre el rol del diseño y del diseñador como actores fundamentales del campo social y cultural. De ahí la necesidad de indagar el pensamiento y análisis del quehacer de los exponentes del diseño y de sus campos de acción.

La necesidad de responder a la demanda de información histórica por parte de los diseñadores y estudiantes de diseño en Ecuador, nos llevó, primero, a la realización de una investigación que



documentara de manera gráfica y textual la historia del diseño gráfico y sus antecedentes, así como de un archivo documental que registrara la obra diseñada, y, segundo, a indagar sobre el comportamiento del diseño en cada etapa histórica, desde la óptica del lenguaje visual. En este proceso se trabajaron tres campos: el histórico, que da cuenta de la problemática y su trayectoria; los criterios organizacionales y de clasificación del diseño gráfico; y el carácter que tiene actualmente esta disciplina en el marco general de la cultura y de la sociedad. Se trató, pues, de hacer un recorrido por la memoria gráfica y visual de Ecuador, en el que se recogieran los principales hitos del diseño gráfico con sus respectivos antecedentes descritos a partir de la gráfica dentro de los campos social, cultural, educativo, económico, estatal y político.

Estado de la cuestión

Este estudio que, como se ha dicho, parte de la inexistencia de información, reflexión y teorización sobre el diseño gráfico ecuatoriano, ha estado motivado por tres áreas problemáticas:

- a) La ausencia de información sistematizada sobre diseño gráfico es un problema que no se presenta solamente en Ecuador sino en Latinoamérica en general. Entre las pocas publicaciones sobre historia del diseño gráfico que podemos encontrar, tenemos las siguientes: en Brasil, *Uma introdução à história do design* (Cardoso, D. 2000); en Chile, *Historia del diseño gráfico en Chile* (Alvarez, P. 2004); *Historia del diseño en América Latina y el Caribe. Industrialización y comunicación visual para la autonomía* (Fernández, S. y Bonsiepe, G. coord. 2008) que contiene una compilación de artículos de varios autores sobre cada país; en Argentina, *La travesía de la forma. Emergencia y consolidación del diseño gráfico (1948-1984)* (De valle, V. 2009); en México, *Historia del diseño gráfico en México 1910-2010* (Vilchis, L.C. 2010).
- b) La insuficiente investigación en la producción de conocimiento, de memoria y registro local del diseño gráfico, frente a la expansión de las influencias debidas a la globalización, al ser una disciplina relativamente joven particularmente en nuestro país, y con poca documentación teórica y peor aún, investigaciones y teorías desde la perspectiva no sólo del país, sino desde Latinoamérica. A nivel mundial encontramos múltiples definiciones, enfoques y formas de ordenar y clasificar el diseño, lo que demuestra que es necesario continuar con la

reflexión y la investigación sobre el quehacer del diseño, especialmente desde espacios locales que aporten a las visiones globales. Entonces, desde la óptica latinoamericana, nos preguntamos cómo se define el diseño gráfico, desde cuándo existe, en qué periodo histórico, a partir de qué acontecimientos, de qué hechos depende. Por esto intentamos hacer una historia del diseño gráfico en Ecuador, su contexto y periodización, en la que se analicen los hechos particulares ligados a estructuras más amplias que nos permitan analizar y explicar los acontecimientos.

- c) El diseño gráfico nace cobijado por diversas áreas del conocimiento como el arte, la arquitectura, la semiótica, etc. y bajo influencias de los países más desarrollados, en los que su situación y su estado son muy diferentes a los de la realidad latinoamericana. En su mayoría, los sectores académicos han tomado referencias de otros países para desarrollar sus programas, sin mayor reflexión sobre las implicaciones culturales y sociales en el medio. Esto ha derivado en una escasa investigación sobre los aspectos teóricos y sobre la práctica del diseño realizadas desde una óptica nacional, sea en el sector académico o en el profesional.

Interés del tema

Por tanto, al comprobar que no hay mayor preocupación desde el campo académico sobre este tema, la importancia de este trabajo radica en ser pionero. Debido a la corta tradición de esta disciplina como actividad profesional en nuestro país, no se han generado estudios y debates sobre su pertinencia y rol en el contexto nacional, como parte de un devenir histórico, social y cultural. Las metodologías tradicionales de investigación de la historia del arte y la arquitectura, que se orientaban hacia los artistas o arquitectos como individuos o a la obra aislada, no se ajustan a la nueva y compleja historia del diseño gráfico, que debe tomar en cuenta el contexto cultural, social, económico y la forma de operar del diseño dentro de éste. Necesitamos buscar formas de hacer historia que encajen en las necesidades específicas del diseño en general y del diseño gráfico en particular.

Los estudios sobre diseño pueden realizarse desde varias disciplinas y enfoques, como son los análisis de características formales, estéticas y funcionales; las conexiones y efectos que produce en las audiencias; las interrelaciones con el desarrollo



económico, social, tecnológico, etc. También se pueden tratar a través de las distintas áreas del diseño gráfico como son los afiches (carteles), el diseño editorial, la imagen corporativa, el branding, los nuevos medios de comunicación, los empaques y embalajes, la ilustración, el cómic, la gráfica popular, entre otros. En nuestro caso, hemos visto la necesidad de abordar el tema en un primer momento desde la historia y sus metodologías, con el fin de poder ver al diseño con ojos de historiador y a la historia con ojos de diseñador; de allí que hayamos tratado de engranar ambas para optimizar los resultados. No se pretende hacer un trabajo histórico exhaustivo, sino más bien tentativo y de exploración hacia el conocimiento y la comprensión de lo que ha sido y es el diseño gráfico en el país, mediante testimonios orales y del inventario visual con una sistematización preliminar, que permita luego analizar e interpretar.

Sin embargo, centrar el estudio únicamente en el trabajo de los diseñadores es dar una versión parcial de su desarrollo. Se trata más bien de indagar acerca de la evolución de una actividad inserta en el desarrollo económico, social y cultural de la sociedad, considerando el papel de los diseñadores gráficos, las obras y otros aspectos de incidencia, como la educación, la producción, el consumo y la tecnología.

Hipótesis

A partir de las preguntas y objetivos manifiestos, hemos trabajado bajo la siguiente hipótesis: en una realidad como la ecuatoriana, con poca experiencia de investigación en el campo del diseño, se puede contribuir al conocimiento teórico así como a construir la memoria visual y a proyectar al diseño gráfico desde una visión local por medio de una investigación que construya un archivo documental y elabore un análisis sobre la evolución histórica del diseño gráfico y su lenguaje visual.

Objetivos

Como objetivo general nos hemos planteado contribuir al desarrollo y fortalecimiento del conocimiento y cultura sobre el diseño gráfico en Ecuador, además de construir la memoria registrada y documentada del mismo, a la vez que estudiar y analizar, desde el lenguaje visual, el comportamiento que ha tenido este, como actividad conceptual y profesional dentro del campo de la comunicación visual.



Una vez establecido el objetivo general, determinamos los objetivos particulares, que son:

- Recopilar, registrar y documentar información textual, oral y gráfica de los actores del diseño gráfico, las instituciones académicas y los campos de acción del diseñador gráfico como prensa escrita, editoriales, publicidad e imprentas.
- Organizar, analizar y sistematizar la información de la actividad profesional, mediante la realización de un archivo documental que contenga la memoria histórica del diseño gráfico en el Ecuador desde sus antecedentes hasta inicios del siglo XXI.
- Generar, con el archivo documental, una herramienta digital interactiva de carácter público (página web), que permita seguir alimentando la memoria histórica del diseño en Ecuador.
- Analizar el comportamiento evolutivo del diseño gráfico desde la perspectiva de la aplicación del lenguaje visual.

Metodología

La investigación que hemos realizado es teórica–aplicada, de tipo exploratorio y de carácter interpretativo. Debido a que es la primera aproximación histórica al desarrollo del diseño gráfico en el país, hemos recopilado, analizado y sistematizado la información obtenida básicamente de fuentes primarias puesto que el material escrito sobre el tema es muy escaso.

Basado en las referencias que se citan, el presente trabajo aborda el problema paralelamente desde dos niveles: la investigación bibliográfica y documental, por un lado y, por otro, la de campo, ésta con métodos empíricos que utilizan fuentes primarias a través de entrevistas, encuestas y observación directa de los diferentes actores y agentes del diseño, así como de instituciones relacionadas.

La investigación y recopilación de información bibliográfica y documental se ha efectuado en dos momentos, al inicio de la investigación, con la información de la que disponíamos recabada al interior del país y, posteriormente, datos más actualizados en las estancias realizadas en España y México, lugares en donde se encontró nueva bibliografía que sirvió para reformular algunos planteamientos.

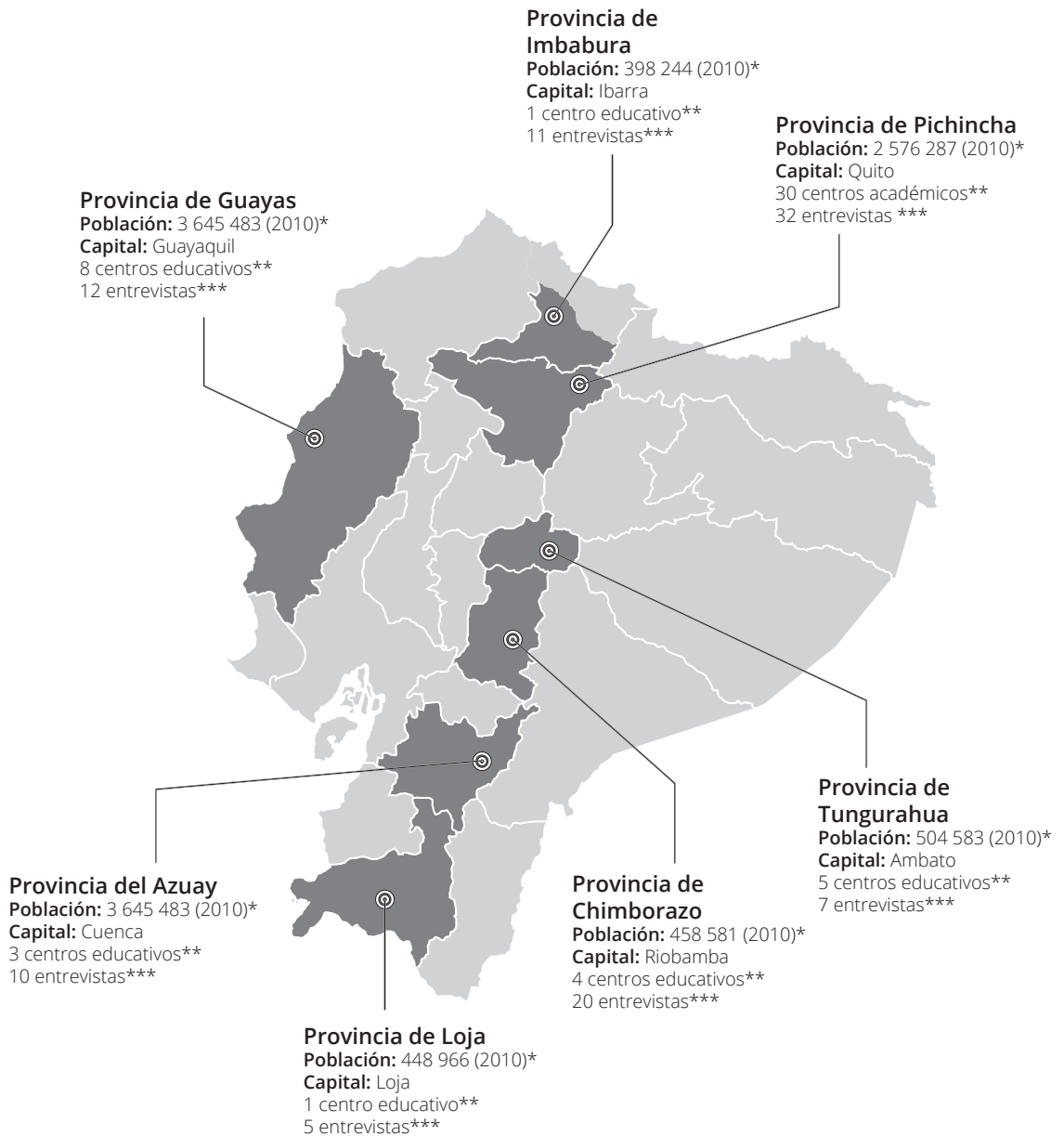
La investigación de campo se realizó en las principales ciudades de Ecuador que hasta esa fecha contaban con escuelas de diseño: Quito, Guayaquil, Cuenca, Ibarra, Ambato, Riobamba y



Loja, como podemos ver en el siguiente mapa. Esa información se recopiló mediante entrevistas realizadas a diseñadores de esas ciudades, a representantes de escuelas e instituciones académicas y a personas que trabajan en los diferentes campos

República del Ecuador

Población: 15 000 000 (2010)*
Provincias: 24



Nota destacamos las siete provincias donde, hasta el 2005, se contaba con centros académicos en los que se impartía la carrera de diseño gráfico.

* Datos del Instituto Nacional de Estadística y Censo. Censo 2010
** Universidades e Institutos que imparten la carrera de diseño gráfico
*** A diseñadores gráficos, profesionales independientes o vinculados a empresas y a docentes

donde actúan los diseñadores, como son prensa escrita, publicidad e imprentas. Se grabaron entrevistas en directo y se enviaron cuestionarios de entrevista y encuestas vía email. De la misma manera se hizo la recopilación del material gráfico. En su mayoría, los mismos diseñadores proporcionaron imágenes de su trabajo en cada una de las ciudades y en una mínima proporción fue necesario complementarla, buscando en algunas publicaciones o en archivos de la Asociación de Diseñadores Gráficos de Pichincha (ADG).

En una primera fase se sistematizó la información oral, textual y visual que se obtuvo y se hizo un análisis preliminar de la información, que dio como resultado la publicación del documento de informe de investigación, así como el archivo documental de imágenes ordenado por periodos con su respectiva ficha técnica. Se procedió, además, a analizar los datos obtenidos en las respuestas de las encuestas enviadas vía email respecto a ciertas características sobre la práctica de los diseñadores. En la segunda fase, se profundizó en la definición de diseño gráfico desde una visión ecuatoriana y se analizó una muestra de los trabajos de diseño recopilados en el archivo documental en relación con la aplicación de criterios del lenguaje visual por parte de los diseñadores. En esta fase se realizaron nuevas entrevistas a un grupo de diseñadores para reforzar algunos de los temas.

Estructura organizativa de este trabajo

Hemos estructurado el trabajo en dos bloques que corresponden a las dos fases de investigación mencionadas. Previo al inicio del primer bloque y con el fin de encontrar una guía para enfocar nuestro tema de estudio, nos hemos planteado un acercamiento a los conceptos y métodos de la historia en general y de la historia del diseño en particular, con el objeto de entender los planteamientos, procesos y miradas históricas que fueron guía y fundamento de la presente investigación.

En el primer bloque [Parte 1], que corresponde a la primera fase de la investigación, abordamos el contexto ecuatoriano en el que se ha originado y desarrollado el diseño gráfico. Así, en el primer capítulo se realiza el análisis de los datos obtenidos en las entrevistas y encuestas realizadas durante la primera parte de la investigación de campo y se sistematizan los datos recabados en relación al perfil de los diseñadores y de la profesión. En el segundo presentamos los antecedentes del diseño gráfico, que abarca los periodos históricos desde las



Culturas Aborígenes, la Conquista y la Colonia, la Independencia y la Nueva República, hasta la década de 1960. En el tercer capítulo, nos hemos aproximado a la historia del diseño gráfico en Ecuador según la evolución histórica del país, de acuerdo con una periodización por décadas hasta el año 2005, momento de irrupción de las nuevas tecnologías digitales, que dieron un giro en el tratamiento del diseño gráfico, razón por la que hemos determinado ese límite temporal. En el cuarto capítulo, último de este primer bloque, hablamos de la Asociación de Diseñadores Gráficos de Pichincha cuya presencia ha sido clave en el reconocimiento, posicionamiento y difusión del diseño gráfico ecuatoriano. Al finalizar esta parte hemos introducido un esquema con la línea de tiempo que nos resume de forma gráfica toda la información histórica recopilada en los capítulos anteriores. Creemos que puede aportar una visión global de todo este proceso.

Dentro del segundo bloque [Parte 2], en el capítulo quinto, nos adentramos en el diseño gráfico ecuatoriano con la búsqueda de una definición del mismo desde la voz de los diseñadores de Ecuador; finalmente, en el sexto, hacemos, a partir de una muestra de obras diseñadas, un análisis, de modo exploratorio y de carácter interpretativo, de la aplicación del lenguaje y la gramática visual durante los diferentes periodos históricos tratados.

Por último presentamos las conclusiones y unas líneas de investigación futuras, que en algunos casos consideramos pueden ser recomendaciones para que diversos estamentos, como las instituciones académicas, puedan asumir a la hora de desarrollar sus planes de estudio.

Presentamos la tesis en dos tomos. El tomo I constituido por los dos bloques citados y en el que adjuntamos también un CD con los anexos que contienen información gráfica sobre los procesos llevados a cabo durante la investigación. Así, en los anexos 1, 2 y 3, se incorporan los cuestionarios y documentos que se han utilizado para obtener la información de los diferentes actores del diseño que constan en las bases de datos. En el anexo 4, se han compilado las transcripciones de las entrevistas personales realizadas entre los años 2008 y 2011. El archivo documental de las imágenes enviadas por los propios diseñadores se trabajó con la base de datos File Maker Pro, y lo tenemos en el anexo 5. Esta base documental nos permite hacer una búsqueda por autor, período, área del diseño gráfico, producto y campos del diseño gráfico. Además, para reforzar la investigación en la segunda etapa, se realizaron nuevas entrevistas cuyo proceso y resultados tenemos en el anexo 6.



El tomo II contiene el archivo documental de imágenes que consideramos es un aporte fundamental de este trabajo y que, al estar en un tomo aparte, facilita la correspondencia entre la lectura textual y la de las imágenes. Se presenta en dos partes. En la primera, el archivo documental general de las imágenes agrupadas por periodos y en la segunda las imágenes del archivo seleccionado para el análisis que se realiza en el capítulo 6 del tomo I.

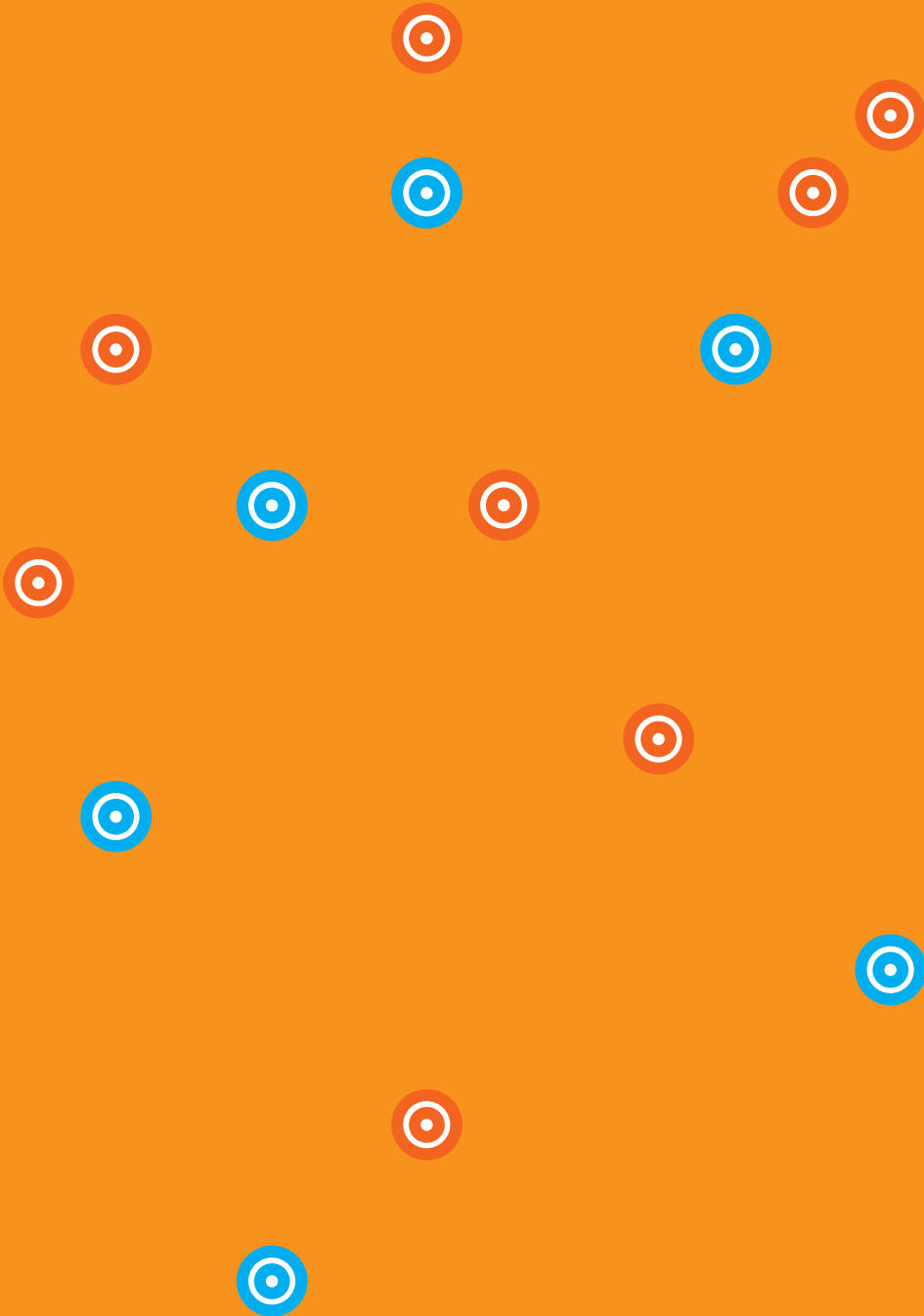
Motivaciones personales

Adicionalmente a los motivos expuestos, hay una serie de inquietudes de orden personal que motivaron el desarrollo de esta aventura investigativa. Una constante preocupación durante mi vivencia personal como profesional y docente del diseño gráfico ha sido no disponer de información y referentes ecuatorianos sobre el diseño en general y el diseño gráfico en particular. Enfrentarme a esta carencia en las aulas y comprobar que del diseño gráfico ecuatoriano no se conocía más que unos pocos nombres, resultaba hasta vergonzoso. Por otro lado, presenciar en las instancias educativas la alta tendencia hacia lo técnico, no sólo en los institutos tecnológicos, sino también en las universidades, donde había -y hay- poca reflexión y mínima inversión en investigación; donde la teoría y la historia del diseño se presentaban de manera fragmentada a partir de referentes foráneos y el bajo nivel profesional en la educación, aumentaron el interés por saber, conocer y sobre todo entender lo que sucedía y buscar los canales para, de alguna manera, intentar llenar estos vacíos.

Consideramos que conocer los referentes del diseño ecuatoriano, saber quiénes son y han sido los diseñadores, qué hacen, cómo actúan, puede ayudar a determinar el mundo del diseño gráfico del mañana, puesto que su posición define el futuro del diseño, así como también el de las entidades académicas y productivas de diseño gráfico, que requieren de la reflexión, análisis, investigación y propuestas. Falta mucho por investigar, por reflexionar sobre la actividad, sobre la conceptualización y práctica del diseño gráfico, sobre la educación, la producción, la tecnología, entre otros, especialmente desde la perspectiva de nuestra realidad ecuatoriana y latinoamericana. Esperamos que este trabajo sirva de motivación a colegas y personas interesadas en el largo camino que queda por recorrer.



Capítulo cero



Varios son los autores y teorías que han guiado este trabajo que pretende establecer, de manera integral, la interrelación entre la historia, la evolución del diseño gráfico en Ecuador y el contexto en el que se desenvuelve.

A partir de la revisión de algunos autores sobre historia, historia del diseño, cultura del diseño, diseño gráfico y, tras contrastar sus planteamientos con la problemática del diseño gráfico en Ecuador, hemos tratado de enfocar la misma, en este trabajo y en lo posible, desde visiones latinoamericanas. En este capítulo presentamos las referencias generales que han sido ejes transversales durante el desarrollo del proyecto. Más adelante, en cada uno de los capítulos, pondremos en acción diferentes referencias de acuerdo con el tema tratado.

Desde dónde y cómo pensar el diseño gráfico y su historia

0.1 Acerca de la historia

El primer cuestionamiento que tuvimos al iniciar este trabajo fue respecto a cómo acercarnos a la historia del diseño sin ser historiadores. Para solventar esta situación, tres autores han sido fundamentales en nuestra incursión en esa disciplina. Jacques Le Goff (2005), *Pensar la historia. Modernidad, presente, progreso*; François Dosse (2006), *La historia en migajas* y Burke (2003), *Formas de hacer historia*. Tres autores que hacen un recorrido por los principales ejes de desarrollo por los que ha transitado la historia y la ‘historiografía’, como define Le Goff: “historiografía o historia de la historia” (2005: 13).

Por su cercanía con el diseño hemos tomado también la postura de Roberto Segre y Eliana Cárdenas (1982), *Método general de investigación científica*, expuesta en *Crítica arquitectónica*¹. También nos ha parecido interesante el planteamiento de Kenneth Frampton (1993), desarrollado en su obra *Historia crítica de la arquitectura moderna*.

0.1.1 La historia y sus metodologías

El diseño gráfico es una disciplina relativamente joven en el mundo. En Latinoamérica cuenta con aproximadamente cincuenta años y en Ecuador solamente con unos treinta y cinco. Poco o casi nada se conoce sobre la historia del diseño en América Latina y menos aún en Ecuador; sin embargo, aunque su pasado sea corto, es necesario conocerlo y entenderlo, de ahí la necesidad de realizar una historia del diseño gráfico del Ecuador, que haga aportaciones no solo al propio país, sino también a la construcción de una historia del diseño en Latinoamérica.

En Ecuador, y en general en Latinoamérica, el diseño ha nacido cobijado por otras disciplinas tales como el arte, la arquitectura, la comunicación y su historia y teoría como disciplinas autónomas, escasamente se han desarrollado; incluso en las escuelas de diseño gráfico, en la asignatura de historia del diseño se imparte historia del arte con pocas referencias al diseño, debido a la escasa información de la que se dispone.

Además los historiadores ecuatorianos manifiestan poco interés en investigar sobre el diseño y los diseñadores, o sobre la teoría e historia del diseño, pero, sería fundamental que esta tarea se

35 años
DE DISEÑO
GRÁFICO
EN ECUADOR

¹ Programa de estudios de la asignatura “Crítica arquitectónica,” propuesta conjunta del Colegio de Arquitectos de Pichincha (CAE) y la Facultad de Arquitectura y Urbanismo (FAU) de la Universidad Central del Ecuador, realizado en Quito, en 1982.

realizara, para tomar conciencia de nuestra propia realidad. Si bien en los últimos años se han producido algunas publicaciones al respecto, la mayoría en Estados Unidos y Europa, enfocadas en su propia experiencia y formas de hacer diseño y muy poco se ha escrito sobre los países menos desarrollados, dentro de su contexto y concepción sobre el diseño.

A pesar de que, actualmente, la interrelación e intercambio de información entre los países es cada vez más amplia, existen muchas diferencias entre la producción de publicaciones, participación en grupos o discusiones entre el centro y la periferia; la mayoría de publicaciones, encuentros, agrupaciones, se concentran en los países del norte, mientras, el sur tiene una escasa producción y por tanto, no tiene voz propia. Por estos motivos consideramos de vital importancia construir un pensamiento y un discurso, basados en la investigación y el conocimiento, a fin de consolidar y legitimar la disciplina en los países de Latinoamérica en general y en Ecuador en particular, donde muy poco se ha hecho para recuperar la memoria y entender el proceso evolutivo que ha tenido la disciplina, a fin de conocerla y proyectarla hacia el futuro.

Para poder hablar de una historia del diseño gráfico en Ecuador es necesario primero entender la historia y su historiografía. Nos referimos a la historia cuando hablamos de los acontecimientos, de los hechos de una realidad, sucedidos en un determinado espacio y tiempo, acontecimientos que pueden ser de diversa índole, intensidad, duración y escala; por ejemplo una crisis económica, una revolución política, la muerte de un personaje, una fiesta nacional o una revuelta popular, entre otros. Pero estos acontecimientos, que aparecen como entes autónomos, aislados, están inmersos como parte constitutiva de un contexto, de un flujo que se encuentra ligado a varios flujos diferentes, que a la vez se relacionan entre sí y que son los que le confieren una coherencia; esa coherencia sólo puede darse cuando a alguien le sucede algo y hay alguien que percibe y comprende ese fenómeno, cuyo entendimiento permite crear conceptos y significados. La historia solo existe a partir de los hechos ocurridos, los estudia, atestigua los acontecimientos con sus cambios y transformaciones. Esto puede ser abordado desde dos puntos de vista: uno, como una secuencia de hechos sucesivos y, dos, como un análisis e interpretación de esos hechos. Es necesario, entonces, que haya una mente que ordene y dé cohesión a los fenómenos para que adquieran sentido y coherencia (Le Goff, 2005; Dosse, 2006; González, 1995)

De esta forma, encontramos las diversas relaciones que tienen los acontecimientos entre sí y frente a otros. Si tratamos los hechos



como fenómenos particulares, aislados de otros y de su contexto social, la interpretación histórica puede estar incompleta, en cambio, ver los acontecimientos como parte integral de un conjunto de hechos relacionados entre sí, como parte de un flujo coherente dentro del contexto social, permitirá una interpretación histórica más completa y de conjunto. Esta visión nos lleva a plantearnos que no existe una sola historia -*la historia*- sino una variedad y diversidad de *historias* que responden a la multiplicidad de hechos y acontecimientos que pueden ser estudiados, interpretados y reconstruidos por una mente, en este caso la del historiador. Trabajar en una historia del diseño, pensada e interpretada por los propios conocedores de su actividad, los diseñadores, es fundamental para complementar la historia del país. Toda actividad tiene su pasado, tiene su historia, que se relaciona con otras historias construidas social y culturalmente.

Hablamos de reconstrucción de los hechos ya que éstos no se dan por sí mismos aisladamente, sino que entran en relación con una mentalidad que, desde el presente, los analiza y los interpreta; encontramos aquí un factor de temporalidad, hay una relación entre el pasado y el presente, entre el hecho ocurrido en el pasado y la intervención intelectual que se hace alrededor de éste en el presente, factor fundamental en el pensamiento histórico. Cuando el investigador se enfrenta al hecho, lo primero que hace es tratar de encontrar la causa de lo sucedido. Si vemos el hecho aislado, buscaremos la causa de ese único acontecimiento, lo veremos como caso único, como algo extraordinario, singular, fuera de la vida común, lo que no permite mirar la serie de acontecimientos y causalidades que se relacionan con éste; de esta manera no podremos entender al acontecimiento como parte de una serie mayor en la que encuentra su coherencia y por tanto, tampoco se podrá advertir la relación de la historia con las otras ciencias como la economía, la sociología y la antropología:

“[...] no puede existir el acontecimiento aislado sino siempre ligado a los demás por algún tipo de relación; que cada acontecimiento forma parte de una serie mayor, que es la que le da coherencia. Esta coherencia, como ya se dijo, no es espontánea sino que tiene que ver con el punto de vista de quien lo estudia; la coherencia es el producto de una mente que percibe y que comprende, porque dar coherencia a los hechos o a las series de hechos es darles un sentido” (González, 1995: 1).

Entendida así la historia en términos generales, nos preguntamos entonces, cuál ha sido la evolución de la historia y cuál puede ser su relación con el diseño. Creemos necesario hacer un breve recorrido que nos sitúe en los periodos y movimientos históricos importantes. La historia, al igual que las otras ciencias, ha tenido sus cambios y transformaciones en el devenir del tiempo. En la antigüedad la historia fue concebida para relatar los hechos extraordinarios y destacados de la vida común de una sociedad,

como por ejemplo el de ciertas personalidades que ocupaban espacios de poder en algunos periodos. La historia se caracterizó por estar al servicio de los diferentes poderes, en especial del Estado y la Iglesia.

Hasta los años treinta se continuó con la historia-relato y la historia-testimonio, que nunca han dejado de utilizarse en el desenvolvimiento de la ciencia histórica; estos modos de hacer historia, sin embargo, han sido criticados y cuestionados, lo que ha producido un cambio al observar la necesidad de desarrollar la explicación histórica. En esta etapa la información oral fue superada por la información escrita, para ser utilizada como testimonio, como apunta Le Goff: “así como en el XX se hizo la crítica de la noción de hecho histórico, que no es un objeto dado, puesto que resulta de la construcción de lo histórico, así también se hace hoy la crítica de la noción de documento, que no es material bruto, objetivo e inocente, sino que expresa el poder de la sociedad del pasado sobre la memoria y el futuro: el documento es monumento” (Le Goff, 2005: 11). El relato histórico, además, se vio influido por la situación política, económica y social por la que atravesaba el mundo a principios del siglo. Es en este momento en el que se replantea y cuestiona la forma en que se venía desarrollando esta disciplina.

El cuestionamiento y replanteamiento de la posición del historiador y de la manera de hacer historia surge con la creación de la *Revista Annales*, proyecto de Marc Bloch y de Lucien Febvre. La revista nace en 1929 en Francia, año de la gran crisis mundial, y no responde tanto a la posición de estos autores frente a la crisis, sino a la necesidad de entender y actuar en un periodo en el que el mundo se mueve de lo político a lo económico. Hasta la Primera Guerra Mundial la historia había enfocado su acción en el registro del nacionalismo y el patriotismo. A partir del trauma de la guerra, la historia busca nuevos planteamientos que se distancian del poder y se acercan a la gente común, a lo cotidiano, a lo popular. Antes de la guerra, el referente del discurso era, sobre todo, Europa; al finalizar la guerra, se ve desplazado por el surgimiento de las nuevas potencias, como Japón y Estados Unidos. Afloran diversas problemáticas que provocan un giro de la visión eurocentrista, tales como la dependencia frente al Nuevo Mundo y la toma de conciencia de los ‘otros mundos’, es decir, de la pluralidad y multiplicidad de civilizaciones. Frente a este contexto, la historia también cambia su óptica y se opone a la historiografía dominante, la positivista (Dosse, 2006).

En medio de las dos concepciones opuestas que se observan en este tiempo, por un lado, el capitalismo con sus contradicciones, que provoca inflación, recesión, desempleo y



paro, reforzados por regímenes totalitarios como el fascismo y el nazismo y, por otro lado, la propuesta revolucionaria de corte soviético, *Annales*, impulsada por las ciencias sociales, propone una tercera posición para un nuevo futuro, moderno e independiente del Estado. Pregona un cambio hacia una historia experimental que viene de la influencia del pensamiento científico. La historia tiende hacia lo singular, lo particular, hacia lo que no se repite y se distancia de las ciencias que buscan leyes que implican repetición y regularidad, como las ciencias exactas. Busca enfocar la atención tanto en las fuentes y su clasificación como en la interrelación y unidad entre el pasado y el presente. Investigar el pasado desde el presente tiene, para los fundadores de *Annales*, un valor heurístico, y permite enriquecer la visión del pasado; en este sentido si el presente contribuye al conocimiento del pasado, para tener una cabal comprensión del presente, debemos conocer el pasado (Dosse, 2006).

El tiempo y la cronología son materiales fundamentales para el trabajo histórico; éstos funcionan como su hilo conductor y auxiliar para determinar un inicio y un final, es decir, hay que marcar una periodización de los procesos históricos mediante unidades mensurables de tiempo; tiempo concebido, ya no como sucesos lineales, sino como una multiplicidad y pluralidad de tiempos con sus respectivas relaciones. Los niveles de larga y corta duración llevan al historiador a pensar en la movilidad de los acontecimientos. Los de larga duración, aparecen como inmóviles, por lo que los asociamos a las estructuras, los de corta, como es el caso de la antropología histórica, encuentran movimientos en cualquiera de los objetos sociales, por esto podemos decir que la historia es una ciencia del cambio y de la explicación de ese cambio (Le Goff, 2005).

En palabras de Le Goff: “La oposición pasado/presente es esencial en la adquisición de la conciencia del tiempo” (Le Goff, 2005: 15), estos dos elementos se encuentran en continua construcción, ya que podemos ver que el mismo pasado cambia de acuerdo con las diferentes épocas desde las que se mira y el historiador está sujeto al tiempo en que vive. De esta concepción se puede deducir que el pasado tiene interés en la medida de la necesidad de aclarar el presente. En *Annales* se reconocen varios de los elementos que han permitido avanzar a la historia; por un lado, el entendimiento de que un acontecimiento interactúa y es parte de una serie mayor que lo contiene y, por otro lado, la ubicación del punto de vista del historiador como factor determinante para dar coherencia a una serie; es decir, no hay una realidad histórica que se presenta como tal ante el historiador, sino que es tarea del historiador

tanto reconstruir el hecho, como tener un papel activo frente a los documentos, a fin de explicar el pasado. Con estas premisas nace el pensamiento de una nueva historia que, en los escritos de Lucien Febvre y Marc Bloch, se enfatiza más en términos metodológicos que teóricos.

El 'documento' que ha sido una fuente de información clave para la investigación histórica, también ha sido objeto de cuestionamiento por parte de la nueva historia, que se enfrenta a la historia positivista que afirma que el documento es objetivo y no puede ser interpretado. Con las nuevas posiciones históricas se entiende el documento como consecuencia de la interpretación de un hecho seleccionado por un historiador. El documento aparecía como un material objetivo y veraz, ya que los investigadores consideraban que contenía partes relevantes de una realidad que debía ser registrada, idea que se reforzó con la creación de los archivos y bibliotecas. Le Goff va más allá:

"[...] Al mismo tiempo se amplió el área de los documentos, que en la historia tradicional se reducía a los textos y productos de la arqueología, una arqueología a menudo separada de la historia. Hoy los documentos llegan a comprender la palabra, el gesto. Se constituyen *archivos orales*; se recogen *etnotextos*. El hecho mismo de archivar documentos ha sufrido una revolución con los ordenadores" (2005: 11).

Con el reconocimiento de que cualquier documento implica el estudio e interpretación realizados por una mentalidad en un tiempo pasado, se insiste en una concepción mucho más amplia del documento; en primer lugar el documento y su veracidad pueden ser cuestionados, ya que son producto de una memoria colectiva que ha sido recogida e interpretada por el investigador, quien a su vez es un individuo perteneciente a una sociedad en un espacio y tiempo determinados, por esto es primordial analizar todas las condiciones en que cualquier documento ha sido producido. Además del documento escrito, se ha considerado también como documento lo arqueológico, la oralidad, y aquello no dicho en los documentos, así como lo que se ha dicho respecto de los documentos. Le Goff se refiere a la necesidad de estudiar los 'silencios' de la historia, aquellas 'inhibiciones' orgánicas que están vinculadas a su propia estructura y continúa diciendo "un sistema histórico funciona justamente a través de sus silencios" (Maiello, 1998: 98).

Según Foucault (González, 1995), el 'documento' ha sido interrogado, se le ha pedido no solo lo que quería decir, sino también si era verdad o no lo que decía. Se trataba de reconstruir el pasado a partir de lo que estaba escrito en los documentos. Este autor plantea que el historiador debe reelaborar el documento, organizarlo, ordenarlo, repartirlo en niveles, establecer series,



distinguir lo que es pertinente de lo que no lo es, distinguir unidades, descubrir relaciones. Por otro lado, el monumento, que ha sido percibido por la memoria colectiva como un ente para perpetuar las sociedades del pasado, ha sido también cuestionado por la historia en su significado y veracidad, no hay entonces mayor diferencia entre documento y monumento:

“Como afirma Foucault, la historia se ocupaba de transformar los monumentos del pasado en documentos y en hacerlos hablar como vestigios, que por sí mismos no hablan. De allí que proponga una inversión: si el documento no es algo inerte a través del cual se adivina el pasado; si la historia no puede verse como memoria colectiva que, con ayuda de los documentos, recupera sus recuerdos, entonces habría que hacer lo siguiente: en lugar de solamente reconocer lo ocurrido en el pasado, habría que desplegar una masa de elementos que es necesario agrupar y disponer en relaciones. En pocas palabras, transformar los documentos en monumentos” (González, 1995: 5).

Cuando un documento-monumento, imagen que se dan las sociedades de sí mismas para imponerse y perdurar en el tiempo, es seleccionado de entre muchos otros por el historiador, que además lo ha caracterizado como testimonio, lo hace desde el lugar que ocupa en la sociedad de su época y desde su propia mente. Todo ello da como resultado unos datos previamente manipulados por una sociedad que los ha producido y las posteriores que han visto su escena. Por ello es tarea del historiador analizar las condiciones en que se produjeron tales documentos-monumentos, deconstruir y desestructurar esos montajes sociales que se levantaron en el pasado. Además, en la selección, debe tomar en cuenta todos los documentos, incluidos los literarios y los artísticos.

Como dice Dosse (2006), la revista *Annales* renueva el discurso histórico, estudia las mentalidades colectivas, uno de cuyos objetivos es la toma de conciencia de las clases sociales, imprime relevancia a los fenómenos económicos y sociales. Lucien Febvre muestra un interés por las realidades cotidianas de lo popular que se ubican en el centro de atención de los problemas sin dejar de lado lo político. La historia ya no se divide según los periodos clásicos, sino según los problemas que requieren solución, la historia-problema constituye la matriz teórica de una futura historia estructural, en la cual el estudio de una realidad social engloba, con la misma coherencia, lo económico, lo social y lo mental. Otro elemento incorporado por *Annales*, es la geografía. Se trata de estudiar los problemas en unidades geográficas pequeñas, a escala humana, lo cual permite trabajar en profundidad.

Adicionalmente se trabaja en una historia comparada, que permite al investigador analizar las diferencias y similitudes, con el objeto de acceder a las causas de los fenómenos

observados, se trata de sacar a la historia de las fronteras artificiales, de los compartimentos topográficos y de las fronteras nacionales de los estados.

Por otra parte Le Goff (2005) comenta que en los años sesenta la historia, influida por otras disciplinas como la etnología o la psicología, se torna hacia la historia de las representaciones, que puede tomar varias formas: historia de las ideologías, es decir, historia de las concepciones generales de una sociedad; historia de las mentalidades, como estructuras mentales comunes a una sociedad, a una época o a una determinada categoría social; historia de lo imaginario, donde se encuentran las producciones del espíritu, ligadas ya no solo a los textos escritos, sino a lo literario, a la imagen, a lo pictórico; historia de lo simbólico, que son aquellas que nos llevan a una realidad subyacente, como son los rituales, las prácticas, las conductas. La historia cultural aún se encuentra muy limitada en estos años. Es en estos apartados de la historia de las mentalidades, la historia de lo imaginario y lo simbólico, donde el diseño, y el diseño gráfico en particular, encuentran su asidero para desarrollar su historia.

Cabe destacar otro acercamiento a lo mental planteado por Lucien Febvre (en Le Goff ,2005), la construcción de una historia literaria, en la que incluye la literatura de provincias, de los anónimos, de los olvidados. Pretende también conocer las condiciones de la producción y de la circulación literarias, la relación que establece el lector con la obra y las razones del éxito de las mismas, rompe con la concepción tradicional de los grandes autores y las grandes obras. Los libros existen para los lectores, lo esencial es quien lee y qué lee. La literatura ayuda a comprender una época, pero es parte de un conjunto más complejo, como afirma Dosse: “El historiador debe apropiarse de otros campos de estudio como es la iconografía artística, así como de una ciencia nueva, en pleno arranque, la lingüística... Si la historia consigue asimilar a la literatura, la lingüística y la iconografía, puede aspirar a un futuro resplandeciente en el campo del conocimiento de la cultura” (2005: 86-87).

Marc Bloch (en Le Goff ,2005) también aproxima etnología e historia. Para sus investigaciones no solo recurre a los documentos, sino que también integra los ritos, los mitos, los sistemas de creencias, la psicología comparada. No busca una relación de causalidad, sino ‘relaciones de interdependencia en estudios sincrónicos’. De esta manera integra nuevas fuentes, nuevos objetos, no se limita al documento escrito, lo enriquece, además, con la iconografía, a fin de acceder al inconsciente de las



prácticas sociales. Los historiadores de *Annales* han seguido siendo partidarios de una disciplina donde el hombre es el objeto de investigación; sin embargo, ya no se trata del hombre destacado, sino del ser común, del hombre social dentro de su entorno.

A mediados del siglo XX, tras la Segunda Guerra Mundial, Europa está envuelta en medio del proceso de descolonización y de luchas por la independencia. A todo ello se suma la revolución tecnológica que va a transformar la vida económica y social. El proceso de la mundialización con los cambios producidos por los avances de las comunicaciones y de los canales de información, transforma no solo la economía, sino otros elementos sociales y culturales. Todo ello trae un cambio en la visión de la historia. Por otro lado, se desarrollan la estadística, la cuantificación y la demografía, Estados Unidos florece y deslumbra con sus nuevos métodos y técnicas de investigación de las ciencias sociales, que se centran en la rentabilidad, en la racionalidad y en la productividad. Las escuelas especializadas en gestión de empresas se multiplican y se nutren de las ciencias sociales y humanas; nace entonces una escuela que se convierte en dominante en las ciencias humanas, el estructuralismo, que se define como anti-historicista.

A partir de los años sesenta el *boom* y el crecimiento del capitalismo pierden impulso y aparece una crisis mundial que sume a los países industrializados en la recesión, el paro y la inflación. La crisis de la idea de progreso vuelca la mirada hacia culturas anteriores a la industrialización, la nueva historia busca las tradiciones, investiga en lo local y en lo personal; dirige su atención hacia una antropología histórica, un giro de lo social hacia lo simbólico y lo cultural. Se introduce el concepto de microhistoria, que considera a la historia como 'historia de lo vivido' y se da una expansión de la cultura material que tiende a sobreponerse a otros niveles de lo social. Ocurre una paulatina desaparición del acontecimiento y se valora el ámbito cultural, en el que se analiza la dicotomía cultura alta y cultura popular. Con ello la historia cambia de perspectiva para entender la sociedad.

En respuesta a la crisis, el propio sistema busca nuevas alternativas para retomar el impulso a través de medios, tales como el diseño, la publicidad, la mercadotecnia, que incentivan el consumo y buscan el consumismo:

"Si en un primer momento las actividades de la producción y del consumo no están separadas, a medida que transcurren las etapas históricas la brecha entre ambas se hace más amplia, al grado que se vuelven cada vez más autónomas, de modo que pueden regularse y manejarse por instituciones independientes. El punto extremo es cuando el consumo se vuelve consumismo; ello ocurre cuando el consumo pasa a ser elemento central en el conjunto de la sociedad,

años **60**
EL DISEÑO
INCENTIVA EL
CONSUMO Y
BUSCA EL
CONSUMISMO

años **70**
ES EL MOMENTO
DE LA HISTORIA
DE LAS
MENTALIDADES

cuando se convierte en el propósito mismo de la existencia...”
(González, 2012: 30).

En los años 70 se da una etnologización del discurso histórico, que se presenta como un discurso de integración en la sociedad técnica, la historia no escrita, la de los usos y costumbres y la de las tradiciones orales, a las que se da un nuevo valor, gracias a los medios de comunicación. Se da un giro tanto hacia el estudio de las sensibilidades, de las mentalidades, de los comportamientos, cuanto a la cultura material, como ya se ha dicho. Es el momento de la historia de las mentalidades, más próxima a lo psicológico, con fundamento en el nivel inconsciente de las prácticas sociales del pensamiento colectivo de una época o de un grupo social; de la antropología histórica, cuya meta es el *cómo* del funcionamiento más que el *porqué* del cambio, con el acento puesto en las continuidades, menos en las rupturas, y un desplazamiento de lo social hacia lo cultural. Se trata de un diálogo entre diversas disciplinas, y de proponer una historia de las representaciones en lo político, social y económico, de las ideologías y de las mentalidades, tanto de lo imaginario como de lo simbólico, es decir, se replantea la historia de la historia.

“La psicología histórica pronto se volvió anticuada, mientras que, por el contrario, las investigaciones de las lógicas internas de lo cotidiano, de las representaciones colectivas no conscientes, de las condiciones de la producción cultural, de los fenómenos mentales en su articulación en la vida social, de los grupos sociales, todo ello alimentado por el estructuralismo, ha tenido un futuro de lo más fecundo. Un mismo interés por lo mental, pero dos vías, dos filiaciones para una misma escuela histórica” (Dosse, 2006: 83).

La modernidad significa que la totalidad histórica se descompone en pequeñas parcelas, la conciencia de duración desaparece, el universo se vuelve inmóvil y los cambios ya no son políticos ni sociales, sino técnicos o culturales. En esta tendencia ideológica, se da un mayor corte entre el presente y el futuro y se torna en una sociedad individualista donde lo social y político pierden valor frente al crecimiento de lo privado. Según Dosse (2006), ya no existe un proyecto histórico movilizador y se abre la *era del vacío*, es también la época en la que el discurso histórico viene dado por la expansión de los *media*, el poder impone sus normas, lo que lo convierte en portador de una historia cultural. Deviene de esta situación una historia en migajas, característica de una sociedad cada vez más fragmentada, en la que las personas son serializadas y su pertenencia social desaparece, “...la fragmentación del grupo social es tal que uno no piensa ya más que a partir de su propia historicidad en tanto que individuo; es la exaltación de cada uno para sí y del mercado para todos...” (Dosse, 2006: 171). En esta época se advierte la indiferencia de las masas, el sentimiento de repetición y estancamiento predominantes. Sin embargo, se expande la sociedad de la

imagen, que permite al historiador reforzar la historia de lo imaginario y con ello incorporar a su análisis documentos literarios e iconográficos y así ampliar su campo de acción. No abundaremos mucho más en los cambios que sufrió la disciplina de la Historia; solamente queremos retomar dos premisas que pueden acercarnos al objeto de estudio de esta investigación: la historia del diseño gráfico en Ecuador. Por un lado, la historia de lo imaginario, que se nutre de su propia producción a manera de documentos, tales como las obras literarias e iconográficas, así como también la diversidad de imágenes que, en la actualidad, cobran gran importancia con el crecimiento de la informática, las telecomunicaciones y los *media*.

Por otro lado, en los últimos tiempos nos enfrentamos a una historia desarrollada por los medios de comunicación; son éstos los que difunden pasajes comprimidos de la historia. Le Goff (Maiello, 1998), plantea la necesidad de revisar la diferencia en la aceptación por parte del público de los programas y artículos históricos reproducidos por los *media* y los documentos académicos. Propone también analizar la forma de expresión utilizados en ambos casos.

El diseño gráfico puede situarse bajo estas premisas y nos cuestionamos entonces sobre la investigación y la escritura de la historia del diseño. Lo que nos interesa es entrar en una concepción de la historia que considere el diseño como elemento importante y ligado a otras estructuras, es decir, que considere que hacer la historia de una pequeña parte de lo social, en este caso, del diseño gráfico, es contribuir a hacer una historia de la sociedad particular de la que se trate.

0.1.2 Relaciones paralelas entre arquitectura y diseño gráfico

Roberto Segre y Eliana Cárdenas alertan de que, en la valoración crítica de la arquitectura, se consideran poco o nada los factores sociales y económicos, y que, más bien, se toman como factores aislados la forma, la función, la tecnología, o las relaciones entre ellas. Por tanto, “se hace necesario abordar el problema de la crítica arquitectónica a partir de parámetros que nos posibiliten un acercamiento lo más objetivo posible a la problemática arquitectónica y urbana y del diseño del ambiente y su conjunto” (1982: 151). Si bien estos autores se refieren al tema arquitectónico y urbanístico, resaltamos aquellos principios comunes con el diseño gráfico que nos sirvan para el acercamiento a nuestra problemática. Los autores, para hacer el análisis de la arquitectura y el urbanismo,

parten del método general de investigación científica, basado en las leyes desarrolladas por el materialismo histórico y dialéctico. Conciben las estructuras arquitectónicas y urbanas como sistemas organizados donde confluyen diversos significados sociales, funcionales, técnicos, ideológicos, que tienen relación directa con el desarrollo socioeconómico donde se generan, y en función de determinados intereses de clase. Así, la arquitectura y el urbanismo son sistemas que están condicionados por las distintas formaciones socioeconómicas. De esta manera debe profundizarse en la complejidad valorativa de las obras, a partir de sus significados principales, vinculados a los intereses y posibilidades de la clase o grupo social que los genera y sustenta.

Los autores afirman que los sistemas arquitectónicos y urbanos se estructuran con el objeto de resolver sistemas de problemas planteados por la sociedad, en función de las necesidades del ser humano, por tanto, hay una estrecha vinculación entre los sistemas arquitectónicos y urbanos y el sistema económico social en el que se ubica. El método general de análisis de la arquitectura o del diseño arquitectónico es aquel que se estructura en secuencia de pasos determinados a partir de las leyes o principios que rigen el desarrollo de la arquitectura. Segre y Cárdenas (1982) establecen cuatro principios:

- a) *El principio de los sistemas*, al considerar la arquitectura, el urbanismo, el ambiente en su existencia real, como totalidad, producto de la acción de diseño conformado como sistemas.
- b) *El principio de los factores condicionantes*, donde se contemplan los sistemas arquitectónicos y urbanos como sistemas subordinados a otros superiores, según los diferentes niveles de desarrollo socioeconómico, de los que se derivan determinados factores condicionantes, que inciden en la estructuración de los primeros.
- c) *El principio del proceso de diseño*, que se considera la actividad de diseñar no como parcial o aislada, sino como un proceso de diseño, en el que se concibe, gesta, realiza y evalúa el sistema de proyecto en constante relación interdisciplinaria.
- d) *El principio de la significación*, por el cual los significados asignados a la obra dependen de la experiencia de los valores de los componentes humanos que intervienen en ella, tanto del diseñador, como del usuario.
- e) *El principio de la estructura en imágenes*, que se considera



estos sistemas como producto del proceso de diseño, se conforman cualitativamente como un complejo de imágenes, en el proceso de su uso valorativo-artístico.

A partir de lo señalado, vemos que existe una subordinación de los sistemas arquitectónicos a otros sistemas superiores. Al analizar un sistema arquitectónico o urbano, es necesario conocer los factores presentes en la sociedad y que determinan su carácter: los factores condicionantes, entre los que se ubican las circunstancias generales (Segre y Cárdenas, 1982), que se refieren a la incidencia de:

- a) *Los factores económicos*: nivel en el que se analizan las relaciones que se dan entre los humanos y los medios de producción, como el medio geográfico, la población y el modo de producción.
- b) *Los factores sociales*: que comprenden las características de la estructura social y sus diferencias en clases y grupos sociales, los intereses que estos persiguen y sus valores.
- c) *Los factores político-jurídicos*: nivel donde se determinan las posibilidades de gestión para utilizar los recursos humanos, naturales, tecnológicos, financieros en la solución de los sistemas de necesidades sociales.
- d) *Los factores ideológico-culturales*: que inciden en el carácter que asumen las diferentes respuestas, arquitectónicas y urbanas, respecto de las necesidades sociales, a partir del sistema de valores existente en la cultura de una sociedad determinada, en una etapa histórica dada.

Los factores condicionantes se dan también respecto de las circunstancias específicas (Segre y Cárdenas, 1982), las cuales inciden de una forma más directa en la conformación de los sistemas arquitectónicos y urbanos, y son:

- a) *Condicionantes sociales*: contemplan la incidencia que, desde el punto de vista social, tienen sobre la obra los elementos humanos fundamentales vinculados a ella, como son el inversionista, los que la proyectan y aquellos que la usan.
- b) *Condicionantes tecnológicos*: determinan la subordinación que existe entre el desarrollo tecnológico y la materialización de la obra.
- c) *Condicionantes del sistema de contexto*: conjugan las características específicas del sistema analizado.

- d) *Condicionantes del sistema de repertorio*: se refieren al conjunto de obras que responden a una misma unidad temática y que se vinculan a través de codificaciones similares como aspectos funcionales, formales, técnicos-constructivos, que pueden caracterizar a un tipo de arquitectura.

El método general de análisis de la arquitectura es aplicable al diseño gráfico ya que los factores *sociales* (relación emisor-diseñador-destinatario), *tecnológicos* (relación entre el desarrollo tecnológico y la materialización de los mensajes), *de contexto* (relación temporal de los mensajes con el contexto) y *de repertorio* (características formales y funcionales de los mensajes), inciden de manera directa en la conformación de las imágenes gráficas. Así también los factores *económicos, sociales, político-jurídicos, ideológico-culturales*, son determinantes para el condicionamiento histórico general y tienen relación con el panorama económico-social del momento y el lugar en el que se desarrolla el diseño gráfico. Así mismo, podemos ver al diseño gráfico como un sistema organizado en función no solo de la necesidad de los actores del proyecto (emisor-receptor), sino de las condiciones socioeconómicas en las que se realiza el *proceso de diseño*, por medio del cual se elabora un plan mental y un esquema de acción previo a la obtención del mensaje y su *significación*, que contempla valores y comportamientos de las personas dentro de la cadena emisor-diseñador-destinatario y finalmente, la *estructura en imágenes* que considera los mensajes gráficos como realidad objetiva y material. Estos principios, ligados entre sí, permitirán entrar en el conocimiento del diseño gráfico, su estructuración, su producción y sus relaciones.

0.1.3 Recuperar las voces de los diseñadores

Una postura que nos ha parecido interesante es la de Kenneth Frampton, quien plantea que los protagonistas hablen por sí mismos. Recuperar las voces de los propios actores del diseño nos proporciona los elementos que buscamos para comprender y conocer sobre la evolución del diseño. Frampton opina que para escribir una historia concisa, se debe decidir primero qué material debe incluirse y, segundo, mantener cierta consistencia en la interpretación de los hechos. Por otro lado, procura que los protagonistas hablen por sí mismos. “Me he esforzado en emplear estas voces para ilustrar de qué modo la arquitectura moderna ha evolucionado como un esfuerzo cultural continuo” (Frampton, 1993: 9). De ahí que, en la investigación y registro llevados a cabo en el presente trabajo, y en vista de la escasez de información escrita disponible, haya sido fundamental que los protagonistas, es



decir, los diseñadores, hablen sobre su actividad a través de entrevistas y de su propia obra.

0.1.4 Periodización de la historia del diseño en Ecuador

Otra de las preguntas que nos formulamos fue la manera de periodizar la historia del diseño, desde cuándo nace el diseño en Ecuador y bajo qué condiciones. Para responder adecuadamente, nos basamos en el *Resumen de historia del Ecuador* (Ayala Mora, 1999) y en el *Manual de historia del Ecuador* (Ayala Mora, 2008, tomos 1 y 2), en donde se divide la historia del Ecuador de forma general en tres épocas: Aborigen (12.000 a.C. -1533), Colonial (1529-1808) y de Independencia y República (1808-1960). En las épocas Aborigen y Colonial, encontramos las primeras prácticas comunicativas, mediante símbolos e íconos y la introducción de la imprenta; en las épocas de Independencia y República, se realizan las primeras publicaciones; en el siglo XX hasta los años sesenta, hay un auge de las artes gráficas a partir de la publicación de revistas y periódicos, en las que se valora un sentido estético de la gráfica. En este trabajo hemos considerado estos periodos como los antecedentes del diseño gráfico en Ecuador.

La segunda división que plantea Ayala, es la de períodos, delimitados como pasos del desarrollo de una etapa a otra. En la época Aborigen, se han priorizado los criterios de ocupación espacial y de los avances en la producción de artefactos de modo secuencial; la Colonia se aborda desde las relaciones económico sociales básicas; y en la República se profundizan las tendencias regionales y sus relaciones sociales y económicas. Una tercera división utilizada para las épocas de Independencia y República “descompone los períodos históricos en momentos, delimitados por años precisos” (Ayala Mora, 1999: 10). El estudio se organiza a partir de la realidad económica y social para luego pasar a los aspectos políticos, ideológicos y culturales.

Esta periodización se aplica para esta historia del diseño gráfico. En Ecuador, el diseño gráfico empieza a visibilizarse a partir de las décadas de 1960-70, con el desarrollo de la gráfica publicitaria y editorial. Durante la década de los ochenta, con la creación de instancias de formación de diseñadores, que se inician a nivel de institutos técnicos, y la apertura de los primeros estudios de diseño gráfico en Quito, comienza la profesionalización que, más tarde, en la época de los 90 se expande y, conjuntamente al desarrollo de las nuevas tecnologías, ampliará sus horizontes. De ahí que la presente investigación se organice por décadas: década de 1970, década de 1980, década de 1990 y de 2000 hasta 2005,

años **70**
EL DISEÑO
GRÁFICO
EMPIEZA A
VISIBILIZARSE

años **90**
EL DISEÑO
GRÁFICO SE
EXPANDE

hasta **2005**
PERIODO DE
CAMBIOS
SIGNIFICATIVOS
DEBIDO A LAS
NUEVAS
TECNOLOGÍAS

periodo de cambios significativos en el diseño gráfico debido a la implementación de nuevas tecnologías.

0.2. Acerca de la historia del diseño gráfico en Ecuador

Con el objeto de situarnos en el campo de la historia del diseño, hemos consultado, en este apartado, varios autores, entre otros a I. Campi, O. Salinas, R. Pelta, A. Calvera, G. Julier, V. Narotzky, M. Freixa y C. Bayó, compilados en *Diseño e Historia. Tiempo, lugar y discurso* (2010); también *La historia y las teorías historiográficas del diseño*, de Isabel Campi (2013). Hemos tomado en cuenta las investigaciones de Jaime Franky y Mauricio Salcedo (2008) sobre historia del diseño realizadas en nuestro país vecino, Colombia.

0.2.1 Construcción de un discurso histórico y teórico sobre el diseño gráfico en Ecuador

Frente a la creciente necesidad de construir un discurso tanto histórico como teórico sobre el diseño, algunos diseñadores han asumido este papel, de manera empírica y a través de la realización de estudios de posgrado. Tal vez, sería recomendable un trabajo multidisciplinario entre diseñadores e historiadores, debido a la evidente importancia que tiene el diseño en la sociedad de hoy.

1º problema
VARIADA Y CAMBIANTE DEFINICIÓN DEL DISEÑO

2º problema
FALTA DE RECONOCIMIENTO SOCIOCULTURAL

3º problema
FALTA DE UN SENTIDO DE PERTENENCIA A UN GREMIO

Tres problemáticas estimulan la reflexión acerca del camino recorrido por el diseño y sus contenidos, con el objeto de legitimar y fortalecer la disciplina. Al mismo tiempo, se hacen aportes en el desarrollo de una conciencia crítica del diseño y su contexto. La primera problemática es la variada y cambiante definición del diseño; la segunda, la dificultad que tienen los diseñadores en entender su papel, su espacio de acción y la falta de reconocimiento sociocultural en el que se desenvuelven; y, la tercera, la falta de un sentido de pertenencia a un gremio, a un grupo cultural conformado por actores implicados en la producción del diseño: profesionales, estudiantes, instituciones, empresas, etc. De ahí la necesidad de construir relatos históricos que permitan generar una conciencia crítica, detectar los fenómenos que caracterizan a la disciplina y analizar las diferencias y conexiones entre el diseño que se produce en los diferentes países y situaciones.

Al hablar sobre la falta de conciencia crítica en los diseñadores ecuatorianos nos referimos a uno de los problemas que han sido



superados en países del primer mundo pero que persisten en algunos países tercermundistas, como en Ecuador: ausencia de una asignatura que estudie la historia del diseño, si bien en el currículo de algunas escuelas aparece nominalmente, no obstante, en la mayoría de casos, lo que se imparte es historia del arte con alguna mínima referencia al diseño. Esto conduce a la formación de diseñadores faltos de conciencia histórico-social, que no tienen referentes sobre el contexto socio-cultural en el que se desarrolla su práctica. En los planes de estudio de las universidades latinoamericanas la tendencia es dar mayor importancia a la formación técnica, al 'oficio', y menos o nada al desarrollo de capacidades analíticas, teóricas e históricas, las cuales deberían proporcionar al alumno y al profesional elementos para formular preguntas sobre su práctica y su inserción política, social, cultural.

Es importante la función del diseño y la posición del diseñador en este mundo de empresas e instituciones que se sirven del diseño para conseguir unos fines, algo sobre lo que, en muchos casos, el diseñador no está al tanto; de ahí la necesidad de generar una conciencia crítica en los estudiantes y profesionales del diseño, como dice Campi (2013), por ejemplo, cuando hace referencia al historiador J. A. Walker en su tratamiento de la historia del diseño en Inglaterra, durante el gobierno de Margaret Thatcher:

"Así, no es extraño que en aquella época el gran lema del Design Council Británico fuera Design for Profit o diseño para el beneficio. Esta instrumentación del diseño en aras de una doctrina económica nos enseña que un grupo de poder puede hacer suyo el discurso del diseño al margen de lo que crean u opinen los diseñadores. Esta es una de las muchas lecciones que puede enseñarnos la historia" (Campi, 2013: 27).

Podemos decir entonces que el diseño no es una actividad neutral, sino que puede contribuir lo mismo al cambio social que a su sostenimiento, o puede apoyar tendencias políticas que lleven a la destrucción del planeta o a su conservación, etc.; es decir, la práctica del diseño, de acuerdo con una ética, una moral y una posición política sirve o aporta en acciones e ideas sociales.

De acuerdo con Campi, en el campo de la historia del diseño se han observado "tres tipos de relatos: el libro de fichas ilustradas, los catálogos de exposiciones o libros de artículos y los textos narrativos del autor" (2013: 25). Al igual que en el mundo del arte, en el mundo del diseño, tanto los museos como las editoriales, publican libros de fichas ilustradas en las que muestran obras representativas de diseñadores, enmarcadas en los circuitos comerciales del diseño, libros que proporcionan información, pero que no se puede decir que hablen de la historia del diseño, ya que no se refieren al contexto en el que se

el diseño
NO ES UNA
ACTIVIDAD
NEUTRAL

desarrollan dichas obras ni a su evolución; “a veces son libros tan bien editados que llegan a hacer creer que la historia del diseño es igual a una suma de objetos. Pero los objetos no son el fin de la historia sino su punto de partida” (Campi, 2013: 26).

En cuanto a los catálogos de exposiciones, en los países desarrollados son amplios e interesantes, mientras en los países subdesarrollados, particularmente en Ecuador, son escasos y poco difundidos. Podemos resaltar que las exposiciones alrededor del diseño permiten investigar, sistematizar e interpretar las piezas o las temáticas seleccionadas. Adicionalmente y dado que aún no hay muchos diseñadores o profesionales de áreas afines que escriban sobre el diseño, la alternativa encontrada ha sido la de compilar artículos cortos y editar libros de varios autores trabajados de acuerdo con una temática propuesta por un coordinador. Este tipo de publicaciones, al igual que las anteriores, sirven como referencia para consulta, pero tampoco se pueden considerar como libros sobre historia del diseño.

Por último, los que contienen nuevas propuestas teóricas y tratamientos novedosos de interpretación histórica son los textos narrativos de autor, generalmente escritos por diseñadores, con base en su experiencia y en el trabajo de sus colegas. Esto permite, como apunta Frampton (1993) que los ‘protagonistas hablen por sí mismos’ para que, a través de esas voces, se vea la evolución que ha tenido la profesión. Al respecto manifiesta Raquel Pelta:

“Como puede observarse por el gran número de escritos, aparecidos en la última década del siglo XX y durante la primera de los años 2000, y por la insistencia de algunos de ellos en que nadie mejor que el diseñador para construir el discurso de la disciplina que practica –algo que ha venido sucediendo en el arte al menos desde la década de los sesenta con el desplazamiento de la crítica oficial sustituida por la escritura del artista–, se ha ido rechazando la antigua oposición entre teoría y práctica, una manifestación en la que podemos ver una manera más de reivindicar la voz del diseñador –que es quizá una de las características más propias de la posmodernidad–, una voz que algunos diseñadores han considerado silenciada durante décadas, y una actitud común, por otra parte, a la del feminismo, por ejemplo, que en el arte, en la arquitectura y en el diseño ha reclamado la intervención crítica como una necesidad táctica, ligada a su vez a una percepción del diseño como herramienta para explorar cuestiones sociales, políticas e intelectuales” (Pelta 2010: 39-40).

De estas publicaciones encontramos una amplia variedad en los países del norte, y en menor escala en los países del sur. No obstante, en general, publicaciones específicamente de historia del diseño encontramos pocas. Las primeras historias del diseño (Salinas 2013) trataban la historia como una sucesión de acontecimientos y se centraban en la exaltación de un personaje y su obra, como podemos ver en el libro *Pioneros del diseño Moderno de William Morris a Walter Gropius* de Nicolaus Pevsner, publicado en 1936 y traducido al español en 1958. La siguiente



obra también dedicada al diseño industrial es la de Herbert Read, *Art and Industry* producida en Inglaterra en 1934 y publicada en español en 1961 bajo el título de *Arte e industria. Principios del diseño industrial*. La primera historia del diseño gráfico aparece en 1983, *A History of Graphic Design*, de Philip B. Meggs, cuya edición en español se hace en el año 2000.

La mayoría de esas primeras publicaciones sobre diseño se concentran en el mundo anglosajón. Desde los años 70, varios investigadores, profesores y estudiosos del diseño, preocupados por la falta de fuentes bibliográficas y documentales sobre este campo, empezaron a recopilar las mencionadas fuentes, cuyos resultados encontramos en unas pocas publicaciones². Estas inquietudes surgían en un momento en que se sentía la carencia de un *corpus* teórico del diseño gráfico, así como también la de una comunidad del diseño. De acuerdo con lo ya ocurrido en la arquitectura y el arte, Pelta señala: “Necesitamos una cultura en la que críticos, periodistas, curadores e historiadores interactúen con académicos y profesionales del diseño, cada uno de ellos contribuyendo y haciendo un uso vigoroso de un cuerpo creciente de bibliografía y material de referencia” (Pelta 2010: 40-41).

Más tarde, a partir de las influencias de la modernidad, se vio la necesidad, por parte de diseñadores, críticos e historiadores, de buscar nuevas alternativas históricas, que no solamente exaltarán al diseñador destacado y a su obra, sino que generaran discursos insertos en los diferentes ámbitos en que se desenvuelve el diseño, además de ampliar el espectro hacia otro tipo de diseño y otro tipo de diseñadores (por ejemplo, que incluyera el trabajo de diseñadoras que, casi siempre, quedaba silenciado). Aquí se incentivó el debate entre los diseñadores y se destacó que es el propio diseñador quien mejor conoce su práctica, de manera que pueda construir un discurso sobre su propia actividad, de la misma manera en que había sucedido en el mundo del arte desde los años sesenta, cuando se sustituyó la crítica por los escritos del artista; esto, además, ha ayudado a romper con la vieja oposición teoría-práctica recurrente en algunos ámbitos del diseño. Desde este enfoque es necesario que el diseñador tome conciencia de su papel social y cultural y que se apoye en la crítica y en la historia del diseño como un aporte para reflexionar desde el interior de la disciplina, tal como lo expresa Raquel Pelta:

“Desde esta perspectiva, se ha afirmado que es preciso que el diseñador tome conciencia de su influencia en la sociedad y su relación con la cultura y, precisamente, para la construcción de esa conciencia, desde el punto de vista de los diseñadores, es absolutamente necesaria la presencia de una crítica y de una historia del diseño que ayuden a pensar desde dentro de la disciplina” (2010: 40).

2 Muchas de ellas citadas en *Diseño e historia. Tiempo, lugar y discurso* (México, 2010), material poco conocido en Latinoamérica, en particular en Ecuador.

Se hace necesario, entonces, analizar el diseño desde las corrientes sociales y culturales en que se desenvuelve, en este caso, en el interior del contexto latinoamericano; es preciso anotar que los cambios sociales y culturales que se vienen produciendo dentro de los procesos de globalización requieren de nuevas formas de pensamiento, de investigación, de conceptos y de trabajo, que partan de los intereses y perspectivas socioeconómicas de la globalización en relación a los centros de decisión nacional, como también de los nuevos problemas sociales, políticos y culturales que esto implica.

Desde esta perspectiva, resulta importante profundizar en la comprensión de estos procesos, realizando estudios que contextualicen casos y espacios nacionales dirigidos a fortalecer las sociedades locales, desde otro enfoque y con otros objetivos; es decir, intercalando una autonomía y una libertad de la organización local, al tiempo de mantener un orden, con unidad y coordinación hacia la estructura global.

tendencia

A LA CULTURA
UNIVERSAL
COMO
CONSECUENCIA DE
LA REVOLUCIÓN
DE LAS
COMUNICACIONES

En esta interacción entre lo global y lo local es interesante enfocar los procesos culturales, en los que, por un lado, encontramos una tendencia a la universalización de la cultura, como consecuencia de la revolución de las comunicaciones, de la caída de barreras políticas y de la globalización de la economía, mientras, por otro lado, existe un factor cultural de fragmentación y diferenciación, basado en tradiciones, identidades, herencias, raíces y orígenes.

Nos encontramos frente a dos tendencias que van en sentido contrario: por una parte, una gran centralización del poder, de la economía, de la ideología y, por otra, un regionalismo que apunta a obtener una mayor autonomía local, a defender raíces e intereses y a expresar necesidades. La globalización, paradójicamente, ha llevado a un fortalecimiento de las ataduras, lealtades e identidades políticas locales.

Si se tienen en cuenta estos aspectos y las nuevas tendencias de descentralización y desconcentración que se han difundido en los últimos tiempos, se torna imperativo, para los agentes del diseño, considerar entre sus campos de acción el desarrollo cultural y los diversos aspectos que abarca la cultura, entendida como una forma de vida, de ser y expresar de un determinado grupo social en su vida cotidiana y en su interrelación con otros grupos sociales.

En este contexto de competitividad y de creciente reducción del papel del Estado, y de depresión económica de los últimos años, una de cuyas consecuencias ha sido la reducción de asignaciones económicas a los diversos organismos estatales y locales, se hace



pertinente, a pesar de todo, el fortalecimiento y creación de proyectos culturales que, además de propiciar un sentido de autoestima y apropiación de la población, generen un proceso de constitución de las identidades culturales de los diferentes grupos sociales, a través de procesos adecuados de información, comunicación y educación en los que el diseñador, el diseño y sus interpretaciones históricas se insertan. Dice Isabel Campi en relación con la obra de Guy Julier:

“Según Julier, el gran reto para los historiadores del siglo XXI consiste en recuperar historias del diseño locales, especialmente de aquellas alejadas del centro occidental, reconociendo los vectores de poder e influencia que se dan en el proceso de globalización. Pero a su vez deberán tener en cuenta que los signos que crea la globalización no son uniformes pues son constantemente reorientados, reciclados y convertidos en idiomas locales” (Campi, 2010: 16).

En Ecuador, los pocos estudios y publicaciones sobre diseño se han limitado a mostrar el trabajo de los diseñadores más importantes insertos en los circuitos comerciales y, en menor medida los trabajos de diseñadores dedicados a la investigación, educación y comunicación. En ningún caso ha habido preocupación por medir el impacto cultural y social que éstos tienen. Por todo ello, en la actualidad, se hace necesario reconsiderar los nuevos planteamientos teóricos, para analizar y dar forma a la expresión del diseño y de su historia en cada contexto particular.

Es imprescindible analizar el diseño desde las perspectivas nacionales, sin perder de vista la interacción con lo transnacional y la globalización. Durante los últimos años se han hecho varios esfuerzos en fomentar esta discusión en el interior de las comunidades intelectuales del diseño, por lo que se han desarrollado seminarios y congresos, especialmente en Europa y Estados Unidos. También se han creado revistas y asociaciones que invitan al diálogo y en las que, paulatinamente, se van integrando voces de los países periféricos distantes.

Veamos, por ejemplo, lo sucedido en algunos países europeos, como en Alemania. Desde inicios del siglo XX, después de la revolución estética planteada por Ruskin y Morris, que pregonaban una artesanía y diseño de calidad inspirada en la naturaleza y lo medieval, surgen diferentes escuelas: la *Deutscher Werkbund*, asociación de arquitectos, artistas e industriales que se proponen encontrar un diseño que cumpliera con los cánones racionalistas de la mecanización; la *Bauhaus*, que implementa una serie de elementos relacionados con la interacción entre la forma y la función, por un lado y entre el arte, la artesanía y el diseño, por otro; y la creación de la *Hochschule für Gestaltung de Ulm* (HFG, Escuela Superior de Proyección), centro de enseñanza e

fortaleza
Y CREACIÓN
DE PROYECTOS
CULTURALES

desarrollo
DE SEMINARIOS
Y CONGRESOS

creación
DE REVISTAS Y
ASOCIACIONES

investigación que pretende vincular la actividad creativa con la vida cotidiana y aportar en la reconstrucción cultural de una sociedad devastada por el nazismo y la segunda guerra mundial. En esta época se manifiesta una fuerte movilidad de profesionales de la arquitectura y el diseño entre varios países de Europa y Estados Unidos, lo que deviene en la concepción de un 'estilo internacional' en la arquitectura y el diseño modernos, cuya conceptualización se ha difundido y aceptado a nivel mundial, sin considerar la situación particular de las diferentes regiones en que se desarrollaba el diseño.

Isabel Campi (2013) recoge información sobre los principales acontecimientos sobre el tema; resumimos a continuación los que consideramos más significativos. Desde la segunda mitad del siglo XX aproximadamente hasta los años 80, los debates sobre los conceptos de diseño y la historia del diseño se han centrado especialmente en Estados Unidos y Europa. Por lo tanto, la toma en consideración de los aspectos particulares de los países latinoamericanos, africanos y asiáticos cuyos niveles de industrialización, mecanización y desarrollo eran muy distintos, queda al margen. A partir de los años 80 se organizan algunos congresos y encuentros en los que se discuten estos temas de diseño relacionados al contexto sociocultural; como referencia mencionamos el llamado *The First Symposium on the History of Graphic Design*, que se llevó a cabo en 1983 en el Rochester Institute of Technology y cuyo objetivo fue explorar los lugares comunes de una historia del diseño gráfico que se encontraba fragmentada entre el pasado del arte, la imprenta, la fotografía y la publicidad. Se planteó la necesidad de desvincularse de la historia del arte y abrirse a los métodos de otras disciplinas como la sociología, la antropología, la estética, la economía. En los años siguientes se realizaron otros congresos en Estados Unidos, pero el impacto en Europa y otros países fue limitado.

Margolin, en 1991, propuso en su conferencia *Historia del diseño o estudios sobre diseño*, en Milán, dentro del congreso sobre historia del diseño e historiografía, cambiar la historia del diseño por lo que él llama "estudios sobre diseño" (Design Studies). Estos postulados fueron ampliamente discutidos en el Seminario sobre historia del diseño en Washington, en 1993³, donde se pusieron en evidencia varias discrepancias entre el objeto de estudio y los métodos de la historia del diseño, su papel en la enseñanza y en la práctica del diseño, la relación de la disciplina con otras ramas de la historia, así como su posible público. Margolin lamentaba que la 'historia del diseño' no había cuajado desde 1977, y que seguía como apéndice de otras disciplinas, como la arquitectura, el arte y la tecnología.

3 Cuyos resultados se publicaron en *Design Issues*, 11, 1995.

Criticaba que se pensara la historia con base en presupuestos de lo que es el diseño y las maneras de estudiar su pasado sin considerar las interacciones disciplinarias del momento, donde el diseño puede ser un elemento central.

Como explica Isabel Campi (2013), hacia finales de los años 90 y principios del 2000 empiezan una serie de debates alrededor del diseño en los países periféricos en contraste con el diseño en los países centrales; así por ejemplo, según Alpay, Papanek y Bonsiepe, el diseño en los países periféricos tendría por objetivo la satisfacción de las necesidades básicas de la gente, reducir la dependencia tecnológica y académica, transformar las industrias artesanales y crear identidad cultural; es decir, plantear el diseño como agente de desarrollo, y en este contexto habría que preguntarse qué valores y particularidades tiene el diseño en estos sectores.

En el Congreso *Mind the map. Design History Beyond Borders*, llevado a cabo en Estambul en 2002, V. Margolin propone ver el diseño dentro de una concepción y planificación de la cultura visual y no como un producto de la industrialización, lo que llevaría a hacer un análisis del diseño en todas las culturas al tiempo de comparar sus diferentes concepciones y las maneras de organización de la profesión, elementos con los que se podría elaborar una 'historia mundial' del diseño. Esta posición fue criticada especialmente por los diseñadores ingleses, que unificaban la concepción del diseño, cuando se reclamaba que se tomara en cuenta la multiplicidad, diversidad y particularidad de las realidades de cada región y país.

En 2005, en el London College of Communication se efectúa el congreso *New Views: Repositioning Graphic Design History* en el que se planteó la revisión y cuestionamiento de las historias convencionales y las prácticas del diseño, así como proponer nuevas formas de hacer su historia. En 2006 se crea en Barcelona la Fundación Historia del Diseño (FHD), con el objeto de investigar, difundir y promover la historia del diseño especialmente en los países hispanohablantes, donde la situación emerge, pero de manera débil; en ella participan algunos miembros latinoamericanos, especialmente de México.

A la par, se debaten estas cuestiones en algunas publicaciones. Así, el profesor y diseñador Clive Dilnot cuestiona la falta de interés de las instituciones académicas por la historia y teoría del diseño, por la excesiva valoración que se hace de la tecnología, por la división entre tecnología y cultura, por la diferenciación que se hace entre el conocimiento científico-tecnológico y el cultural-humanístico. En respuesta a la preocupación por el

relato histórico que ha dejado a muchos países fuera de la historia del diseño, por no ser parte del centro, y con la propuesta de reconsiderar el mapa de la historia del diseño, *Design Issues* publica un número dedicado a Asia y Australia en 1989, donde Tony Fry habla sobre la marginalidad como un modelo binario en el que se encuentra un 'otro' que ostenta la centralidad. Habla también de que la intención que tuvo Occidente no fue solo la conquista política global, sino también la apropiación de los 'los territorios mentales de los modelos de pensamiento y de conocimiento'. "El etnocentrismo ha creado jerarquías de conocimiento en las que la cultura del 'otro' se encuentra subordinada y es susceptible de ser aniquilada" (Campi, 2013: 92).

En 1991 en la revista *Print*, en el artículo *Good History/Bad History*, T. Kalman, A. Miller y K. Jacobs reclaman una historia del diseño que tenga más en cuenta el contexto social, que sea un relato sobre las ideas y la cultura gráfica en lugar de ser una historia de autores y estilos. Otro artículo crítico fue *No more heroes* de la historiadora Bridget Wilkins, publicado en 1992 en la Revista *Eye*, quien lamenta que la historia del diseño gráfico estuviera basada en métodos propios de una historia del arte en lugar de explorar las condiciones tecnológicas del momento en el que se realizaban los trabajos, así como las necesidades de quienes encargaban la tarea, según manifiesta Campi (2013).

También Campi (2013) señala que, en 1993, Adrian Forty, en la réplica a Margolin, junto a varios diseñadores ingleses, se manifiesta contra la propuesta de este último de tratar el diseño desde los estudios de diseño, pues consideran que el núcleo de la historia del diseño es el propio diseño y eso es lo que lo distingue de otros campos de investigación histórica que, al igual que otras disciplinas académicas, revisa continuamente métodos y enfoques, y cuyos límites con otras disciplinas varían y se entrecruzan. Además, se plantean que, de la misma manera que en el arte ya no se hace, no es necesario definir el diseño, ya que se han ampliado sus campos y hay una diversidad de enfoques e investigaciones que tornan variables las definiciones; hay una multiplicidad de historias, metodologías, enfoques y actividades que implica el estudio de los productos y las imágenes creadas en el mundo actual.

La revista *Visible Language* dedicó tres números entre 1994 y 1995, coordinados por Andrew Blumenthal, titulados *New Perspectives: Critical histories of Graphic Design*, en los que se abordaron temas de historia, historiografía, filosofía, crítica, tipografía, estudios culturales, compromiso social y activismo. Fue el primer intento para dar rigor y seriedad a la historia y crítica del diseño gráfico (Campi, 2010). En relación a este tema destaca el libro *Graphic*



Design History: A critical Guide de Johanna Drucker y Emily McVarish, de 2009, en el cual se recogen algunos de estos debates que proponen explorar el diseño gráfico desde el punto de vista técnico y social y superar el relato enfocado en los genios del diseño.

Hemos creído importante reseñar estos eventos relatados por Isabel Campi ya que presentan una valiosa información histórica que, en Ecuador, es poco conocida. También porque toda esta información proporciona elementos para ubicar por dónde se ha encaminado la discusión respecto del diseño, su historia y la manera de entenderlo de acuerdo con el nivel de desarrollo y su condición regional. Por otra parte, también para justificar la orientación de nuestro enfoque.

Otro factor que ha influido en la falta de conciencia crítica de los diseñadores respecto de su actividad es la variada y cambiante definición del concepto del diseño. Si bien es cierto que el término “diseño” aparece en Ecuador, a partir de la revolución industrial, también tiene sus antecedentes en el arte, la artesanía y la simbología de las culturas aborígenes, y está inmerso dentro del mundo de la cultura material y visual particulares. El término “diseño popular” es poco utilizado, pero creemos que, especialmente en las sociedades subdesarrolladas como las latinoamericanas, en donde la producción industrial de productos de consumo masivo es incipiente, es un término válido y aceptable.

Sobre las múltiples definiciones y fechas de nacimiento del diseño en general y del gráfico en particular, comenta Campi (2013) que ha sido materia de discusión desde hace muchos años y hay diversas posiciones al respecto; aquí las resumiremos en tres y, más adelante, retomaremos y ampliaremos este tema. Primeramente, podemos hablar de un diseño preindustrial, que utiliza elementos formales y simbólicos característicos del diseño, pero cuya producción se hace de una manera artesanal o manufacturera y en baja cantidad. En segundo lugar, está el diseño desarrollado en la etapa industrial, producido en serie y en grandes cantidades y, en tercer lugar, el diseño post-industrial producido con alta tecnología, pero en bajas cantidades, incluso en piezas únicas. La definición y los límites del diseño, entonces, se encuentran marcados por los factores del tipo de producción y de la división social del trabajo, es decir si está o no diferenciada la actividad proyectual de la ejecución del producto, sea de objetos, gráfico o de cualquiera de las ramas del diseño.

El acelerado cambio tecnológico que ha modificado la manera de hacer diseño y producir objetos es otro de los factores que han

el diseño

TAMBIÉN TIENE
SUS
ANTECEDENTES
EN EL ARTE, LA
ARTESANÍA Y LA
SIMBOLOGÍA DE
LAS CULTURAS
ABORÍGENES

el consumo

HA CONVERTIDO
AL DISEÑO EN EL
PARADIGMA DEL
BIENESTAR Y DE
LA CALIDAD DE
VIDA

determinado que las concepciones referentes al diseño también sean variables en tiempos relativamente cortos. Por otra parte, una creciente sociedad de consumo, tanto de objetos como de símbolos gráficos, ha convertido al diseño en el paradigma del bienestar y de la calidad de vida. La ideología de esta sociedad es la que determina los caminos que va tomando el diseño y, lo que se ha denominado la “cultura del diseño”, forma ya parte de la cultura global: ésta se sitúa dentro de la sociedad de redes, pero es a la vez uno de sus instrumentos, y, además, expresa una actitud, unos “valores” (Julier, 2010a: 19).

De acuerdo con Julier, el término “diseño” denota las actividades de planificación y concepción, así como el producto de estos procesos, un dibujo, un plan o un objeto manufacturado. El concepto de “cultura del diseño” sugiere cualidades a través de las cuales se ejerce el diseño, se refiere a la manera en que se emprende el trabajo y a la “forma en que ese trabajo se vive, se percibe, se entiende y se materializa en la vida diaria” (Julier: 2010a: 20). Por tanto, la cultura del diseño también existe a un nivel local. “Puede estar impregnando los sistemas de trabajo, conocimientos y relaciones de los diseñadores, o las acciones cotidianas de los usuarios de ese diseño; pero también puede desarrollarse más pública y ampliamente, dentro de sistemas de poder, estructuras y dinámicas económicas o relaciones sociales” (Julier, 2010a: 20).

La cultura del diseño está inmersa dentro de la cultura material y visual propias de la economía de acumulación de los países industrializados. Aquí el diseñador encuentra un vasto campo de trabajo en las diferentes ramas del diseño, que van desde la proyección de maquinarias hasta la creación de objetos de decoración interior y uso cotidiano y de piezas comunicativas. Además, se pueden desarrollar con distintos niveles de tecnología, desde lo manual y manufacturero, hasta la producción industrial. No obstante, en una diferente economía de subsistencia, propia de las sociedades en vías de industrialización, los campos de desarrollo del diseñador son más restringidos, la escasa gran industria importa sus diseños, la pequeña industria no contrata diseñadores, copia o contrata a un dibujante. Es en la producción artesanal donde el mismo artesano realiza sus diseños.

Estas problemáticas devienen en otra, que tiene que ver con las dificultades de legitimación que tienen los diseñadores, tema que también requiere un análisis desde los diferentes enfoques relativos a las nociones de centro y periferia, espacios culturales en los que la situación y nivel de desarrollo del diseño son muy diversos. En Ecuador podemos apreciar que, debido a la carencia de discursos teóricos e históricos y a la ambigua definición del

diseño, los diseñadores tienen dificultad para valorarse a sí mismos y valorar su actividad. La misma falencia de una asignatura sobre historia y teoría del diseño en los centros de enseñanza ha hecho que la disciplina siga sumida en una conceptualización tecnológica, que no permite interactuar en la sociedad desde un nivel más profesional, lo que tiene por consecuencia que tampoco las empresas e instituciones consumidoras de diseño comprendan el alcance de la disciplina y mantengan en un peldaño inferior a los diseñadores en cuanto a capacidad de decisión y salarios.

Otro de los problemas visibles es la falta de elementos de investigación y análisis de que disponen los diseñadores. Hay una notoria tendencia hacia el desarrollo de habilidades y destrezas para plasmar ideas, pero muy pocas herramientas para la investigación en el ámbito del diseño. Conjuntamente con esto tenemos una excesiva necesidad de buscar referentes externos de países que se encuentran en otro nivel de desarrollo, lo que muchas veces se traduce en la copia, más que en la creación. Tenemos un alto grado de dependencia de los países desarrollados que se manifiestan no solamente en el uso de la tecnología sino también en las maneras de representar y desarrollar los diseños. Esto es también producto de la escasa investigación e información que tenemos de los referentes culturales del propio país.

Por tanto, el principal problema de la falta de legitimidad de los diseñadores ecuatorianos radica en las deficiencias de su formación crítica, lo que, a la vez, repercute en el medio social y cultural. Son los centros de formación y los profesionales del diseño los llamados a cambiar esta situación sobre una base de investigación, educación y difusión de la disciplina desde dentro. Por tanto, se trata de generar nuevas alternativas que profundicen en los temas de identidad y conservación de las características culturales propias, al tiempo de difundir las manifestaciones visuales de cada sector, de enfrentar, así, un mundo donde la globalización, la mundialización, impone modelos culturales homogéneos. En consecuencia, esta inclusión de lo particular, además de crear alternativas para grupos minoritarios que no tienen acceso a la alta tecnología, ni a las grandes cadenas de producción, comercialización y promoción de sus expresiones culturales (concretamente, de sus diseños), puede nutrir de nuevas ideas, imágenes, conceptos locales que puedan convertirse en universales.

En este proceso de internacionalización, y a partir de esta necesidad de una reflexión sobre el diseño, han de tomarse en consideración los aspectos analizados por los estudios culturales,

en Ecuador

LOS
DISEÑADORES
TIENEN
DIFICULTAD
PARA
VALORARSE A SÍ
MISMOS Y
VALORAR SU
ACTIVIDAD

generar

NUEVAS
ALTERNATIVAS
QUE
PROFUNDICEN
EN LOS TEMAS
DE IDENTIDAD
Y CONSERVACIÓN
DE LAS
CARACTERÍSTICAS
CULTURALES
PROPIAS

los cuales, han sido incorporados dentro de las ciencias sociales. De este modo se podrá lograr que los diseñadores analicen y debatan el valor social y cultural de su profesión, su propia cultura, su papel en ella, la cultura mundial en la que están inmersos, todo lo cual los llevará a construir una historia y una teoría propias, de modo que puedan activar la aceptación y valoración de sí mismos y de su actividad, al tiempo de difundirla dentro del medio en que se desenvuelven.

Las transformaciones del mundo actual nos sitúan frente al proceso global en su dimensión económica, política y comunicacional; al referirnos a Latinoamérica y su diversidad cultural nos encontramos frente a un mundo lleno de pluralidad, tanto el relativo a las culturas tradicionales como el relativo a los procesos y las dimensiones de la modernización, común a diversos países en desarrollo. Ello permite asumir que sus modos de producción, comunicación y consumo han llegado a incorporarse a una estructura que puede considerarse dentro del orden de la modernidad. Es tarea de los diseñadores buscar nuevas alternativas que se adecuen al mundo moderno, sin perder la referencia que parte de las perspectivas locales y que refleje elementos propios y de identidad locales.

tendencia

A CREAR
CÍRCULOS
CERRADOS
ENTRE
DISEÑADORES, A
HACER EVENTOS
PARA
DISEÑADORES,
EN LUGAR DE
INCORPORAR A
TODOS LOS
AGENTES QUE
PARTICIPAN EN
EL PROCESO

Hay una tendencia a crear círculos cerrados entre diseñadores, a hacer eventos para diseñadores, en lugar de incorporar a todos los agentes que participan en el proceso de diseño, con el fin de generar un entendimiento e interacción entre las partes, lo que haría no solo que el diseñador se dignifique, sino que el medio en el que se desenvuelve lo valore; lograr este objetivo haría también que los diseñadores adquieran un sentido de pertenencia.

Dos consideraciones respecto a la falta de sentido de pertenencia a su profesión que se percibe entre los diseñadores: una, la falta de ubicación frente a la historia y conceptualización del diseño que le permita ubicarse en el tiempo y espacio en el que debe desarrollar su actividad y, dos, la tendencia a hacer un trabajo solitario, sin sociedades, equipos, grupos o asociaciones. En el caso de Ecuador se creó la Asociación de Diseñadores Gráficos, que pretendió ser de ámbito nacional, pero que se restringió a Quito, y permaneció de 1990 a 2004.

A la necesidad de que se genere una discusión y un discurso nuevo entre los diseñadores se añade la de un análisis de cómo el receptor de sus productos conceptualiza el diseño y cómo articula esa concepción con su identidad. Por tanto, sería interesante hacer también una reflexión sobre la variabilidad de la apropiación de los diseños, y las formas de contextualizarlo dentro del marco de receptor-usuario-consumidor de diseño.



Podríamos ir más allá y argumentar que esta variedad de apropiaciones es estructurada y puede ser entendida como una expresión de entidad de clase. Los diseños son medios con los que nosotros y los otros podemos ser definidos, a través de estos la concepción de los contenidos de identidad colectiva, de grupos, de cotidianidad, pueden ser corroborados. Solamente dentro de estas consideraciones los diseñadores podrán sentir que pertenecen a un mundo propio, el del diseño. Siguiendo con esta línea teórica, enfocamos el diseño como un eje comunicacional, inmerso en el mundo de los medios masivos de comunicación social, donde interactúan la modernidad y la tradición.

el diseño

ESTÁ INMERSO
EN EL MUNDO
DE LOS MEDIOS
MASIVOS DE
COMUNICACIÓN
SOCIAL, DONDE
INTERACTÚAN
LA
MODERNIDAD
Y LA TRADICIÓN

0.2.2 Referencia de un país vecino: Colombia

Hemos tomado en cuenta la propuesta del diseñador colombiano Jaime Franky, quien desarrolla desde hace varios años una investigación sobre la historia del diseño en Colombia, país latinoamericano y vecino. Precisamente esta cercanía a Ecuador, no solo física, sino cultural, consideramos puede ayudarnos en el enfoque que perseguimos. En su propuesta se apunta que, aunque el diseño gráfico y el industrial son disciplinas afines que se corresponden, en Colombia, recorren caminos paralelos. Los ámbitos en que se desarrollan son diferentes, como también sus referentes y prácticas. Sostiene que el diseño gráfico asiste a una ampliación y expansión de sus fronteras, debido a cambios tecnológicos que no requieren de gran infraestructura. Todo ello permite a los diseñadores gráficos usar alta tecnología.

No obstante, el diseño industrial, entendido como tal, prácticamente no existe ya que, salvo en contadas excepciones, no encontramos desarrollo industrial en América Latina. Esta situación propicia la separación de estos dos campos, por lo que los considera 'dos universos diferentes', a pesar de que ambos, gráfico e industrial, puedan ser ejercidos por la misma persona. (Franky Rodríguez y Salcedo Ospina, 2008). Su punto de partida es la comparación entre las condiciones en que surge el diseño en el ámbito occidental y en el ámbito de Colombia. Según los autores:

"Tres esferas concurren y se entrecruzan en la historia del diseño: la del pensamiento, la cultura y el nacimiento de la industria. Esto para delimitar un tanto el campo, pues también concurren en él lo político, lo social y lo económico. Se puede decir que el nacimiento y el desarrollo del diseño requirieron de movilizaciones y articulaciones de lo movilizadas, en las tres esferas mencionadas y eso no pasó en Colombia" (Franky y Salcedo, 2008: 90).

Plantean que, en el ámbito occidental, hubo condiciones especiales para el surgimiento de la industria y el diseño. La

primera fue el nacimiento de un pensamiento industrial, dado por la valoración de la lógica y la razón en la modernidad; esto permitió el cálculo y el control de la producción. La segunda condición fue el nacimiento del propósito de empresa, en el que se dio un reordenamiento del proceso de producción, que se plasma también el pensamiento moderno. La tercera fue la concepción de nuevos productos desde el punto de vista del proceso industrial. Las tres conjugan el pensamiento que, junto con la técnica, produce un distanciamiento de la tradición en la esfera de lo cultural.

“En Colombia, lo moderno chocó con la tradición y la visión de empresa chocó con un sentido aristocrático; mientras la empresa implica riesgo, la aristocracia se asegura en la herencia. La modernización, o podría decirse la occidentalización, tuvo que esperar. El pensamiento moderno, si llegó a existir como tal, aun cuando se anuncia desde los años veinte y treinta en las elites intelectuales, solo se concretó hasta muy pasada la segunda mitad del siglo XX, mientras el grueso de la sociedad seguía ligada a la conservación de lo local y de la herencia. Esta situación hunde sus raíces en el nacimiento mismo de la nación y se perpetúa en gran medida hasta nuestros días...” (Franky y Salcedo, 2008: 90-91).

Tanto en Colombia, como en Ecuador, los antecedentes del diseño no están extendidos al pensamiento o cultura del país, sino, más bien, en las ideas presentes en élites burguesas e intelectuales que, desde la primera mitad del siglo XX, abonaron el terreno en el que llegó a instalarse el diseño, a partir de los setenta. Estas élites minoritarias se situaron en las sociedades urbanas, en unos países eminentemente rurales, y reprodujeron el interés por las ideas, ya no solo europeas o norteamericanas, sino de carácter internacional, tal como sucedió en los movimientos independentistas. Esto confirma aún más la reducción del campo en el que pudo instalarse un pensamiento relativo al diseño. Tan solo a partir de la década de los cincuenta se incrementa en Colombia una visión de modernidad que pretende unificar la cultura local con la occidental y en ese intento, se reconoce al diseño como un actor decisivo en la implementación de lo moderno.

El origen del diseño como profesión se puede situar en el proceso de industrialización colombiano. En su origen, el diseño gráfico presenta fuertes vínculos con el arte, específicamente en su variante de arte publicitario y de diseño industrial unido a la arquitectura moderna (Franky y Salcedo, 2008). En efecto, el caso del diseño gráfico, en cuanto a la necesidad de crear imágenes que identificaran y diferenciaron el producto, se comenzó a ver en Colombia en la década de los 30, coincidiendo con el primer auge de industrialización del país (Franky y Salcedo, 2008). Más adelante veremos que estos procesos son ligeramente posteriores en el tiempo en el caso ecuatoriano.



Como ya hemos anunciado, los estadios de desarrollo del diseño gráfico y sus características evolutivas en las distintas épocas, identificados por los autores en Colombia, se asemejan a los de Ecuador, por lo que ha sido un referente para nuestro estudio. También se puede establecer un paralelismo entre Colombia y Ecuador, en referencia a las metodologías para establecer períodos determinantes de acuerdo con los autores antes citados; por un lado, en las cadenas de acontecimientos y, por otro lado, en los viajes de prospección. En la primera detectan series de acontecimientos, con los que trazan una línea de tiempo, donde se ubican “hechos”, tales como eventos económicos, políticos, sociales que, aunque no se refieran específicamente al diseño gráfico, puedan ser asociados y marcar hitos. Una vez ubicados los eventos, se podrán encadenar “hechos” y establecer “asociaciones”, que sirvan como referencias. Esas cadenas de acontecimientos son un conjunto de hechos que, a partir de una realidad histórica, permiten encontrar elementos relacionados con el diseño. Estas cadenas pueden ser abiertas (no se identifican los momentos en que estos comienzan o terminan) o cerradas (se mira con claridad estos momentos), entonces se pueden determinar los acontecimientos que son claves. Partiendo de que ningún evento es gratuito, se aprecia que las cadenas de acontecimientos van en aumento, algunas no continúan en el tiempo, otras perduran y marcan hitos significativos⁴.

Respecto a los viajes de prospección, Rodríguez (2008) comenta:

“Inicié recogiendo datos, hechos, para ubicar cosas... Un investigador en la universidad me decía: hay que dejar que el hecho hable, uno no tiene que hablar por el hecho, hay que dejar que el hecho le diga a uno qué es lo que está pasando. El tema es sumergirse en la información y dejar que la información le vaya dando las pistas. [...] Se debe realizar lo que los antropólogos llaman viajes de prospección, que es ir al terreno y empezar a mirar qué es lo que se va a encontrar y entonces viene una hipótesis, pero se tiene que haber avanzado en el reconocimiento del asunto” (Franky Rodríguez, 2008) (E)⁵.

Nos ha interesado la experiencia de este autor no solo por el ya mencionado paralelismo entre lo ocurrido en Ecuador y Colombia, sino también porque en nuestro proyecto hemos considerado las cadenas de acontecimientos y los viajes de prospección para la recolección de datos e información sobre diseño gráfico. A través de las cadenas de acontecimientos y del condicionamiento histórico general y específico, señalado por Segre y Cárdenas (1982), hemos ubicado los eventos influyentes en el desarrollo del diseño gráfico a fin de aproximarnos a una historia del diseño gráfico en Ecuador.

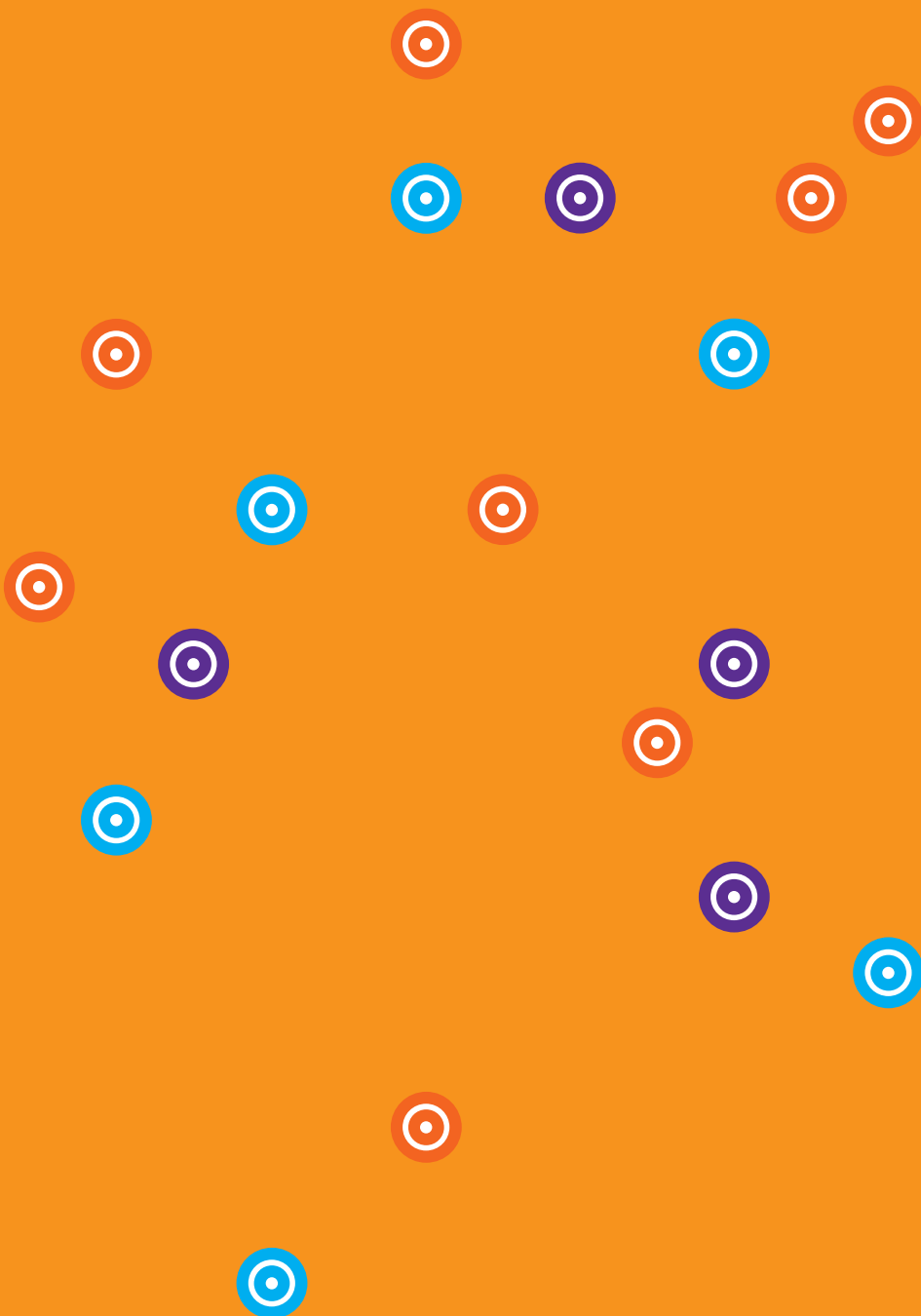
4 Un ejemplo al respecto, nos muestra la relación del desarrollo del diseño en Colombia con las políticas llevadas a cabo por la CEPAL, a través de la sustitución de importaciones en América Latina, durante la década de los sesenta. El programa se fundó para contribuir al desarrollo económico de América Latina y reforzar las relaciones económicas de los países entre sí y con las demás naciones del mundo. “Esto marca un hito, al menos en Colombia, y se percibe que en muchos países latinoamericanos sucedió más o menos lo mismo. Había un planteamiento de impulsar el desarrollo industrial que es muy distinto de lo que pasa ahora con la globalización. El planteamiento “cepalino” tenía un carácter latinoamericanista, de buscar alternativas de desarrollo para la región, entonces influye en el desarrollo latinoamericano y por consiguiente en el desarrollo del Diseño” Franky Rodríguez, J. (Julio de 2008). (M. L. Calisto, & G. Calderón, entrevistadoras).

5 (E) marca el texto de las entrevistas realizadas de manera oral y posteriormente transcritas.

Primera parte

Contexto
histórico
del diseño
gráfico
en Ecuador

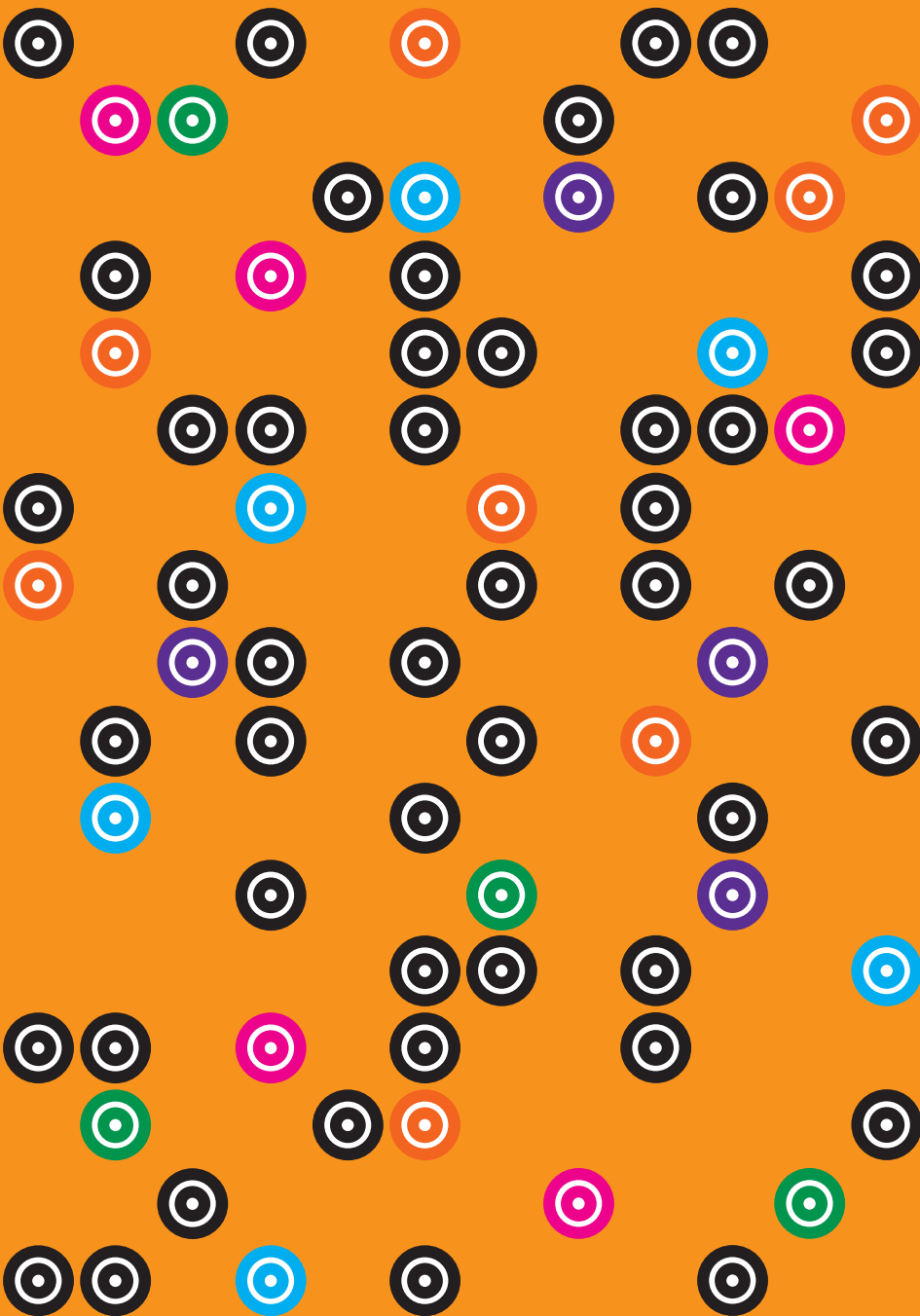
Primera
fase de la
investigación



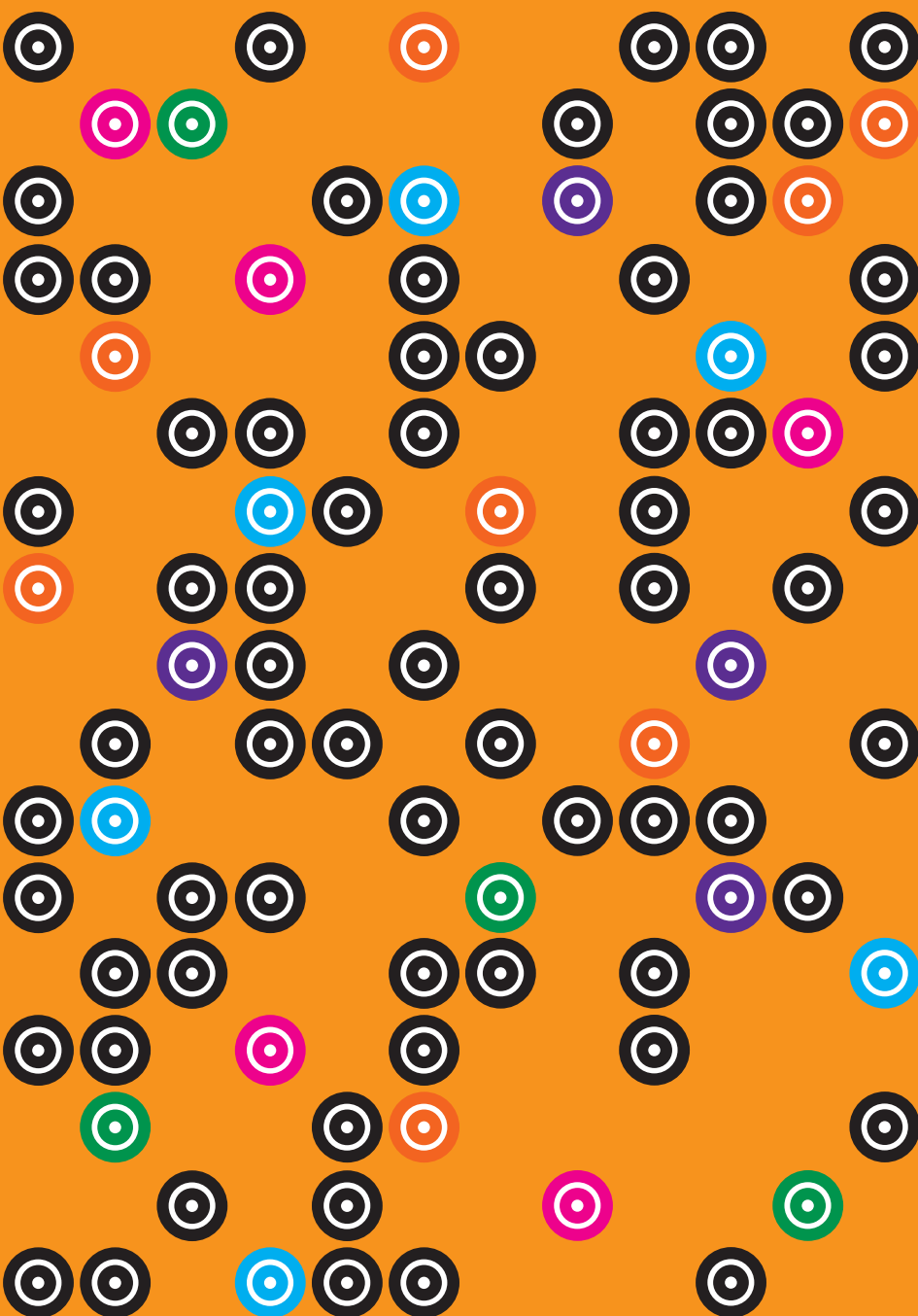
Segunda parte

Aproximación
a una
definición del
diseño gráfico
ecuatoriano
y su lenguaje
visual

Segunda
fase de la
investigación



Capítulo cinco



El término diseño, cada vez más difundido, pero también cada vez más ambiguo, ha sido casi desconocido hasta hace algunos años en los países latinos, como Ecuador, pero, desde finales de los años 80, cobra una fuerte presencia, y su significado y uso se han extendido ampliamente. El término se ha utilizado no solamente para las diversas áreas del diseño, como el arquitectónico, de interiores, gráfico, industrial, de moda, textil, entre otros, sino también para otras materias, y áreas del conocimiento como, por ejemplo, diseño de proyectos sociales, diseño de estrategias políticas, diseño facial, diseño de redes, ciudades de diseño, etcétera. Se emplea el término, también, al hablar de las formas decorativas en las artesanías, por ejemplo, en los bordados, tejidos, o en la alfarería, donde, en lugar de hablar de 'motivos' o 'grecas', se dice 'diseños'. Este uso indiscriminado y amplio del término ha producido confusiones y falta de entendimiento de lo que realmente es, tanto para sus propios actores, como para las instancias que contratan el trabajo de diseño y el público al que se dirige. En este capítulo no entraremos en el tema ampliamente tratado por diferentes pensadores, sino que nos acercaremos al diseño gráfico desde el terreno ecuatoriano a través de la voz de sus actores.

Hacia una definición del diseño gráfico ecuatoriano desde la voz de sus actores

5.1 Diseño gráfico: definición, origen y legitimación en Ecuador

Encontramos infinidad de nociones y acepciones del término, muchos muy vagos, confusos y continuamente variables, incluso si nos remitimos a la etimología de la palabra, cuyo origen más remoto, según Cardoso, está en el latín *designare*, verbo que contiene dos sentidos, el de designar (intención) y el de diseñar (configuración, orden, estructura); en ambas definiciones encontramos una ambigüedad, una tensión dinámica, entre un aspecto abstracto de concebir/ proyectar/ atribuir y otro concreto, el de registrar/ configurar/ formar. El diseño opera bajo los dos conceptos: formas materiales y conceptos intelectuales. Podemos deducir, entonces, que se trata de una actividad que genera proyectos (Cardoso, 2000). No pretendemos detenernos en las diversas definiciones y búsquedas etimológicas u originarias tanto del término diseño como de su uso, puesto que han sido muchos los autores que han reflexionado al respecto, sino que vamos a centrarnos en buscar una definición desde el ámbito ecuatoriano, a través de la palabra de los propios diseñadores.

No obstante, sí nos remitimos al origen del diseño en cuanto al uso del término, cuándo nace, bajo qué circunstancias, cuáles son sus límites frente a las disciplinas relacionadas. En este sentido, encontramos que ocurre algo parecido a lo dicho anteriormente en relación al origen de la palabra, pues hay una diversidad de enfoques. Varios investigadores han tratado el tema y se han dado innumerables discusiones. Al respecto podemos concluir que no hay un consenso en la definición, ni un acuerdo generalizado sobre el origen del diseño en su uso y su fecha de nacimiento. Esto lo podemos entender si aceptamos que cualquier fenómeno, en este caso el diseño, se adecua a la cambiante realidad sociocultural, histórica y geográfica en que se desarrolla. Por esto consideramos que la concepción, origen y época de nacimiento del diseño depende del lugar, tiempo y situación en la que aparece.

La revisión de algunos artículos y libros que vamos a exponer a continuación, nos lleva a concepciones que ligan el diseño con la economía de mercado y la sociedad de consumo; otros que lo consideran como un fenómeno estético dentro de la cultura

el diseño

ES UNA
ACTIVIDAD QUE
GENERA
PROYECTOS

el diseño

SE ADECUA A LA
CAMBIANTE
REALIDAD
SOCIOCULTURAL,
HISTÓRICA Y
GEOGRÁFICA
EN QUE SE
DESARROLLA

visual. Por otro lado, tampoco se encuentran límites precisos entre el arte, la comunicación visual y la artesanía, (Campi, 2013).

Con respecto a los orígenes, también se comprueba que hay muchas variaciones sobre los enfoques históricos; algunos lo ubican en las pinturas rupestres y en algunas civilizaciones del mundo antiguo; otros, en la misma evolución humana, donde a la par se desarrolla la comunicación visual; otros más lo sitúan en distintas coyunturas socioeconómicas, relacionadas con el desarrollo de la publicidad, la tecnología y la producción, entre otros; en varios países es posible también asociarlo con hechos y acontecimientos de un determinado momento, como es el caso de las olimpiadas de México, en 1968.

En los últimos años han tenido lugar muchos debates sobre el papel del diseño en los países periféricos, papel sobre el que, como se ha señalado en este trabajo, se ha investigado y publicado muy poco; de ahí que nos parezca importante realizar investigaciones sobre el desarrollo de este tema, desde diferentes lugares geográficos, con el fin de conocer la diversidad de visiones y concepciones relacionadas a la actividad. Al respecto y a manera de resumen, tomamos de Isabel Campi (2013) algunos de los planteamientos de la Primera Reunión Científica Internacional de Historiadores y Estudiosos del Diseño, celebrada en Barcelona, en 1999. Sobre estos debates, podríamos resumir que:

1. La historia centrada en el consumo y la cultura de masas que surgió en oposición a los métodos de la historia del arte, amplió el concepto de diseño, en la medida en que incluía lo popular frente a lo culto y adoptó métodos de los estudios culturales, la sociología, la antropología, y la economía.
2. Las teorías feministas, que no solo ponen de manifiesto el trabajo de las diseñadoras silenciadas, sino que critican los estrechos cánones estéticos y profesionales del Movimiento Moderno. El feminismo ha incorporado a la historia del diseño la moda, entendida como lugar de mediación de la modernidad y el hogar, como escenario de negociación de las actividades y significados de lo cotidiano.
3. El planteamiento en la formación sobre la relación con los estudios de diseño no tuvo mucha repercusión, ya que la idea de que la historia del diseño pudiera englobarse en otra disciplina levantó polémicas. Esto dio lugar a una serie de artículos sobre los enfoques y métodos de la historia del diseño.



4. La cuestión de la oposición entre centro y periferia y la recomposición del mapa de la historia, surge como un argumento contra la desigualdad y la incoherencia de los relatos centrales que solo admitían la industrialización como objeto de estudio del diseño. Recomponer el mapa de la historia significa que no solo se prestaba atención a la producción de los países periféricos, sino a la reformulación del concepto mismo de diseño. Éste aflora en el despegue del proceso de globalización.

Tomamos también como referencia las hipótesis de los tres orígenes del diseño que Anna Calvera (2010) propone, a propósito de las diversas versiones mencionadas anteriormente en este apartado. Aunque el enfoque está más cercano al diseño industrial, creo que también se puede adecuar al diseño gráfico. La primera se refiere a que la noción del diseño se desprende directamente de las dinámicas productivas, es decir, que su origen se ubicaría en el proceso de industrialización; se visualiza aquí lo que se ha denominado ‘función diseño’ en las empresas productivas. La segunda tiene que ver con la propuesta basada en la búsqueda de soluciones formales y estéticas de bienes producidos industrialmente, con énfasis en el consumo. Esto conlleva diferencias cualitativas de los productos y mayor reconocimiento de la ‘función diseño’, que pasa a ser pensada como ‘factor diseño’, elemento que aporta valor a la venta de productos en el mercado. De esta manera el diseño adquiere un enfoque estético que lo sitúa en un nivel social y cultural. Esta etapa reclama una profesionalización, lo que tiene por consecuencia la fundación de múltiples instituciones de enseñanza. La tercera y última hipótesis recae en la consolidación de la actividad y en la aparición de las asociaciones de diseñadores, que se organizan para darlo a conocer en su inserción en la dinámica económica. Aquí, la noción de diseño no varió, sino que, más bien, incorporó las acepciones anteriores como sus antecedentes directos.

En referencia a la historia del diseño en uno de los países latinoamericanos, Colombia, habla uno de los profesionales que hemos entrevistado:

“[...] identificamos como un primer período que llamábamos de incubación de la idea de diseño, que es cuando uno empieza a ver que hay gente que habla de diseño, que hay gente que empieza a traer ideas de diseño etc. etc.; luego un período de institucionalización del diseño y el período de institucionalización es cuando ya aparecen los profesionales, aparecen las organizaciones profesionales, aparecen las academias, aparecen programas del estado [...], aparecen organizaciones preocupadas por diseño, aparecen, digamos, actividades culturales relacionadas con diseño, las exposiciones, los premios de diseño, los eventos, todo ese tipo de cosas, eso es lo que nosotros llamábamos la institucionalización; y luego de la

el diseño

ADQUIERE UN ENFOQUE ESTÉTICO QUE LO SITÚA EN UN NIVEL SOCIAL Y CULTURAL

institucionalización lo que llamamos propiamente el desarrollo del diseño" (Franky, 2008) (E).

Sin embargo, los hechos no marcan los períodos de manera categórica, ya que unos periodos se superponen a otros. Por ejemplo, la incubación del diseño no termina en un momento determinado, sino que se traslada con la institucionalización, entonces, vemos que hay unas partes o zonas de las actividades de esta que empiezan a darse incluso antes de que la idea de la incubación quede completa. En el caso de Colombia, consideramos que el 'periodo de incubación', más o menos, se prolonga hasta finales de la década de los 60 o mediados de los 70. Se aspira, entonces, a desarrollar la historia de cada uno de estos períodos, independientemente de que alguno de ellos no haya terminado cuando se inicia otro (Franky, 2008) (E).

legitimidad DEL DISEÑO GRÁFICO EN COLOMBIA

Del mismo modo, hay muchas aristas en cuanto a la determinación de si en un país se ha alcanzado una legitimidad del diseño. Para ello se requiere de un reconocimiento generalizado de la actividad por parte de instituciones académicas, de empresas, de organismos públicos, de usuarios y público en general. Cuando caminamos por las calles, especialmente por los centros comerciales de una ciudad, miramos a cualquier lado y encontramos una proliferación de anuncios, afiches, letreros, un gran despliegue de diseño gráfico, pero ¿qué piensa el ciudadano que pasa por una avenida respecto al diseño que mira? ¿cómo lo percibe? ¿cómo lo entiende? Si se llega a un entendimiento generalizado y avalado por las instituciones mencionadas, podemos hablar de una legitimidad del diseño gráfico.

No es el caso de Ecuador. Nos centramos ahora en este país, para comprender cómo se entiende el término diseño, su origen y desarrollo. Puede decirse que es una palabra de importación relativamente reciente, no anterior a los años 70; las pocas personas que en aquellos tiempos se dedicaban a este oficio se llamaban *grafistas*, actividad que se entendía esencialmente relacionada con el arte, por lo que también se denominaban *artefinalistas*. A partir de los años 80 comienza la difusión amplia del término, cuando llegan los primeros diseñadores extranjeros y también ecuatorianos que han estudiado en el extranjero. A partir de aquí se crean las primeras escuelas de diseño.

Ecuador ES UN PAÍS EN EL QUE LA INVESTIGACIÓN Y REFLEXIÓN SOBRE EL DISEÑO EN GENERAL, Y EL GRÁFICO EN PARTICULAR, SON CASI NULOS

Ecuador es un país en el que la investigación y reflexión sobre el diseño en general, y el gráfico en particular, son casi nulos. Los propios profesionales del diseño no debaten al respecto, por tanto, no hay un acuerdo sobre el alcance y la naturaleza de su trabajo. En el área académica, las facultades y escuelas de diseño se ocupan de lo cotidiano, sin propuestas innovadoras, sin salir

de las aulas universitarias, generalmente con pocos recursos económicos y técnicos; tampoco existen estudios de posgrado en el área y las pocas asociaciones profesionales que se han creado han desaparecido o no tienen repercusión alguna. Si ante este panorama se recurre a la bibliografía profesional, allí encontramos una situación no menos desoladora, pues en Ecuador el diseño es una actividad que se practica, pero sobre la que no se reflexiona, no se investiga, no se produce conocimiento, no se genera teoría sobre su praxis.

5.2 Definición del término formulada por los actores del diseño gráfico ecuatoriano

La situación mencionada nos ha llevado a través de una indagación histórica y de la opinión de los propios actores del diseño, a explorar cómo los diseñadores definen su actividad y cómo entienden sus orígenes. Para el efecto, y con el fin de seguir con nuestro lineamiento de que sean ‘los actores que hablen por sí mismos’ (Frampton, 1993), reproducimos parte de las entrevistas realizadas, las cuales pueden darnos claves con las que iniciar una reflexión sobre el diseño gráfico en Ecuador, y que nos permitan establecer conclusiones sobre el tema, en el caso específico ecuatoriano (Ver Anexo 6).

A la pregunta de cómo definirías el diseño gráfico en Ecuador o si es posible una definición de esta índole, algunos profesionales respondieron:

“No veo que tengamos que diferenciar a nivel de definición un diseño gráfico ecuatoriano del resto del mundo, o por lo menos del de nuestros vecinos cercanos Colombia y Perú. Para mí el diseño gráfico es una manifestación/oficio del ser humano que sirve al propósito de hacer comunicación visual de manera funcional y atractiva” (Barragán, 2015) (E).

“El diseño gráfico de Ecuador puede ser definido a veces como un diseño que carece de identidad propia, influenciado únicamente por las grandes corrientes del diseño norteamericano y europeo, otras posturas encuentran que existe un diseño ecuatoriano con mayor identidad. El diseño gráfico ecuatoriano es, como en otras partes, el resultado de una serie de acontecimientos, influencias y tendencias, extranjeras y locales” (Calderón, 2016) (E).

“El diseño gráfico es una profesión relacionada a la comunicación visual, y que se enfoca, en términos generales, a la concepción y elaboración de proyectos gráficos destinados a la impresión o difusión a través de soportes digitales. En ese sentido, se trata de una actividad tanto conceptual (creación de mensajes originales), organizativa (estrategias de comunicación en consideración a las necesidades del proyecto, del cliente y del destinatario) y práctica (elaboración de originales funcionales). Ya que la actividad del diseño gráfico se aplica dentro de un contexto social y cultural particular (en este caso el ecuatoriano) para ser efectivo, necesariamente responderá a los requerimientos de

esa realidad y es en esa medida que tendrá particularidades que podríamos considerar “ecuatorianas”, considerando que ese concepto es muy amplio y difícil de precisar, dadas la variedad de grupos socioculturales y geográficos que existen en nuestro país” (Mena, 2016) (E).

“Difícil de encasillar en una definición. Yo creo que es tan diverso como sus actores (creadores y consumidores). El momento que se defina con un solo punto de vista dejó de existir” (Salgado E., 2016) (E).

“No me atrevo a definir linderos, los tiempos que vivimos son apremiantes, definibles por el vértigo de lo inmediato. Pero tentado una simple interpretación visualizo, por un lado, en una acera, apreciables esfuerzos de algunos comunicadores que proponen alternativas a lo comercial, más inclinados hacia una búsqueda de identidad con nuestros entornos culturales, llamémosle “lo patrimonial”; estas propuestas pueden expresarse desde lo artístico hasta lo contestatario en las RR. SS. o grafitis, el afiche y la camiseta. En la acera de enfrente está el día a día, los trabajos por encargo y en ellos no encuentro rasgos de lo que podríamos llamar diseño «ecuatoriano». Claro, hay trabajos y trabajos, algunos commodities como los chocolates gourmet u otros [...] que permiten explorar ciertos aspectos de lo cultural, pero...no veo mayor cosa. Bueno, tal vez el tema de los murales que se acostumbraban para ilustrar los negocios eran una forma de exponer lo local, pero las ordenanzas municipales han delimitado esa posibilidad. Y de las vallas públicas que fueron alguna vez una oportunidad...ni hablar. En otro orden me parece que las RR. SS., como Behance, Pinterest, etc. sirven de plataformas para la concepción de un formato, o formatos, de comunicación visual global. Una visión occidentalizada de usos y formas... ¿Quién sabe? ¿Definirlo? Una gran posibilidad de nuevas expresiones apremiado por la urgencia del hoy” (Jaramillo R., 2016) (E).

“En absoluto, más bien estamos en una asimilación global necesaria y de acuerdo al tiempo y del talento poco a poco se cristalizará una propuesta de identidad propia. Naturalmente existen diseñadores que se dedican a desarrollar conceptos más nuestros, pero eso no significa que existe un estilo que define la gráfica ecuatoriana como lo es Brasil y en parte Argentina, en donde lo de antes, lo presente y en sí su idiosincrasia perfilan un estilo que marca su gráfica. La comunicación del siglo XXI es muy global en lo gráfico y solo el tiempo convierte lo propio en una identidad reconocible, siempre de acuerdo a la intensidad cultural que vive un país” (Mussfeldt, 2016) (E).

“Es muy difícil que en este momento podamos definir al diseño gráfico ecuatoriano, aún no hemos creado una forma de diseñar que sea diferente a la que tienen otros países latinoamericanos, sobre todo andinos, las mismas definiciones de que tenemos un diseño colorido, basado en la gráfica popular, barroco o recargado, que utilizamos lo precolombino y colonial, etc., podría aplicarse a Perú, Bolivia, Chile, Colombia. Aparte de eso la influencia del diseño europeo y norteamericano es muy fuerte” (Lazo, 2016) (E).

el concepto
DEL DISEÑO
GRÁFICO ES
CAMBIANTE

Como vemos, sus respuestas ponen de manifiesto que no es posible una definición del diseño gráfico con características ecuatorianas. Hay acuerdo en que el concepto del diseño gráfico es cambiante y en él confluyen características tanto nacionales como de influencias extranjeras, especialmente de Norteamérica y Europa. Cabría en todo caso hablar de un diseño andino (Perú, Bolivia, Ecuador, Colombia) cuyas características de color, de formas recargadas, de aspecto precolombino o colonial, le dan

una especificidad que puede ser reconocida; sin embargo, no se puede hablar de una identidad propia del diseño ecuatoriano, andino o latinoamericano. Tal vez los diseños que se pudieran considerar como más reconocibles serían los de Brasil, Argentina y México, que son los países donde el diseño apareció más temprano y donde más se ha fortalecido.

En relación a la definición del diseño gráfico en Ecuador, consideramos que la más acertada y que engloba varios puntos de vista de las opiniones de los otros diseñadores, es la de Antonio Mena, quien hace referencia al diseño gráfico como parte de la comunicación visual que apunta a la conceptualización y realización de proyectos gráficos para la difusión a través de soportes impresos o digitales. Es una actividad, dice, conceptual, organizativa y práctica, que responde a un contexto sociocultural y geográfico de un lugar específico. De ahí se desprende que también hay enfoques diferentes del diseño gráfico, por un lado, tendencias hacia el arte, la estética, la exclusividad y por otro, un diseño tendiente a lo tecnológico, inmediatista, marcado por la urgencia del día a día. Por otra parte, encontramos tendencias con formatos más globales, más cercanas al diseño moderno occidental y tendencias más locales marcadas por el mestizaje latino y sus expresiones barrocas.

También encontramos diseñadores que entienden el diseño como un todo integral frente a otros que utilizan especializaciones y subdivisiones entre el gráfico y el industrial. Así, entre los primeros, Juan Carlos Alvarado manifiesta:

“¿Diseño gráfico? para mí, como que no existe mucho la división entre diseño y diseño gráfico. Es algo integral, yo no veo al diseño como una parte aislada, yo creo, de hecho, denominarlo ‘diseño gráfico’ lo limita, desde mi perspectiva. A otros les servirá profesionalmente y tal, no sé, siempre el diseño, para mí, tiene que estar vinculado, el diseño existe porque existen las necesidades del mercado, por ejemplo, no es el diseño por el diseño, es porque se necesita, de hecho, si estudiamos la historia, un poco surgió así... para mí el diseñar tiene que estar vinculado a una necesidad, a una cosa que la gente requiera, si no, no puede existir” (Alvarado, 2008) (E).

5.3 Origen del diseño gráfico ecuatoriano según la opinión de los diseñadores

Otra de las preocupaciones ha sido determinar cuál es el origen del diseño, cuándo nace, desde qué fechas o acontecimientos podemos hablar de un diseño gráfico en Ecuador. Para responder estos interrogantes hemos preguntado a los diseñadores gráficos ecuatorianos cuál sería la fecha de nacimiento del diseño gráfico en Ecuador y si hubo alguna condición o acontecimiento especial que propiciara ese nacimiento. Al igual que en la pregunta

enfoques

DIFERENTES DEL DISEÑO GRÁFICO, POR UN LADO, TENDENCIAS HACIA EL ARTE, LA ESTÉTICA, LA EXCLUSIVIDAD Y POR OTRO, UN DISEÑO TENDIENTE A LO TECNOLÓGICO, INMEDIATISTA, MARCADO POR LA URGENCIA DEL DÍA A DÍA

anterior, hemos obtenido respuestas que ubican ese origen en varias épocas y desde diferentes campos de acción; citamos algunas de las respuestas más representativas:

“Considero que el diseño gráfico nace con los primeros humanos que poblaron estas tierras, empezando con los petroglifos –y seguramente con manifestaciones que no llegaron a nuestros días porque se realizaron sobre sustratos perecibles– y siguiendo con la extensa elaboración gráfica que se hacía en cerámica como por ejemplo en la cultura Carchi/Piartal. De allí en adelante creo que se da un gran salto semi-industrial en el oficio con la llegada de las primeras prensas litográficas a la escuela de Bellas Artes de Quito de la mano de los catalanes Castells, Pons y Puig (entre otros) en la época de Eloy Alfaro y García Moreno, a comienzos del siglo pasado” (Barragán, 2015) (E).

“Una fecha exacta no conozco, pero se sabe que entre los años setenta y ochenta, aparecen los primeros diseñadores gráficos profesionales en Ecuador. A finales de los años setenta aparece la primera Escuela de Diseño en Ibarra y a partir de los años ochenta, se fundan los primeros institutos de diseño en las ciudades de Cuenca y Quito. También vinieron diseñadores que habían estudiados en el extranjero. Esto significó la aparición de las primeras generaciones de diseñadores gráficos profesionales” (Calderón, 2016) (E).

“La actividad gráfica en Ecuador tiene una historia relativamente extensa y surge (como en el resto de países) con la difusión gráfica a escala industrial a inicios del siglo XX con la aparición de los primeros periódicos de gran tiraje y las revistas ilustradas, así como al establecimiento de imprentas más tecnificadas. Sin embargo, la actividad no fue considerada como una profesión en sí misma, sino que fue desempeñada por personas cuya actividad profesional se prestaba para las actividades de diseño, como artistas plásticos y más tarde arquitectos. Con el desarrollo industrial, especialmente tras el primer “boom petrolero” de los años setenta, que trajo consigo un aumento demográfico y la concentración de la población en grandes ciudades, así como la inserción a mayor escala en el mercado mundial, las necesidades de especialistas en diseño van haciéndose más notorias, tanto en los medios impresos tradicionales, como en la publicidad en general. Se puede decir que, para finales de la década de los setenta y especialmente en los primeros años de la década de los ochenta del siglo XX, se inicia la actividad profesional, con diseñadores formados en el extranjero y que establecen las primeras oficinas de diseño en el país. Para mediados de esa misma década se funda la primera escuela profesional de diseño gráfico” (Mena, 2016) (E).

“Cuando la agencia Norlop Thompson de Guayaquil empezó a vender publicidad y atado a ella se comercializaban productos gráficos. No recuerdo la fecha. Se podría hablar de una época también” (Salgado E., 2016) (E).

“De alguna manera habrá que remontarse hacia el grupo de la Asociación Ecuatoriana de Bellas Artes «Alere Flammam», Guayaquil, 1939. Existe un vasto trabajo gráfico anterior, artístico, de Camilo Egas, Kingman, Andrade Faini, Roura Oxamberro y Estuardo Maldonado que ya lindan lo gráfico, creo particularmente que fueron moldes para algunas lecturas “de diseño” posteriores. Pero es la obra de Carlos Zeballos Menéndez la que otorga una forma gráfica a las pintaderas y demás estilizaciones geométricas de objetos precolombinos, la que define —a mi criterio— el punto de partida de lo que podría llamarse el diseño nacional. Luego llegaría Peter Mussfeldt, quien —pienso— sobre esa obra desarrollaría su visión particular de la colección *Galápagos*, que se convertiría en nuestro más relevante referente iconográfico nacional” (Jaramillo R., 2016) (E).



“Siempre todo empieza con la necesidad en comunicarse con su público para avisar eventos o crear avisos que ofrecen productos al consumidor. Entonces el nacimiento del diseño gráfico en Ecuador está basado en ese hecho, definir gráficamente una intención de comunicar cultural o convencional y me parece que eso se originó ya en los siglos pasados y se fortaleció en los años 1970 por el descubrimiento del petróleo y su respectivo auge económico y en su finalidad la era de comunicación digital” (Mussfeldt, 2016) (E).

“Posiblemente el logo del Pacífico de Peter Mussfeldt, aunque pienso que a mediados de los 80 el retorno de varios diseñadores ecuatorianos de universidades extranjeras o la creación de las carreras de diseño en Cuenca, Quito e Ibarra marcan también un quiebre importante” (Lazo, 2016) (E).

“La publicidad fue la que introdujo el concepto de diseño gráfico en el país alrededor de los 70, tengo así más o menos la historia, en Cuenca sobre todo, donde yo me eduqué y viví algunos años, creo que fue la pintura la que movió un poco la parte del diseño gráfico, estuvo más vinculada a la pintura o a las Artes Aplicadas. Incluso lo que hace que el diseño comience a surgir como una necesidad, digamos del mercado, pero en las ciudades más grandes, es la publicidad, digamos el diseño estaba vinculado a la publicidad. [De hecho, al principio solo existía diseño gráfico en las agencias de publicidad, no había en otra parte. En Cuenca no, porque en Cuenca la publicidad nunca se ha manejado, de hecho, hasta ahora no es una cosa que se mueva, claro, muchas empresas de Cuenca tienen sus clientes, sus agencias en Quito, en Guayaquil” (Alvarado, 2008) (E).

“Los orígenes me parece, más bien, que han salido en función de las necesidades, el contacto con las imprentas te cuenta más esta historia, los diseñadores de antes [en Cuenca] eran los arquitectos, de hecho cuando yo estudié, mis profesores eran todos arquitectos, entonces me parece un tanto extraño, yo creo que, por ahí, de la necesidad de que “zapatero a tus zapatos” me parece que va cogiendo fuerza esto no, porque si no todavía estaríamos con los arquitectos y diseñadores hábiles que se dedicaban a hacer marcas, yo creo que en función de la necesidad, y esto va a ir creciendo” (Álvarez, 2008) (E).

También en este caso encontramos diversas posturas, las que sostienen que empieza con las necesidades de comunicación del ser humano y los primeros habitantes del territorio; las que opinan que se inicia a principios del siglo XX cuando proliferan los periódicos de gran tiraje y la tecnificación de la imprenta; las que observan que nace a partir de las Bellas Artes, en los años 1930-1940; las que afirman que surge en los años 1970 con el auge económico del *boom* petrolero, el aumento demográfico y la concentración de personas en las ciudades; y las que aseveran que comienza con la profesionalización del diseño, el retorno de diseñadores que han estudiado fuera del país y la creación de las primeras escuelas, en los años 80.

A partir de estas cuatro posturas, nosotros planteamos que, aunque todas se refieren al el diseño gráfico, aun cuando no se reconoce como tal, el mismo término ‘diseño’ se introduce en el país no antes de los años 60, y solo se menciona de modo esporádico, especialmente en el ámbito publicitario. Únicamente a partir de la

década de 1980 cobra alguna presencia. Por ello, en este trabajo, hemos denominado antecedentes del diseño gráfico a todas estas manifestaciones anteriores a 1970, y que de distintas maneras están emparentadas con él, como la simbología de las culturas aborígenes, las manifestaciones artísticas y arquitectónicas, la imprenta, la artesanía, y más tarde la publicidad y la rotulación. Cabe mencionar dos ejes que empujaron el diseño gráfico desde las primeras épocas: las manifestaciones culturales audiovisuales (teatro, danza, etc.), y el activismo político, con sus piezas gráficas de promoción y difusión.

Consideramos que, a partir de 1960, se empieza a mencionar al diseño gráfico que se desarrollaría en cuatro etapas:

1. De gestación, cuando el diseño nace desde las semillas que fueron plantándose de manera esporádica desde los primeros años del siglo XX, hasta finales de la década del 60.
2. De nacimiento, en los años 70. Entonces se empieza a hablar vagamente de diseño, de gráfica, sobre todo en el ámbito publicitario, que requería promover productos mediante anuncios de prensa, volantes y otros impresos.
3. De reconocimiento y legitimidad, a partir de los 80, cuando se institucionaliza el diseño, se crean las primeras escuelas universitarias e institutos educativos; el término empieza a ser reconocido y llegan del exterior los primeros graduados, que comienzan a abrir el camino.
4. De fortalecimiento y consolidación, a partir de los 90, cuando se promueve el posicionamiento y difusión de la actividad, que tiene su mayor expresión en la creación de las primeras asociaciones gremiales, además de que el diseño gráfico se inserta en los procesos productivos, comerciales e institucionales del país.

diferencias

ENTRE ALGUNAS CIUDADES Y PROVINCIAS DEL PAÍS, QUE TIENEN NIVELES DE DESARROLLO ECONÓMICO, PRODUCTIVO, TECNOLÓGICO Y CULTURAL DIVERSO Y DESIGUAL

Si bien es cierto que estas etapas pueden hacer referencia al desarrollo que ha tenido el diseño gráfico en Ecuador, no es menos cierto que hay que destacar las diferencias que se dan entre algunas ciudades y provincias del país, que tienen niveles de desarrollo económico, productivo, tecnológico y cultural diverso y desigual, lo que ofrecería variantes en la concepción y origen del diseño gráfico ecuatoriano.

Quito, la capital, y Guayaquil, el mayor puerto del país, son las ciudades donde se concentra casi la totalidad de la actividad económica, política y cultural, y por ende donde también el

diseño ha encontrado su desarrollo más notable, dentro de los diversos ámbitos. Cuenca, la tercera ciudad de Ecuador, además de tener un alto nivel en la producción artesanal, ha desarrollado un buen nivel, tanto de producción manufacturera e industrial, como comercial. Por esto, junto con Ibarra, otra de las ciudades donde ha destacado la artesanía, han sido las primeras en crear escuelas de diseño a nivel universitario. No fue así en Quito y Guayaquil, donde florecieron institutos de diseño a nivel tecnológico, antes de situarse en las universidades. Así lo expresan algunos entrevistados:

“El origen de la facultad [de la Universidad del Azuay - Cuenca] tiene que ver con la posibilidad de incidir positivamente en un medio en el cual la producción artesanal era enormemente rica, había una tradición artesanal, una riqueza de materiales y técnicas enorme, y nosotros creíamos que podríamos incidir positivamente en el desarrollo local y regional a partir de potenciar esa producción. Y como también comenzaba la ciudad a requerir de profesionales en el mundo gráfico, lo hicimos integralmente y, también en el mundo de los objetos, la facultad ha tenido su incidencia. Hay una producción artesanal joven, renovada, no siempre ligada a las formas tradicionales, pero sí con mucha calidad técnica, estética y que también están trabajando con mucho éxito, me parece que ese también es un producto de la academia.

[Y, ¿cuál es el origen de esta tradición, es desde la época Colonial?]

Me parece que es mucho antes de la época Colonial, la cultura cañarí tenía manifestaciones ricas en el mundo de la producción, en la cerámica, sobre todo, y luego en la época de la Colonia, la cerámica, la joyería que todavía subsisten en el medio, la marroquinería, está toda la cosa de la hojalatería, la herrería.

[Y, ¿qué personas empezaron haciendo diseño? Antes de que hubiera una escuela de diseño, ¿en dónde estarían los antecedentes?]

Yo diría que quienes estuvieron vinculados al mundo de la gráfica, como que no se ve con mucha claridad. Posiblemente algunos de los artistas, posiblemente estaban vinculados al mundo gráfico, también de manera lateral los arquitectos... Así es porque en el área de diseño de objetos y arquitectura, la socia era una arquitecta, Dora Giordano, de Buenos Aires - Argentina, que hasta ahora sigue colaborando con nosotros” (Jaramillo, R., 2008) (E).

“[En Cuenca] siempre han contemplado muchos aspectos, a la artesanía nunca la han dejado de lado. Yo creo que Guayaquil es una ciudad comercial, no lo va a dejar de ser nunca, nacimos [...] como ciudad de comercio y esto es con lo que hay que trabajar, es esto lo que hay, ¿a partir de allí que tenemos que hacer? ¿Cómo podemos aportar a la comunidad? En este medio, aquí uno no puede hacer carteles, ¿dónde pones aquí los carteles? Háblenme de afichistas guayaquileños, no pues, ni siquiera hay la posibilidad, y es una lástima porque todo el mundo ama el afiche y le da vida al cartel, y aquí uno, no tiene que cartel mandar porque simplemente no lo hay; ahora uno dice la metro vía, pero no hay paredes en la metro vía, no hay espacios para cartel, pero en cambio vamos a ver las vallas que hay en la vía pública, son gigantes, lástima que las hacen los publicistas porque a veces tienen errores de diseño garrafales, digo mira eso es un cartel y eso lo debería hacer un diseñador gráfico, pero bueno, vamos no más a dejarles a los publicistas porque son muy temerosos” (Hunter C., 2008) (E).

Ibarra, ciudad ubicada al norte del país, es una zona eminentemente artesanal, especialmente en el área textil. Allí se asentaron algunas fábricas textiles a principios del siglo XX, algunas ya desaparecidas, lo que ha dado paso a la implementación de pequeñas empresas familiares que han continuado con la producción textil a menor escala. En esta ciudad se han hecho esfuerzos por introducir el diseño como un valor agregado en la producción textil, tanto artesanal, como de la pequeña industria, a través de una de las primeras escuelas universitarias que se crearon en el país en el ámbito del diseño, así lo manifiesta la docente argentina, Mónica Polanco (2009) (E), que está instalada en Ibarra desde 1995.

“Bueno, cuando llegué, era muy pobre, te diría que prácticamente no había un diseño, lo que sí había era una parte gráfica que ejercía su profesión a través de las imprentas, a través de gente que salía evidentemente de una formación en el Daniel Reyes³². Esa gente, eran artistas plásticos, grabadores, dentro del área de la plástica, escultores, si ejercían por ahí el diseño, y había rotulistas que todavía siguen siendo, si tú te fijas un poco por el Centro de Ibarra, te vas a encontrar muchos rotuladores, muchísimos que conocen de su oficio... pero les falta la parte de comunicación visual que es tan necesaria.

Hay muchos que se mueven en la industria de la moda en Atuntaqui, eso floreció bastante. Bueno Atuntaqui, tiene una historia de la industria textil bastante amplia. Hubo aquí la fábrica de Atuntaqui³³ que se cerró, que daba trabajo a un montón de familias. En un momento dado se cerró y esto produjo que cada una de las personas involucradas en la producción de la ciudad, que se dedicaban solamente a trabajar para esta textilera, abrieran sus pequeños talleres... fueron creciendo, y yo te diría que no son grandes empresas, pero son medianas empresas que están en este momento trabajando con unas 30 - 50 personas más o menos. Y ya están entrando en un proceso de producción bien interesante. En donde ellos ya se han visto en la necesidad de demandar diseño gráfico para sus productos, recién ahora se está creando un poco de conciencia de lo que es el valor agregado del diseño al producto. Desde este momento, en la historia del diseño local... de una concienciación por parte del empresario y el valor agregado del diseño, antes no lo notaban. Y todavía hay gente un poco reticente en esta área.

[Y, respecto a lo artesanal, ¿lo relacionas de alguna manera con el diseño gráfico?]

Bueno yo quisiera relacionarlo totalmente con el diseño gráfico. Pero yo creo que no es así, yo creo que la gente, los artesanos, todavía no se dan cuenta del potencial que tienen las marcas, de todo lo que se puede hacer a través del diseño, la artesanía, se menoscaba un poco. La gente ve la cuestión como algo folklórico, no como la artesanía realmente bien diseñada, hay este producto de valor agregado, que facilitaría la colocación en el mercado internacional”.

32 Instituto Superior Tecnológico de Artes Plásticas Daniel Reyes, funciona en San Antonio de Ibarra desde 1944.

33 Fábrica Textil Imbabura, que funcionó desde 1924 hasta 1982.

Las tres ciudades restantes, Ambato, Riobamba y Loja, son ciudades pequeñas que han tenido algún desarrollo artesanal, manufacturero y de pequeña empresa. Aunque existen allí escuelas de diseño, aún se encuentran en el debate por el

reconocimiento y aceptación de la profesión; así lo expresan profesionales del diseño y docentes de esas provincias:

“[...] puesto que el diseño, aquí en la ciudad de Ambato, no es muy conocido, obviamente hemos tenido el problema de que el diseño es considerado como una rama artesanal, más no una rama profesional [...]. En un mundo tan globalizado como en el que estamos, realmente la tecnología avanza rapidísimo y así mismo debe avanzar el diseño. Obviamente sin dejar de lado la parte técnica, la parte artística, pero el mundo tecnológico nos está consumiendo prácticamente [...].

Aquí en Ambato, pues tenemos una riqueza en lo que son culturas indígenas, más que todo comunidades indígenas que tienen artesanía entonces por ese lado también hemos estado explotando mucho como concepto, como una base fundamental para el diseño y buscar lo moderno con elementos de nuestra idiosincrasia, de nuestra cultura, que las estamos perdiendo lamentablemente. [...]. Muchas veces hablamos de que el Ecuador no tiene cultura y el Ecuador tiene diversidad de cultura, y es muy rico en eso, entonces explotar esa situación me parece muy interesante y en lo personal, como les digo, buscamos justamente esas alternativas que tenemos, no solo en la parte indígena o en la parte precolombina, sino en nuestra propia naturaleza, en nuestro entorno, si todo nos trae algún elemento de inspiración del cual podemos explotar y podemos encontrar elementos muy ricos en diseño.

Las empresas modernas, las empresas nuevas que se están presentando en la ciudad de Ambato o por lo menos estas empresas de ancestro, estas empresas de historicidad y demás, son empresas que, con las nuevas administraciones, a las que ya llega gente joven, o sus propios parientes que son los que van heredando estas empresas, son los que ahora van tomando mucho más en cuenta el diseño”
(Navas, 2010) (E).

“Las pequeñas empresas [en Ambato] prefieren minimizar sus recursos y contratar sin mucho fundamento a ingenieros en sistemas, o a gente que maneja un programa, aunque sea sin criterio, sin criterio de marketing, sin criterio de marca, sin criterio comercial ni publicitario, exacto. Contratan a alguien que medio haga algo en la computadora, [...] o contratan a un pasante o a un diseñador que está empezando”
(Suarez, 2010) (E).

“El mercado laboral, en Loja, es un mercado bastante corto, a pesar de que se están ampliando los espacios, todavía los jóvenes no lo ven como un potencial de trabajo inmediato, lo que están dedicados a hacer es abrirse sus pequeñas empresas de diseño gráfico y apoyar a las empresas que necesitan comercio, sobre todo porque Loja no tiene industria, y apoyan en cuanto a lo que podría ser imagen corporativa, más bien, lo que manejaría el 90% de la gente es tarjetería, y también se dedican mucho al trabajo artístico, entonces combinan ambas cosas, como te digo nuestra intención no es limitarlos a un área, porque hemos visto que el espacio laboral no es lo suficiente mente amplio”
(Malo S., 2010) (E).

5.4 Legitimidad del diseño gráfico ecuatoriano

Tomando como base los planteamientos de los dos puntos anteriores, quisimos complementar la investigación con una pregunta adicional, respecto a la legitimidad del diseño gráfico en

Ecuador, en el sentido del reconocimiento que ha obtenido de las instancias de legitimación, como son las instituciones, las academias, los sectores productivos y culturales, que lo sitúan en las esferas sociales y de poder (Bourdieu, 1990). Al respecto preguntamos también a los diseñadores desde cuándo considerarían el diseño gráfico como una actividad reconocida de manera oficial en Ecuador y si destaca alguna característica importante de éste. Las respuestas fueron:

“Desde que hubo la necesidad de encomendar a un artesano/técnico que solucionara un problema de comunicación visual. Para legitimar un oficio, no necesariamente tiene que estar inscrito en la ley de la República. Creo que el término “diseño gráfico” se empieza a usar en Quito a mediados de los 60 pero eso no quita que ya existían comunicadores visuales con anterioridad. Hoy por hoy el término “Diseño Gráfico” se ve desdeñado por la cantidad de profesionales mediocres y la facilidad de resolver algunos problemas de diseño con un ordenador y un programa de diagramación o dibujo. Por eso está de moda referirse a “consultor de branding”, “arquitectura de redes” y muchas otras perlas que se escuchan” (Barragán, 2015) (E).

“Las labores ejecutadas por la Asociación de Diseñadores Gráficos, ADG, fue una vitrina importante para exponer el diseño ecuatoriano, al menos en Quito, a través de las cinco Bienales de Diseño realizadas entre los años 90 y 2000. Es evidente que la proliferación de institutos, escuelas, facultades de diseño y el incremento de estudiantes y profesionales están relacionados con el desarrollo económico y social del país, sobre todo en las últimas décadas” (Calderón, 2016) (E).

“En mi opinión, desde el nacimiento de la primera escuela de diseño que ofrece como carrera oficial la misma. ¿Metropolitano de Diseño?” (Salgado E., 2016) (E).

“Hacia finales de la década de los ochenta se consolida un acariciado sueño de algunos directores de arte de agencias, establecer lo que en esa época llamábamos «agencias boutique». El cerco que habían estructurado las agencias por medio de la asociación de agencias de publicidad y sus vínculos con los medios impedían cualquier intento de establecer nuevos formatos de servicio. Estas pequeñas oficinas ofrecían un servicio casi «outsider» y no tenían mayor aliento económico para sobrevivir al tiempo.

Siempre hay alguien que logra romper ese cerco, por lo que considero —viendo en retrospectiva— que Max Benavides fue el primer diseñador independiente exitoso. Mussfeldt y yo fundamos Versus a finales de 1989, diciembre; pero ya había algunos estudios funcionando, tanto en Quito como en Guayaquil. Entre ellos sobresalen el de Max en Quito y Matisse de Mariella Trujillo en Guayaquil. Mussfeldt traía su prestigio como copropietario de Norlop y todo su acervo artístico; su arribo a la «actividad» consolidó la propuesta” (Jaramillo R., 2016) (E).

“Desde el siglo pasado, empezando en los años que se formaron varios medios impresos y mucha comunicación visual era diseñado por dibujantes o artistas contratados” (Mussfeldt, 2016) (E).

“El hecho de que se reconozca el título de “diseñador” desde el año 1990 aproximadamente me parece que le dio validez a la profesión” (Lazo, 2015) (E).



Este punto está también ligado a los anteriores por lo que las respuestas pueden ubicarse a tenor de las etapas de desarrollo del diseño planteadas; sin embargo, nos concentramos en las dos últimas etapas mencionadas, que hemos llamado de reconocimiento y legitimidad; es decir, el periodo en que se institucionaliza la disciplina, tanto en los centros académicos como en las instancias productivas, comerciales, culturales e institucionales, y que se da a partir de la segunda mitad de 1980, con los diseñadores pioneros y primeros graduados en el exterior que retornan al país. Esto se concreta en el periodo de los años 90, que es la etapa de fortalecimiento y consolidación, asentada con esos primeros diseñadores graduados en el país y la aparición de asociaciones de profesionales. Sin embargo, hay que destacar que solamente en Quito y Guayaquil se ha alcanzado una consolidación, pues las otras ciudades aún se encuentran en la búsqueda de aquella última etapa.

5.5 Cultura de diseño en Ecuador

Finalmente, hemos querido investigar sobre la concepción de la ‘cultura de diseño’, concepto que últimamente escuchamos empleado mayoritariamente en los países europeos y en Norteamérica. Según Julier (2010a) estamos hablando de cultura de diseño cuando una disciplina propia se centra en el estudio de las relaciones entre los objetos de diseño, los diseñadores, la producción (incluyendo el *marketing*, la publicidad y la comercialización) y, finalmente, el consumo. Ello requiere un planteamiento interdisciplinario que no solo pretenda elevar el diseño a objeto de estudio en sí mismo, sino reflexionar en torno a él de manera poliédrica y compleja, de acuerdo con el papel que juega en nuestra sociedad. “Puede estar impregnando los sistemas de trabajo, conocimientos y relaciones de los diseñadores, o las acciones cotidianas de los usuarios de ese diseño; pero también puede desarrollarse más pública y ampliamente, dentro de sistemas de poder, estructuras y dinámicas económicas o relaciones sociales” (Julier, 2010a: 20).

Julier explica la acuñación de la ‘cultura de diseño’ como objeto de estudio para, a continuación, introducir las claves de los diferentes campos que se vinculan a esta nueva disciplina: el proceso de producción, la profesión de diseñador, el consumo de diseño y, por supuesto, el producto diseñado. Es una disciplina que ya ha alcanzado la mayoría de edad, tanto académica como culturalmente. La cultura del diseño incorpora una noción más amplia que la de la disciplina ya que “implica la existencia de normas colectivas de práctica, compartidas dentro de contextos determinados o a través de ellos. Específicamente, alude a la

manera en que el contexto geográfico puede influir en la práctica y los resultados del diseño” (Julier, 2010: 20). Esto puede verse de dos maneras. El primer enfoque considera las características específicas de un lugar, como la disponibilidad de materiales y tecnologías, factores culturales, clima, modos de intercambio, etc. Estos elementos desembocan en unas acciones particulares, que podrían ser contrapuestas a prácticas globalizadas o dominantes (*mainstream*). El segundo, puede también acarrear una conciencia de diferencia o “periferización”, considera la cultura del diseño como una plataforma para la comunicación, mediante la cual los diseñadores de diferentes lugares se conectan, se comunican y legitiman sus actividades (Julier, 2010a).

Según esta concepción, preguntamos a los diseñadores ecuatorianos si se puede hablar de una cultura de diseño en Ecuador, y si así lo consideran, por qué y a partir de cuándo. Algunas repuestas fueron las siguientes:

“Por supuesto, desde los primeros pobladores que requirieron hacer soluciones de diseño gráfico y comunicación visual, además de habitacionales, de objetos, constructivas, de vestimenta, etc.” (Barragán, 2015) (E).

“No creo que existe una cultura de diseño en el Ecuador, hay buenos profesionales de diseño, pero no es algo masivo o popular” (Calderón, 2016) (E).

“La ‘cultura del diseño’ es algo que evoluciona y tiene distintos aspectos por lo que es difícil de precisar. Se podría decir, por un lado, que Ecuador no tiene una tradición de diseño, a diferencia de otros países como México, Cuba o Brasil, que se iniciaron con anterioridad y lograron en su momento consolidar lenguajes gráficos distintivos que los caracterizan hasta la actualidad. Por otro lado, hay una cultura visual local muy rica que, en ocasiones, ha enriquecido los lenguajes gráficos de algunos diseñadores, quienes han sabido adaptar particularidades locales a la globalización del diseño de las últimas décadas. La pregunta tiene que ver también con la percepción social de la actividad de diseño como una ‘profesión’ y no solamente con una habilidad manual. En ese sentido, al menos en las grandes ciudades, hay más conciencia y valoración de la profesión, si bien queda mucho por hacer en ese sentido” (Mena, 2016) (E).

“Sí, definitivamente, desde que existen profesionales (autodidactas o con instrucción universitaria) que venden sus servicios y, por ende, respaldan la actividad como tal. Es importante anotar que aquí se mezclan en un inicio arquitectos, artistas plásticos y autodidactas que responden a la necesidad del mercado, y muchos de ellos son luego profesores en universidades de Quito y Guayaquil. La especialización de profesionales en esta área viene de graduados de estas instituciones y en casos aislados de profesionales graduados en el extranjero en la especialidad del diseño gráfico. No tengo fechas pero seguro en tu libro tendrás estos datos específicos. Hoy la cultura del diseño está enfocada no solo a la oferta de servicios profesionales para satisfacer las necesidades de un cliente. Existen diseñadores “emprendedores” que han creado sus productos y los comercializan o tienen emprendimientos para promover el diseño, como Grafitat.com, especializándose en la gestión cultural. Este aspecto es importante porque sale de lo que normalmente se enseña en las universidades,



que es ofrecer un servicio para un cliente. Considero que es una evolución de nuestra profesión que hace que algunos de nosotros tengamos una relación de iguales con empresarios y promotores” (Salgado E., 2016) (E).

“Esta pregunta me remite hacia la primera. Por un lado, el diseñador — comunicador visual— pretende hacer un trabajo pulido, con el suficiente tiempo para desarrollar y pulir ideas, criterios. Por otro lado, los tiempos que manejan quienes contratan nuestros servicios son bastante ajustados. Esto se debe a que son muy pocos los gerentes o administradores de *marketing* que aprecian un cronograma cómodo para desarrollar sus proyectos. Existe una cultura de diseño dual, tanto de parte de quienes visualizan el diseño como una parte más del proceso (estos buscan optimizar tiempo y recursos, casi siempre escasos) y también de quienes entienden que el diseño, un buen diseño, debe justificar todo el esfuerzo anterior, desde la concepción del proyecto y todos los recursos humanos y materiales hasta su puesta en acción. Particularmente, opino que se raya en irresponsabilidad y falta de visión no enfocar el tiempo necesario en el buen desarrollo del diseño gráfico del proyecto, finalmente, este es el que el consumidor aprecia y sobre el cual decide. Es vital otorgarle su espacio y recursos. Una «apreciable» cultura del diseño debería empezar por reconocer, entender y otorgar al diseño su espacio. ¿Cultura de diseño?... ¡La estamos negociando!” (Jaramillo, R., 2016) (E).

“‘Cultura de diseñadores’... eventualmente, la formación desde los años 70/80 de estudios de diseños daba un cambio en calidad y propuestas, ya que hasta esa fecha solo los medios y Agencias tenían en su equipo un *staff* de bocetistas y artes finalistas que fueron el sostén de la gráfica. Los estudios de diseño se dedicaron íntegramente al desarrollo de propuestas gráficas y considero crearon un cambio hacia una calidad más exigente lo que en su síntesis aportó una mayor cultura en todo sentido a sus diversas propuestas culturales, comerciales e institucionales” (Mussfeldt, 2016) (E).

“Sí, desde que los primeros egresados de estas carreras (1985-91) iniciaron un cambio importante en la forma en que se presentaba el diseño en los periódicos y las ciudades, gracias a que empresas importantes empezaron a confiar en ellos más que en las empresas de publicidad tradicionales. Puedo hablar de Cuenca como ejemplo paradigmático, en dos años (1990-92) los egresados de la UDA [Universidad del Azuay] habíamos barrido con las empresas de publicidad existentes en Cuenca” (Lazo, 2016) (E).

Como vemos en este diálogo con los diseñadores, no hay un acuerdo, ni en la concepción de lo que se entiende por ‘cultura de diseño’, ni desde cuándo podemos considerar que exista en Ecuador; lo que podemos percibir es que es un tema aún en construcción.

No podemos hablar de ‘cultura de diseño’ si aún no hemos encontrado, o no hemos incorporado, en el diseño, nuestras propias características, como dice Antonio Mena:

“[...] qué crees tú que pueda ser, este desarrollo tan joven, cuál crees tú que sea el ingrediente, porque nosotros tenemos una cultura “multi”, se dice que somos país multiétnico, multicultural, porque es que no hay un solo diseñador gráfico propiamente negro, un diseñador propiamente indio o mestizo, por último, si no somos algo así más

internacional, como tú dices, no hay diseño gráfico ecuatoriano. Nuestro diseño es un poco como que fuera hecho en cualquier parte del mundo. [...] por ejemplo México sí tiene unas ciertas características más mexicanas, pero son pocas, porque la sociedad mexicana se ha apoderado de ciertos símbolos a nivel general, o sea, clase alta, clase media, blancos, negros, todos los que tú quieras, asocian por ejemplo las calaveras o lo que es clásico mexicano, las calaveras o sombreros, no sé, los colores, se han apropiado en forma más universal si se quiere. Como que los simbolismos autóctonos digamos [como las guaguas de pan] no llegan a identificarnos en general, como ciertas cosas a los mexicanos; sí, eso veo, los afiches mexicanos siempre reflejan algo de esa tradición mexicana” (Mena, 2008) (E).

Tampoco podemos hablar de ‘cultura de diseño’ cuando aún las instituciones académicas y la empresa no han logrado conjugar el diseño dentro de los mismos términos, en cuanto a cuáles son las necesidades y los requerimientos de cada uno, igualmente si los mismos diseñadores, en ocasiones, no valoran su propia actividad:

“[...] no podemos hablar ahora ni siquiera de tendencias porque precisamente, por el tema de la globalización, no existe una tendencia y por eso es tan importante que el diseñador, hasta cierto punto, sea un intelectual, para realmente poder hacer diseño pertinente, porque como no trabajamos una tendencia, nosotros no estamos en la época del diseño internacional suizo, donde todo era muy racionalista, super-claro; te basabas en esa tipografía de palo seco, y donde era una tendencia hasta cierto punto mundial, hoy en día, tenemos tendencias muy distintas, eso vuelve más complejo el diseño. Pero si no hay una discusión sobre el diseño actualmente, no se van a hacer cosas pertinentes. Se hace la publicidad, o el diseño, o la imagen, cortados con la misma tijera, y cortados con la tijera de diferentes partes del mundo y no la nuestra, yo creo que es importante una investigación a nivel socio cultural por parte de los alumnos, ¿Qué es lo que pasa? ¿Qué es lo que necesitamos? ¿Cuáles son los antecedentes gráficos que tiene el país?... tenemos siempre los referentes europeos, los norteamericanos, gracias a tu libro vamos a tener referentes ecuatorianos. Estamos mirando referentes que no son los nuestros y no son reales. En el arte, por ejemplo, tú sí tienes un arte que se identifica con lo latinoamericano, que maneja contextos artísticos, el diseño no, porque además no lo haces para satisfacer tus necesidades, si no, por lo regular, para satisfacer las necesidades de otros que no saben de diseño. Una de las cosas que deberían hacerse mucho más aquí es vincular al diseño con la empresa, y poder decirle al empresario, que el empresario no te diga a ti, esto es lo que yo quiero en mi imagen, sino que el diseñador tenga el conocimiento y la base intelectual para poder convencer a un empresario de lo que realmente es importante que maneje. Y eso no hay. Aquí hay un divorcio de lo que es diseño y empresa” (Meyer, 2010) (E).

“La falta de una ‘Cultura de Diseño’, nuestros clientes, al parecer, no saben el real perfil profesional de nuestra carrera, el ámbito de formación intelectual del diseñador por ejemplo, y por esto lo toman a la ligera, como que un diseñador es ‘alguien bueno para un dibujo’ y con destreza para manejar algún *software*, y como la oferta de ‘diseño gráfico’ existe hasta en la copiadora de la esquina, no considera que nuestro trabajo deba ser valorado adecuadamente, pues ‘solo es cuestión de un dibujito’... entonces yo creo que el problema principal del diseño gráfico es el hecho de que los mismos diseñadores gráficos, por no conocer todo el campo en el que podemos desenvolvemos y todo lo que podemos hacer, no sabemos valorar nuestra propia carrera, entonces para mí, el problema del diseño como tal, a veces está en nosotros mismos” (Escobar, 2010) (E).

Igualmente, no es posible hablar de cultura de diseño si no hay reflexión, si no hay investigación sobre la práctica del diseño y sobre lo que sucede en cada lugar específico:

“Bueno la investigación es un cero a la izquierda, sabes que realmente esto es un problema, no solo nacional, es un problema de toda Latinoamérica. Mónica Pujol, que es de la parte académica de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de Buenos Aires, ella es diseñadora gráfica, ella maneja toda el área de diseño, y me dice, el problema es: con quién compito, compito con estos pequeños institutos, compito con la Universidad de Palermo que, entre otras cosas, no tiene un buen fundamento, pero tiene un *marketing* fuera de serie [...], ellos han convencido a todas las universidades de Latinoamérica que es cheverísimo venir acá. Te dan unas charlas muy limitadas, no ven ninguna parte académica, claro teníamos a gente de un nivel fuera de serie dando unas charlas magistrales, tres charlas magistrales, y doscientas charlas de a perro” (Malo S., 2008) (E).

Tampoco podemos hablar de ‘cultura de diseño’ si no hay un sentido de pertenencia, ni de los propios diseñadores, ni de la empresa, ni de la institución. Cuando el diseño se debate en procesos efímeros y coyunturales, no conocemos el pasado, no nos proyectamos a un futuro, no encontramos referentes, no hay una documentación, ni archivo, todo está disperso o perdido:

“Acá hay una tendencia de ser inmediato, inmediatistas y, a nosotros, a este medio le falta mucho un trabajo a largo plazo, o sea que las cosas sean por su peso, que tengan una dinámica, que tengan un proceso y eso es lo más difícil, yo cuando veo el diseño, veo que no hay proceso en el diseño, que hoy, que siempre se está atrás de la vanguardia en los diseños y lo mismo pasa en la música, en las artes en general. Estar en el Ecuador no es fácil, el mundo tiene más peso, entonces siempre estamos muy influenciados y los procesos siempre se van cortando, porque de alguna forma el mundo gira más rápido que lo que gira en el Ecuador. Pero eso es un error, porque nosotros tenemos nuestra velocidad y eso es algo que tenemos que valorar, darle tiempo al proceso, tiempo a nuestra velocidad, a nuestra propia velocidad y a nuestros propios criterios.

[Seguir a la vanguardia, ¿qué quieres decir?]

Qué es lo que se está haciendo en el mundo, qué es lo que se está haciendo afuera... yo no digo que no hay que ver... o vivir en una cueva, pero pienso que hay que ser, hay que tener un poco más de estima, de autoestima y creo que deberíamos apropiarnos de todo, pero también deberíamos tener un canal por el que nosotros circulemos. [...] igual creo que se mueve por islas, o sea, hay momentos en que hay buen diseño y como que pierde continuidad, como que vuelve a empezar otra vez, como que va por momentos y yo no puedo hablar de un diseño que caracterice a los ecuatorianos, pero pienso que sí hay buenos diseñadores y hay como mucha madera en el campo de la estética y eso. Pero no, a más de que es como disperso, porque cuando uno quiere buscar el diseño, hablar del diseño ecuatoriano o buscar información, es muy difícil, no hay dónde. Como tú dices no hay un museo, no hay un libro, no hay un catálogo. Hay una publicación de Trama, hay una publicación de Taschen que habla sobre el diseño ecuatoriano, pero es como accidental, y está en otro contexto, el de catálogo, entonces cuando uno ve un catálogo, no es, no estás viendo lo que buscas no, sino que puedes encontrar unas cosas, por eso es que es un catálogo y nada más... entonces y claro el diseño no se ha tomado en cuenta en este país, si la fotografía era arte menor, el diseño no era nada, o sea, cuando uno va a un museo en el mundo, en un museo de arte contemporáneo, no es que pasee por el mundo, pero hay

exposiciones de diseño, hay catálogos de diseño, hay publicaciones sobre el diseño, hay colecciones de diseño en los museos, como hay de fotografía, como hay de escultura, pintura, de artes contemporáneas, de lo que hay colecciones. Aquí creo nadie coleccionó el diseño, creo que tenemos la historia del diseño perdida. Sí, habría que hacer un verdadero trabajo de hormiga para buscar lo que ha quedado de las cenizas y entonces eso es grave, la falta de investigación, de documentación; no se documenta, no se valora, se va botando todo. No creo que es pesimista, sino que solo es así no más. Pero también hay una magna responsabilidad de la institución, yo no le pido un centavo a la institución, pero sí que cumpla con su trabajo, que es guardar los valores culturales de este país... Sean cuales sean, pero aquí se califica lo que es culturalmente bueno y lo que es culturalmente válido y lo que no es cultura, cuando ¿qué saben? ¿no es cierto?

[¿Cómo definen?]

Sí, o sea, si haces una documentación definiendo qué es bueno y qué es malo, es una documentación no válida, ¿no es cierto?... Y eso pasa en la década de los 90, es la década perdida del arte contemporáneo, por ejemplo, y nos manda ahora, al 2010, sin referencias, o sea, la década de los noventa es la referencia inmediata pero no existe nada, está todo borrado.

[¿Todo borrado?]

De alguna forma todo, porque no hay una publicación, no hay una colección, no hay un museo, no hay donde investigar, no está escrito nada, podemos seguir hablando lo mismo de siempre, podemos volver a los artistas de la década de los 70 y siguen siendo ellos los que siguen existiendo, que no es un sentido de quitarles mérito, sino que es como que el tiempo no pasa, es como que el mundo no pasa y eso es grave. No es nada de méritos, o que fueron mejores o peores momentos, nada que ver, es porque el tiempo se estanca cada vez, siempre se estanca el tiempo, entonces, tenemos un país lleno de huequitos, de islas y siempre hay alguien que viene a recolonizar, siempre hay alguien que viene a reconquistar y nuestra vocación de conquistadores existe hasta ahora.

[De conquistados ¿no será?]

De conquistadores, porque la gente que está en el poder son los conquistadores y son los neoconquistadores y los reconquistadores, sí. O sea, quienes manejan los archivos, los museos, las bibliotecas, el poder, la comunicación, son los conquistadores, entonces aquí cada gobierno es el nuevo conquistador, viene a conquistar al gobierno anterior, ¿no es cierto? Lo mismo pasa en el diseño, pasa en la música y cuando alguien habla de la música de la década de los noventa, nadie sabe quiénes eran los músicos, o sea, los músicos jóvenes acá, no conocen a los músicos anteriores, los fotógrafos no conocen a los fotógrafos que estuvieron atrás de ellos, no. Siempre piensan que ellos son los mejores, que ellos han cambiado y eso está bien, pero eso sobre el conocimiento está bien.

[¿Quién tendría que hacer ese papel?]

Bueno, la sociedad en general, pero como es una sociedad de neoconquistadores, siempre están poniendo la piedra sobre la piedra, eso viene desde antes, de los Incas, o sea, es una cosa, creo que es algo humano, poner la piedra sobre la piedra, ¿no es cierto? Pero alguien tiene que hacerlo, y eso creo que es una responsabilidad como sociedad, cuando empiezas a crear referentes de pertenencia, entonces empiezas a valorar porque perteneces, porque tienes algo a lo que perteneces, ese algo que te da valor como persona... y eso es un problema de formación ¿no es cierto? y es un problema de la sociedad y la única forma de cambiar, yo creo que es, a través de proyectos a largo plazo, de autoestima, de ver qué somos, qué hemos sido, es la única forma de poder proyectarte en el diseño, en lo que sea ¿cierto?" (Avilés, 2008) (E).

En efecto, en Ecuador lo que falta es reconocernos a nosotros mismos. Contemplar y valorar lo que hemos sido y lo que somos para proyectarnos hacia el futuro; solo esto nos llevará a descubrir y a crear un diseño con características propias, más allá de las influencias, más allá de la globalización.

Así nos ven algunos diseñadores extranjeros que se han radicado en Ecuador y han desarrollado ahí su vida profesional:

“Ecuador tiene miles de cosas mejores que Colombia, le gana en todo, o sea en biodiversidad, en pasión, en cultura e identidad. Siempre que vamos allá y nos peleamos con los colombianos, es porque cuando mi hija, que es ecuatoriana, ya está empezando a perder el *achachay*³⁴ y el *arrayarray*³⁵, esto es identidad y cultura propia. Un país que no ve su pasado, no tiene futuro. El pasado no es que regresemos a nuestro estilo anterior, no, no, pero si nosotros decimos *achachay* y *arrayarray*, dime qué país, en Latinoamérica, tiene esos estilos. Creo que Paraguay y Brasil por su estilo cadencioso brasileño.

[Perú y Bolivia tienen mucho].

También Perú, no te digo que no, pero Colombia no, Venezuela no, tienen un tema más caribeño, pero en Colombia no hay una sola palabra en el léxico popular que venga de un origen autóctono. Ni la famosa *Maloka*³⁶, nombre que le pusieron al centro ese de ciencias para niños, hasta que me dijeron que era de ciencias, que significaba reunión o grupo, y que *Maloka* era en *chibcha*, no sabía y nadie lo sabe” (Giorgi, 2008) (E).

“[En la línea de] T-shirts de Galápagos, en los años 70, trabajé diseños de soles, creé tapices, me involucré mucho en todo lo que es diseño y captación, entender una memoria visual del tiempo pasado, siento que aquí no existe memoria de donde uno vino realmente, existen propuestas nuevas, pero uno siente que falta una base, faltan las raíces, nadie trata de entender sus raíces, de donde vino, y yo me involucré tanto en Ecuador que hoy me siento más ecuatoriano que muchos diseñadores, ¿entiendes?... yo estaba ya bastante preparado desde que vivía en Alemania, como niño yo leí mucho, sabía mucho de México, de Ecuador, de Perú, no fue para mí un choque cultural, más bien yo buscaba casi eso. Cuando yo vine al Ecuador y vi, esto es lo que buscaba toda la vida, no este primitivismo, sino esta cosa natural, donde tú vives con el pasado y con el presente, donde tú ves, lo que curiosamente viste en libros sobre los indígenas. De la ornamentación que existía en la arqueología, tú podías participar en el desarrollo de productos, tú podías participar visualmente en excavaciones... Fue una convivencia con las antiguas culturas, si me explico, con lo precolombino, y lo que ofreció esta cultura para mí era escalofriante, increíble, con soluciones que no comprendo cómo llegaron y que hoy no podemos hacer mejor... participé en excavaciones en Real Alto³⁷, convivía realmente con esto, era fascinante, es un mundo que me enriqueció enormemente, tanto que un día me decidí. Como yo admiraba todo lo que hacían en vasijas, en representaciones, abstracciones, tú sabes lo que son los “usos” que usaban los tejedores como peso, eran miles y miles, tenían animales del mar, tenían búhos y flamencos, pelícanos, lo que tú quieras, monos. ¿Cómo llegaron a una abstracción tan concreta, tan bella?... Quise competir con esos artesanos, era un divertimento para mí, los admiraba tanto y dije, ‘yo me voy a poner mentalmente en su tiempo y voy a competir con ustedes, porque ustedes son increíbles’, y a mi manera creé los pájaros que tú crees que son de entonces, pero son creados hoy, y no existen parecidos así en la cultura precolombina, porque fueron creados con el criterio del siglo XX... La mayoría de los diseñadores acá pierden el sentido de la abstracción de la memoria de entonces y yo creo que un pueblo que pierde su memoria cultural, es un pueblo que va hacia un

34 *Achachay*, del kichwa, significa que hace frío.

35 *Arrayarray*, del kichwa, quiere decir que algo está muy caliente o quema.

36 Centro Interactivo de Ciencia y Tecnología. Bogotá.

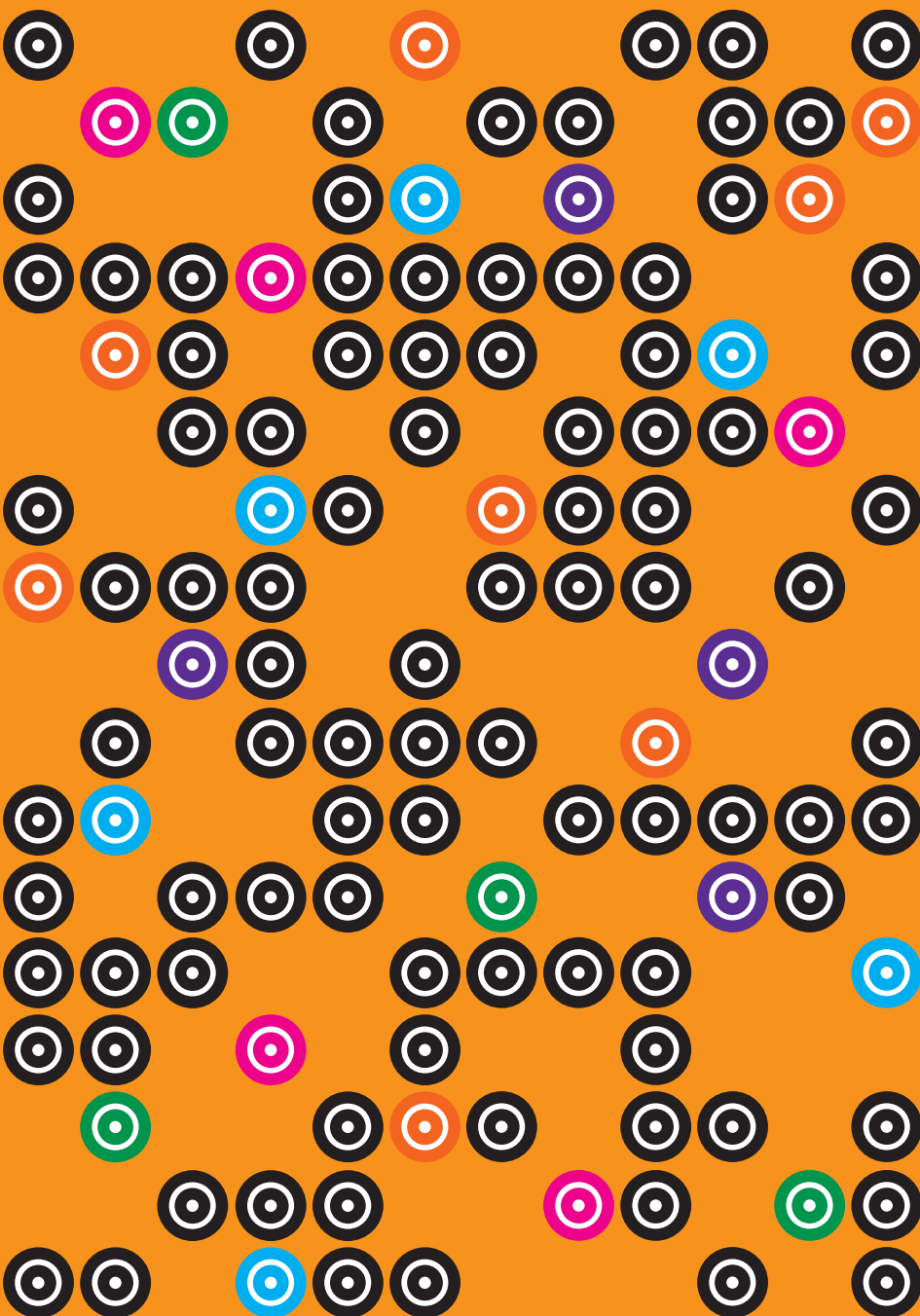
37 Ciudad de la Cultura Valdivia en la cuenca del Río Guayas.

camino no muy positivo, y a esto estamos yendo ahora” (Mussfeldt, 2008) (E).

¿Cultura de diseño? La estamos negociando, reitero las palabras del diseñador Raúl Jaramillo. Si bien se ha recorrido un buen trecho del camino, queda mucho por hacer en el campo de la cultura de diseño en Ecuador.



Capítulo seis



En este capítulo analizamos el material gráfico recopilado y organizado durante la primera etapa de la investigación, cuyo resultado es el archivo documental general de 938 imágenes. En este archivo, quedan incluidos los antecedentes del diseño gráfico y el diseño como tal, que inicia su desarrollo desde los años 70, hasta el 2005. A partir de esta primera fase, se toman en cuenta las diversas clasificaciones propuestas por varios autores y se hace un replanteamiento de las mismas con base en otras teorías, a fin de buscar una nueva clasificación y un nuevo enfoque que permita analizar mejor el diseño gráfico ecuatoriano.

Una vez definida la nueva organización, se incluyó en el archivo general y se procedió a depurar el *corpus* de imágenes, aplicando fórmulas estadísticas, con el fin de definir las imágenes seleccionadas para el análisis. Este análisis se realizó, teniendo en cuenta la opinión de algunos actores del diseño, sobre la idea de que lo primero que apreciamos en un diseño gráfico es su forma de expresión: el lenguaje formal y la gramática visual. Para el efecto se han definido unas categorías sobre el tema, que fueron las que arrojaron los datos de los que se extrajeron las conclusiones.



Análisis del lenguaje visual en el diseño gráfico de Ecuador entre 1970 y 2005

6.1 Búsqueda de una nueva organización del archivo documental

A partir del archivo documental general, que corresponde a la primera etapa de la investigación de este trabajo, en el que se recopilaban 698 imágenes cuya datación queda comprendida entre los años 1970 y 2005, dichas imágenes, se clasificaron en un primer momento por piezas de diseño, según la propuesta que Enric Satué (1995), comprendidas en distintas áreas (editorial, publicitario y de identidad).

698 imágenes

RECOPIADAS
EN LA PRIMERA
ETAPA DE ESTE
TRABAJO

Nos topamos con algunos problemas y confusiones al realizar la distribución de las piezas en el archivo, como por ejemplo, obras que se podían agrupar tanto en una como en otra área; se detectó además que no se puede analizar el diseño gráfico solamente desde el punto de vista de las piezas, sino dentro de una mayor complejidad que considere el lenguaje empleado en la diseño y el ámbito en el que se va a situar éste, por lo que se vio la necesidad de buscar una nueva manera de clasificación de las obras del archivo.

Además de los planteamientos de Enric Satué (1995) se tomaron en cuenta otros autores, como María Ledesma del Valle (1997), Joan Costa (1997), Jorge Frascara (2006) y Luz del Carmen Vilchis (2010), quienes han estudiado el aspecto de organización y clasificación del diseño gráfico. Sin embargo, no nos detendremos en exponer con amplitud cada uno de estos enfoques, solamente haremos una pequeña reseña de las posturas y las resumiremos en la tabla 1. El objetivo es, primero, establecer una comparación que nos provea de pautas; segundo, encontrar otro enfoque menos confuso, que abarque un espectro más amplio del diseño gráfico y sea útil para nuestro caso específico.

Enric Satué (1995) distingue varios ámbitos de intervención del diseño gráfico, y los considera autónomos para establecer estratos diferenciados, aunque la interrelación de estas áreas se encuentra a través del tiempo y de los estilos. Mediante un análisis crítico, permite sacar a la luz sus implicaciones sociales y la verdadera razón de ser del diseño gráfico: un instrumento de comunicación de utilidad pública.

María Ledesma (1997), considera al diseño gráfico como una práctica cultural y, como tal, significativa, ya que le corresponde, entre otras características, la tarea de comunicar. Este interviene con 'voz pública' en los diferentes ámbitos sociales. Ledesma enfoca el diseño desde las diversas miradas del espectador, determinadas por la situación social, tecnológica y cultural. Por esto, dice, que más allá de las temáticas, subyace la concepción del diseño como lugar de acción, expresado en el triángulo performativo que orienta a la acción: hacer leer, hacer saber, hacer hacer.

Joan Costa (1997) clasifica las diferentes disciplinas del diseño dentro de un proceso de producción-comunicación y las agrupa en tres categorías de acuerdo a su naturaleza, su especificidad, sus campos de acción y sus relaciones con el usuario: ambiental, industrial y gráfico. En la categoría diseño gráfico distingue dos áreas: diseño de información en sus variantes funcional, didáctica y persuasiva; y diseño de identidad, desarrollado desde tres puntos de vista: la marca, la identidad corporativa y la imagen global.

Por su parte Jorge Frascara (2006), clasifica el diseño gráfico de acuerdo a áreas de la práctica profesional, y diferencia cuatro áreas basadas en la preparación y el talento especial que requiere cada una de éstas, cuyos límites pueden superponerse parcialmente en la actividad profesional y, en ciertos casos, también pueden requerir de un asesoramiento específico, de acuerdo con el nivel de complejidad del proyecto. Estas son diseño para la información, diseño para la persuasión, diseño para la educación y diseño para la administración.

Luz del Carmen Vilchis (2010), considera que el diseño gráfico se ocupa del comportamiento intencional de las formas, de sus combinaciones, de su coherencia asociativa, de las posibilidades funcionales y de los valores estéticos. Dice que, en la comunicación gráfica, puede establecerse una tipología de discursos visuales que alude fundamentalmente a su contenido. Son cuatro las más significativas en la historia del diseño gráfico y serán los discursos referentes de su investigación: cultural o educativo, propagandístico, publicitario e híbrido.

Para nuestra investigación, tomamos en consideración los planteamientos expuestos en la tabla 1, que hacen énfasis en el enfoque social del diseño, entendido como los ámbitos en donde actúa e incide. Es decir, apreciamos que los campos de uso social del diseño gráfico darían un sentido histórico a las imágenes documentales y a los datos que aportan. Lo que hemos hecho ha sido buscar un nuevo ordenamiento que englobara a todos los



actores que inciden en el diseño gráfico, concebido como una unidad interactiva y en constante construcción. En esta se sitúa la persona que encarga la realización de un trabajo, a un diseñador, dirigido un grupo determinado.

Tabla 1. Cuadro comparativo de clasificación del diseño gráfico

ENRIC SATUÉ (1995)	MARIA LEDESMA DEL VALLE (1997)	JOAN COSTA (1998)	JORGE FRASCARA (2006)	LUZ DEL CARMEN VILCHIS (2010)
Por áreas y piezas del diseño:	Por receptor:	Se orienta en 2 direcciones	Por áreas de la práctica profesional:	Por discursos que mueven la comunicación a través del diseño:
1. Diseño editorial: - alfabetos - libros - revistas - catálogos - periódicos	1. Hacer-leer: - organizar - mensaje verbal y no verbal - toma de decisión	1. Diseño de información: - grafismo funcional: utilidad pública (saber- hacer) - grafismo didáctico: transmisión de conocimientos (hacer-leer) - grafismo de persuasión: propaganda y publicidad (hacer-hacer)	1. Diseño para la información: - diseño editorial - gráficos/diagramas - material didáctico - instructivos - informes/prospectos - señalización - mapas, planos, interfaces	1. Discurso cultural (o educativo): comunicación didáctica enfocada a la enseñanza formal y no formal
2. Diseño publicitario/comercial: - afiches - anuncios - folletos	2. Hacer-saber: - informar - direccionar - señalar	2. Diseño de identidad: - marcas - corporativo-interdisciplinar - imagen global	2. Diseño para la persuasión: - publicidad comercial y no comercial - propaganda - comunicaciones de interés social	2. Discurso propagandístico: enfocado a la promoción política
3. Diseño de identidad: - imagen corporativa - señalización - información	3. Hacer-hacer: - persuadir - lo social		3. Diseño para la educación: - el ámbito público	3. Discurso publicitario: promoción de objetos, bienes o servicios, entendidos como mercancías
			4. Diseño para la administración: - formularios - billetes	4. Discurso híbrido: entre publicidad y propaganda
	Por esferas de acción:			
	1. económico (consumo) 2. socio-cultural (modificación-logro)			

En general, el diseño gráfico ha estado enmarcado en las teorías lineales de la comunicación que proponen un emisor, un mensaje y un receptor, como entes separados e independientes según el modelo clásico de comunicación humana; sin embargo, este modelo ha sido criticado por varios especialistas de la teoría de la comunicación, debido a que prioriza, en el proceso de comunicación, las intenciones del emisor de influir en el conocimiento, la opinión, la actitud y el comportamiento del receptor y todas las interrelaciones entre los diferentes actores del proceso.

Joan Costa (1987) propone para el ámbito de diseño un enfoque en el que actúan tres polos: la empresa (corporación), el





diseñador y el público (receptor), donde el diseñador se sitúa en el punto central y actúa como intermediario, mediante la generación de mensajes visuales, entre los dos polos de la comunicación. Sobre esto Frascara añade que el diseñador no es la fuente de los mensajes que comunica, “sino su intérprete” (1998: 21).

En la propuesta de Costa la relación entre el usuario del diseño (la corporación), el profesional (diseñador gráfico) y el destinatario (público), debe formar un sistema interdependiente en el que todos los componentes son igualmente importantes en la cadena de comunicación. En este proceso es necesario que el emisor y el receptor posean los mismos códigos, de modo que se entienda lo que se proyecta y recibe dentro de una cultura específica, en un espacio y tiempo determinados, mediante códigos comunes y saberes compartidos. Por tanto, los códigos comunicativos pueden entenderse como normas aceptadas mutuamente, con reglas que permiten emitir y comprender el mensaje (Maldonado, 1977).

Estos autores se refieren a los códigos comunes que manejan los dos polos del proceso de comunicación, el emisor y el receptor; sin embargo no se especifica nada respecto al codificador del mensaje -al diseñador en este caso- lo que a nuestro parecer deja el proceso incompleto, por lo que exponemos teorías con otros enfoques que, aunque vienen de la lingüística y la antropología, no son ajenas a los procesos de diseño. Estas plantean que los actores no están separados, sino que están en constante interacción, en permanente diálogo entre un “yo” y el “otro”, en el que el “yo” tiene conocimientos compartidos previos con el “otro” y del “otro” y así sucesivamente; por tanto no existen polos sin conexión, ninguno es un ente aislado generador de significados, sino que, precisamente en la relación entre los diferentes actores se encuentran dialogando multiplicidad de elementos, en constante movimiento. Al respecto, dice Budnova “Bajtín pone el acento sobre la situación dialógica concreta en la que se produce el enunciado” (Bubnova, 1982-83: 220):

“La diferencia clara entre el pensamiento bajtiano y los esquemas de comunicación verbal que proponen otros autores [...] radica en el papel activo que Bajtín atribuye al “receptor”, “oyente”, “destinatario”, “descodificador” de otros esquemas” (Bubnova, 1982-83: 221).

De este modo, un afiche o cualquier otra pieza o sistema de diseño, no es obra de un individuo aislado sino que es producto del cruce de textos y lenguajes de una cultura específica, de una determinada época que, además, responde a las necesidades de un emisor y de un receptor. Según Bubnova (1982-83), Bajtín va más allá y propone “[...] que no se considere el mensaje tan solo

como producido entre estas dos instancias, sino que se vea como un eslabón en toda una cadena de mensajes producidos antes y después del momento concreto de la comunicación” (Bubnova: 1982-83: 117). Esto supone un intercambio de mensajes tanto entre el que emite y el que recibe el mensaje, como entre el que lo codifica y decodifica, lo que se traduce en que el uno no puede existir sin el otro y en que ambos interactúan sobre cada uno. Como vemos, entran en diálogo muchos elementos, hay un carácter dialógico (de diálogo) del discurso, elementos que bien pueden aplicarse al estudio de la imagen y del diseño gráfico en particular.

Los aspectos del proceso de comunicación arriba planteados, guardan estrecha relación con los postulados de María Ledesma del Valle (1977) y la caracterización que hace (hacer leer, hacer saber y hacer hacer) y por sus esferas de acción: económica y sociocultural. Afirma, así que:

“En líneas muy generales, he llamado *Hacer leer* a la organización de las comunicaciones visuales, sea cual fuere el contenido a comunicar. ‘Consisten en someter a un texto a procesos de descomposición, compaginación e implementación de manera que lo producido sea un compuesto gráfico. En este sentido, ‘organizar’ quiere poner de relieve las relaciones de las partes, de manera que [...] favorezcan la inteligibilidad, su comprensión, y de ser necesario, su toma de decisión’. En el *Hacer saber* incluyo ‘la puesta a disposición de los receptores de un cierto saber que no poseen con el objeto de despejar una incertidumbre’. Se distingue del anterior en tanto es el saber y no el modo de transmisión lo que determina la pieza. Finalmente, el *Hacer hacer* ‘comprende los textos más polémicos del diseño gráfico y los que tienden a monopolizar toda la interpretación respecto de su acción social, [...] Son aquellos que plantean una modificación de la conducta del destinatario y buscan una nueva adhesión o un reforzamiento de la existente; por lo tanto en ellos [...] aparece la máxima tensión ideológica del diseño gráfico” (Ledesma, 2003, en Ledesma, 1997: 61-66).

Por otro lado, hemos creído necesario enfatizar nuestra visión del diseño gráfico hacia las esferas sociales donde éste adquiere sentido; una pieza de diseño gráfico, sea ésta una imagen corporativa, un afiche, un logotipo o un libro, no es una obra del diseñador como individuo creador autónomo, sino producto de una serie de relaciones que entran en interacción, tal y como expresa Bourdieu, “la obra de arte como “creación” y al artista como creador increado, no es más que la autonomía (relativa) de ese espacio de juego que yo llamo campo, una autonomía que se va instituyendo poco a poco y bajo ciertas condiciones, en el transcurso de la historia” (Bourdieu, 1990: 227-228).

Así también Bourdieu (1997), en la dinámica de lo social, plantea los conceptos de *campus* y de *habitus*. Comprende el *campus* o campo como el lugar en el que se establecen las

relaciones donde se juegan las posiciones relativas ocupadas por los distintos grupos o clases sociales, y al mismo tiempo, las maneras de constitución de la subjetividad, es decir, la conformación del *habitus*, como un conjunto de disposiciones duraderas que determinan nuestra forma de actuar, sentir o pensar al realizar cualquier actividad, en este caso, un diseño.

De esta manera el diseño, o lo que podríamos llamar el campo del diseño, mantiene una relación inseparable con el campo de quien demanda el diseño, el campo de la producción y el consumo de lo diseñado, es decir, el conjunto de los agentes que interactúan en la producción del diseño; todo ello es lo que daría valor social al objeto diseñado (Bourdieu, 1990). Así entonces confluyen con el campo del diseño, ya legitimado por la academia, otros campos sociales, culturales, económicos, políticos. Como afirma Bourdeau (1990: 226), campo es “un espacio de juego, un campo de relaciones objetivas entre los individuos o las instituciones que compiten por un juego idéntico”. Las personas comprometidas en cada campo tienen una serie de intereses comunes, todos vinculados al campo y participan en la reproducción del juego contribuyendo a fortalecer la creencia del valor de lo que está en juego. El diseño, entonces como un ‘oficio’, con sus técnicas, referencias y conjunto de ‘creencias’, (*habitus*) participa como condición y producto de dicho campo e interviene en el juego con otros campos (Bourdieu, 1990).

Tomando como base estas consideraciones y con el objeto de clasificar las piezas de diseño del archivo documental, en este trabajo hemos determinado seis campos: social, cultural, educativo, económico, estatal y político. A pesar de que todos están íntimamente relacionados, e incluso, unos podrían estar subsumidos o incluidos en otros, hemos detectado la necesidad de tratarlos por separado, ya que queremos averiguar cómo se comporta el diseño en cada uno de los campos en que actúa, y observar si hay un manejo del lenguaje visual diferente para cada uno de ellos.

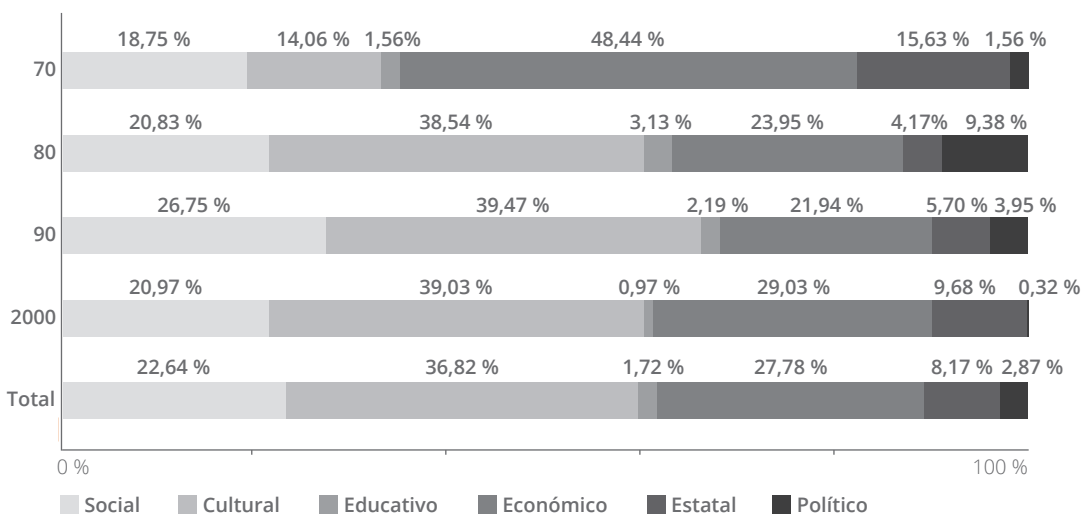
En este estudio entendemos el campo social como el conjunto de actividades e instituciones que prestan un servicio social público; en el campo cultural hemos agrupado a todas las manifestaciones artísticas, de expresión popular y deportivas; el campo educativo es aquel que está relacionado con los procesos de enseñanza-aprendizaje y conocimiento; el campo económico se refiere a las actividades que propician la acumulación de riqueza, empresas productivas, comerciales, de publicidad, etc.; nos referimos a lo estatal como al conjunto de las instituciones públicas y gubernamentales, de gobiernos locales o del gobierno central; por último, el campo político se refiere a los organismos privados

que actúan con intereses políticos, como los partidos, movimientos y agrupaciones políticas, etc.

Una vez concretada esta nueva clasificación se procedió a agrupar las imágenes dentro de cada apartado, y en cada una de las décadas, se realizó un conteo de las imágenes correspondientes a estos campos y se reestructuró el archivo documental general (ver Tomo II, primera parte).

Como podemos apreciar en el gráfico 18, hay un relativo equilibrio en los campos en los que se ha trabajado desde el diseño, sobre todo en las décadas de 1980 al 2005. También podemos observar que hay mínimas variaciones de los mismos campos en todas las décadas. La excepción es la de los años 70, donde encontramos algunas diferencias. Mientras que en el primer periodo mencionado la carga de diseños está en el campo cultural, en la década de 1970 el mayor peso está en lo económico (48,44%). Los campos educativo y político son los que menos destacan en todas las décadas. El campo estatal sobresale en la década de 1970, baja en los 80, sube algo en los 90 y vuelve a subir en el 2000. Este campo destaca hasta 2005 con una tasa de un 9,69%, que significaría un 19,36% si se tomara en cuenta la década completa, lo que muestra que el campo estatal está poniendo énfasis en la comunicación visual de sus instituciones. Es interesante apreciar como en la década de 1970, cuando el diseño aún no estaba legitimado por la academia, el enfoque estaba en el campo comercial, y es a partir de los 80, una vez institucionalizado, cuando empieza a enfocarse más en lo cultural.

Gráfico 18. Clasificación por campos



6.2 Depuración del *corpus*

Debido a la amplitud del espectro para analizar, se vio la necesidad de *depurar el corpus* y reducir el tamaño de la muestra, utilizando para ello el método de muestreo probabilístico, “subgrupo de la población en que todos los elementos de ésta tienen la misma posibilidad de ser elegidos” uno de cuyos ejemplos es la lotería (Hernández Sampieri, Fernandez-Collado, Baptista Lucio, 2006: 241). Utilizamos, entonces, una selección aleatoria o mecánica de las unidades a analizar. En nuestra investigación, se realizó por conglomerados o grupos, en este caso décadas y campos, mediante la fórmula de tamaño de muestra, en la que se aplica un 90% de confiabilidad, calculable en base al valor de distribución normal, es decir, que se incluye al menos un 90% de la población bajo estudio, según plantean Hernández Sampieri, Fernandez-Collado, Baptista Lucio (2006). En este proceso se obtuvo un corpus de 92 imágenes seleccionadas del archivo general, con un margen de error permitido del 8% (tabla 2).

Tabla 2: Tamaño de muestra

N	z	p	q	e	$(e \cdot e)(N-1) + (z \cdot z)pq$	n=F/G
Confiabilidad del 95%						
698	1,96	0,5	0,5	0,05	2,7054	248
Confiabilidad del 90%						
698	1,645	0,5	0,5	0,05	2,42150625	195
698	1,645	0,5	0,5w	0,05	5,14370625	92
698	1,645	0,5	0,5	0,05	4,09670625	115

Donde:

N= Tamaño de población

z= para 90% es 1.645

p= Proporción que queremos encontrar

q= Complemento de la proporción

e= Margen de error permitido 5% (0.05) – 10% (0.10)

Como se puede ver, se sacaron varias opciones proporcionales, con el fin de determinar la muestra más idónea para nuestros fines:

- a. Se aplicó la fórmula con un margen de error permitido del 5% (0,05) y con una confiabilidad del 95%, cuyo resultado fue de 248 imágenes.
- b. En la segunda opción se aplicó un margen de error permitido del 5% (0,05) y confiabilidad del 90%. Resultaron 195 obras.

- c. Se efectuó el mismo proceso, pero se varió el margen de error a un 8% (0,08) y se mantuvo la confiabilidad del 90%, lo que dio como resultado 92 imágenes.

De estos tres resultados se decidió trabajar con la selección de 92 imágenes, que consideramos es el número adecuado para el alcance y los tiempos de esta investigación (ver tabla 3); sin embargo, fue necesario distribuirlas de forma equitativa y proporcional en relación a las décadas y a los campos de cada una, por lo que se realizaron los ajustes pertinentes con el fin de que, en la selección, constara al menos una imagen de cada uno de los campos mencionados. De esta manera, de las 92 imágenes seleccionadas inicialmente, se aumentó a un total de 98 obras, que corresponden al corpus del archivo de imágenes seleccionadas (tabla 4).

Tabla 3: Distribución de tamaño de muestra

Década	Imágenes	Fracción	%	Década	Muestra* imágenes	Muestra** imágenes	Muestra*** imágenes
70	64	0,09	9	70	23	18	8
80	96	0,14	14	80	34	27	13
90	228	0,33	33	90	81	64	30
2000-2005	310	0,44	44	2000-2005	110	86	41
N	698	1,00	100	n	248	195	92
Total de imágenes seleccionadas							92

*margen de error permitido 5%-confiabilidad 95%

**margen de error permitido 5%-confiabilidad 90%

***margen de error permitido 8% y confiabilidad 90%

Tabla 4: Distribución y ajustes por campos

Campos /Década	70	Ajuste	80	Ajuste	90	Ajuste	2000-2005	Ajuste
Social	12	2	20	3	61	8	65	9
Cultural	10	1	37	5	90	12	121	16
Educativo	1	1	3	1	5	1	3	1
Económico	31	4	23	3	50	7	90	12
Estatal	9	1	4	1	13	2	30	4
Político	1	1	9	1	9	1	1	1
	64	10	96	14	228	31	310	43
Total imágenes seleccionadas, corpus del que se hará el análisis								98

Una vez determinado el número de imágenes, fue necesario señalar cuáles se seleccionarían para el análisis. Para la investigación, se trabajó siguiendo también el criterio de una selección aleatoria, en lugar de una selección personal en base a criterios de diseño. Se propuso más bien que fueran las imágenes las que hablaran por sí mismas y proporcionaran los elementos

para extraer conclusiones; aquí retomamos el planteamiento de Frampton (1993) de que sean los actores los que hablen por sí mismos. Se aplicó la fórmula de selección aleatoria que nos dio como resultado la numeración de las imágenes del archivo general seleccionadas para el análisis correspondiente (tabla 5a-5b-5c-5d).

Tabla 5: Número de obras seleccionadas para análisis formal por campos y décadas

Tabla 5a

Campos /Década	70	Ajuste	Aleatorios*
Social	12	2	9 10
Cultural	9	1	5
Educativo	1	1	1
Económico	31	4	4 5 25 27
Estatal	10	1	7
Político	1	1	1
Total década 70	64	10	

* Los números aleatorios corresponden al código de la imagen en el archivo documental Tomo II.

Tabla 5b

Campos /Década	80	Ajuste	Aleatorios
Social	20	3	4 10 6
Cultural	37	5	14 2 25 30 10
Educativo	3	1	2
Económico	23	3	7 13 23
Estatal	4	1	4
Político	9	1	4
Total década 80	96	14	

Tabla 5c

Campos /Década	90	Ajuste	Aleatorios
Social	61	8	11 50 24 4 61 18 39 43
Cultural	90	12	36 89 70 25 58 8 81 27 23 52 53 66
Educativo	5	1	1
Económico	50	7	8 6 23 31 29 49 40
Estatal	13	2	12 9
Político	9	1	6
Total década 80	228	31	

Tabla 5d

Campos /Década	2000	Ajuste	Aleatorios
Social	65	9	20 22 56 26 18 53 59 52 46
Cultural	121	16	44 20 95 17 44 49 99 117 14 102 77 83 31 86 13 11
Educativo	3	1	3
Económico	90	12	83 51 50 54 8 54 11 40
Estatal	30	4	9 11 17 23
Político	1	1	1
Total década 2000	310	43	

Total corpus de imágenes seleccionadas para análisis 98

Como podemos ver en los cuadros sobre el total de imágenes de cada una de las décadas se aplicó la fórmula aleatoria. Luego se determinó el código correspondiente a las imágenes que serían analizadas. Se puso como condición que hubiera, por lo menos, una imagen de cada campo, por lo que se efectuó un reajuste en los pocos casos que lo requirieron. El resultado fue el *corpus* de imágenes con sus respectivos códigos (ver tomo II, segunda parte), correspondientes al archivo seleccionado, en el cual quedaron 10 imágenes para la década de 1970, 14 para la de 1980, 31 para la de 1990 y 43 para el periodo que va del 2000 al 2005, lo que suma un total de 98 obras seleccionadas para el análisis visual. Este archivo lo podemos apreciar en el Tomo II adjunto, en el que hemos marcado con un recuadro de color las imágenes seleccionadas por cada campo: social (amarillo), cultural (naranja), educativo (verde), económico (azul), estatal (violeta) y, político (rojo).

De este nuevo corpus de imágenes y con la perspectiva de extraer conclusiones de los datos que nos arroja el archivo de imágenes seleccionadas, se desarrolló, primero, la sistematización y tabulación de los diseños recopilados, en relación a la clasificación por piezas de diseño, por áreas y por campos.

En la tabla 6 vemos que, del total de las piezas seleccionadas, la mayor proporción de las piezas recae en los afiches (29,59%) y en los logotipos (19,39%), piezas que la mayoría de diseñadores prefiere realizar, pues consideran que es un trabajo más creativo

Tabla 6. Porcentaje de número de piezas por década de archivo seleccionado

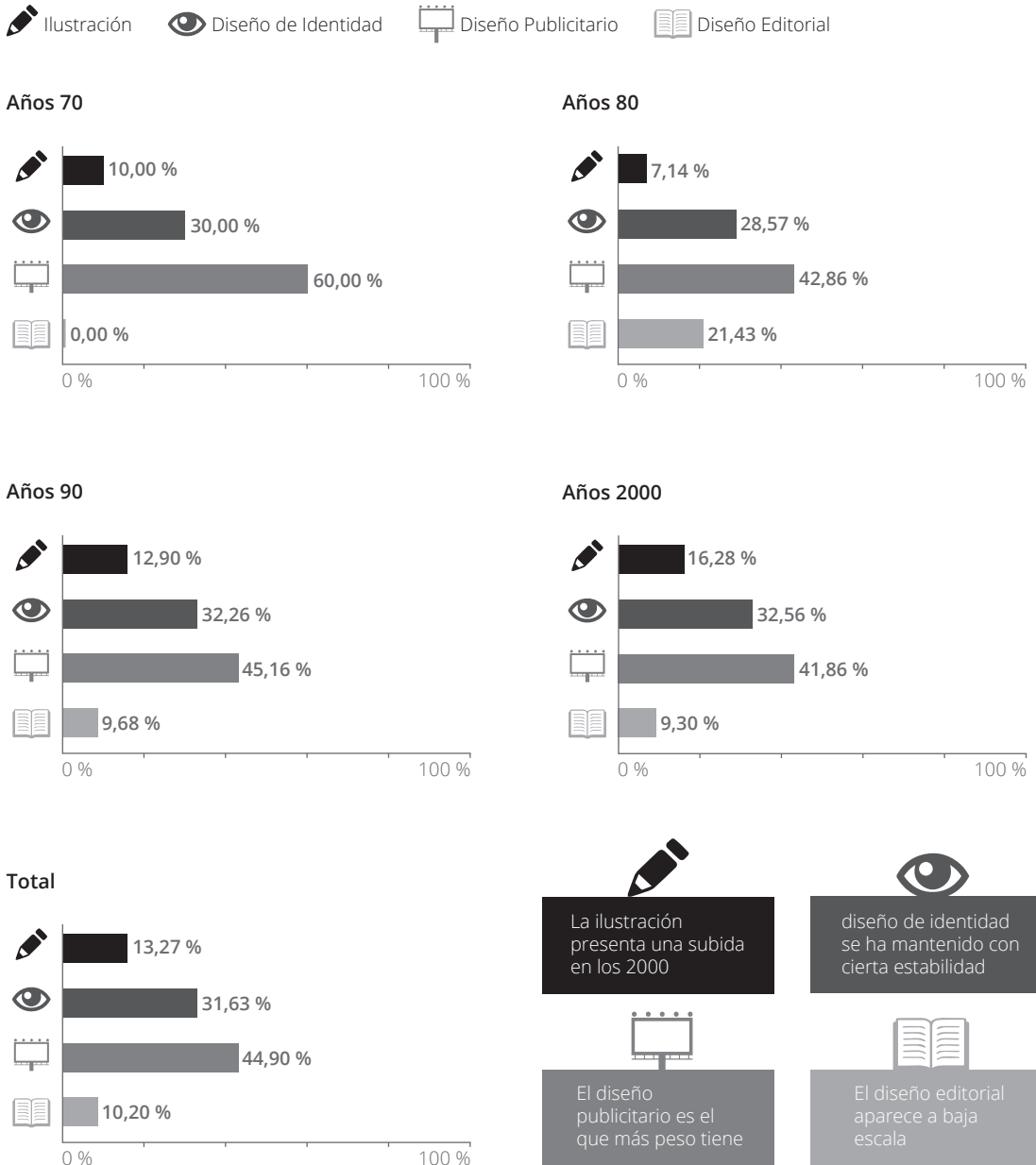
Piezas/Décadas	70	80	90	2000	Total
Logotipo	20,00%	21,43%	16,13%	20,93%	19,39%
Isotipo	10,00%	7,14%	12,90%	0,00%	6,12%
Afiche	20,00%	35,71%	32,26%	27,91%	29,59%
Calendario	0,00%	0,00%	3,23%	0,00%	1,02%
Ilustración	10,00%	7,14%	9,68%	13,95%	11,22%
Revista	0,00%	7,14%	0,00%	4,65%	3,06%
Periódico	40,00%	14,29%	0,00%	4,65%	8,16%
Gráfica aplicada a producto	0,00%	0,00%	9,68%	0,00%	3,06%
Impresos	0,00%	0,00%	6,45%	9,30%	6,12%
Libro	0,00%	0,00%	6,45%	0,00%	2,04%
Disco compacto	0,00%	7,14%	0,00%	6,98%	4,08%
Empaque	0,00%	0,00%	0,00%	2,33%	1,02%
Identidad	0,00%	0,00%	3,23%	2,33%	2,04%
Sitio web	0,00%	0,00%	0,00%	4,65%	2,04%
Rótulo	0,00%	0,00%	0,00%	2,33%	1,02%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

y que exige un mayor reto de síntesis de la imagen; en un segundo plano estaría la ilustración con el 11,22%, los periódicos con el 8,16%, impresos e isotipos con 6,12%; en menor escala los discos compactos (4,08%), revistas y gráfica aplicada a producto (3,06%), diseño de libros, identidad corporativa y sitios web (2,04%) y, finalmente, calendarios, empaques y rótulos con un 1,02%.

De acuerdo con las áreas establecidas (gráfico 19), el área del diseño publicitario es la que más peso tiene, especialmente en la década de 1970 (60%), que es cuando el diseño gráfico empieza a gestarse en el interior de las agencias de publicidad. De los años 80 a 2005, esta área se mantiene con cierta estabilidad entre el 41,86% y el 45,16%. No obstante, en esta década existen muchas publicaciones de libros, prensa escrita, revistas, las cuales no constan entre las imágenes seleccionadas en esta década, debido a que, dentro de éstos ámbitos, aún no se integraba el concepto diseño; esta tarea la llevaban a cabo técnicos de artes gráficas (arte finalistas), sin embargo, en la década de los 80 se ve un porcentaje del 21,43%, que baja en las décadas de 1990 y de 2000 a 2005, siendo del 9,68% y 9,30% respectivamente. El área de diseño de identidad corporativa se ha mantenido con cierta estabilidad a lo largo de los periodos estudiados entre el 28,57 % y 32,56 %; igualmente, la ilustración, que solamente presenta una subida algo considerable en los años 2000 (16,28%), mientras fluctúa entre el 7,14% y el 12,90% en las otras décadas.

En relación a las imágenes seleccionadas de acuerdo con los campos mencionados (gráfico 20), podemos ver que el campo social se ha mantenido con porcentajes bastante parejos desde 1970 hasta 2005, con una pequeña fluctuación entre el 20 % y el 25,81%. En el campo cultural hay un equilibrio en las décadas de 1980 a 2000 (entre 34,88 % y 38,71%), con la excepción de la década de los años 70 en la que el porcentaje baja hasta el 10%. Una de las posibles causas de esto, ha podido ser que durante los años 70 no había un impulso por parte del gobierno hacia los temas culturales y tampoco apoyos del sector privado. En el campo educativo es sorprendente la poca obra receptada, al considerar éste como un campo amplio en cuanto a publicaciones, libros de texto, etc. se ve que es un campo que no ha dado importancia al diseño. Se aprecia, además, un descenso del 10% en los 70, al 2,23% en el periodo del 2000 al 2005. En el campo económico se puede apreciar una gran actividad del 40% en los años 70, con un descenso en las dos décadas siguientes, con un 21,44% y un 22,57%, aunque vuelve a ascender a 30,33% en el 2000. El campo estatal fluctúa entre un 10% al inicio y un 6,45%

Gráfico 19. Imágenes seleccionadas según áreas del diseño gráfico por décadas



hacia el final; y el campo político tiene una tendencia más bien a la baja, ya que empieza con un 10% y desciende hasta un 2,33% en el período 2000-2005. Es de suponer que este fenómeno se presenta debido a la creciente actividad de agencias de *marketing* político, que desplazan a las publicitarias y a los profesionales del diseño en este aspecto.

Respecto al número de hombres y mujeres que han trabajado en diseño gráfico, en la selección de imágenes tenemos que mayoritariamente los diseñadores son hombres (gráfico 21). Se puede apreciar que, mientras el rubro “otros”, que se refiere a obras presentadas sin nombre de autor, como perteneciente a

grupos, agencias, universidades, colectivos, tiene una tendencia descendente que va del 50% al 13,95%, sucede lo contrario, con una tendencia ascendente, en cuanto a las obras presentadas por hombres, oscilando entre el 40% y 65,12%. Por su parte, las presentadas por mujeres se sitúan entre el 10% y el 20,93%, lo que indica que hay un crecimiento en la participación de las mujeres diseñadoras, aunque aún se da en baja escala.

Gráfico 20. Porcentaje de imágenes seleccionadas según campos del diseño gráfico por décadas

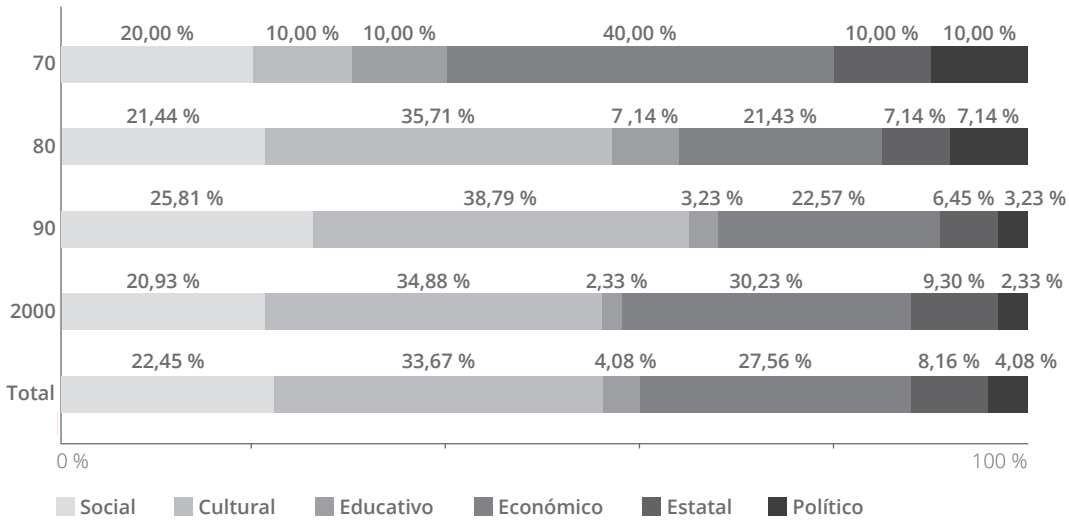


Gráfico 21. Porcentaje de piezas presentadas por género en la selección de imágenes



*otros: sin autor, grupos, agencias, universidades, colectivos.

6.3 Definición de las categorías para el análisis visual

Son varias las disciplinas o enfoques desde donde se puede abordar un análisis del diseño gráfico; podría hacerse desde distintos productos de diseño, como los afiches, las publicaciones, la imagen corporativa, el *branding*, los nuevos medios de comunicación, los empaques y embalajes, la ilustración, el cómic, la gráfica popular, entre otros; podría también estudiarse desde las características formales, estéticas y funcionales del diseño, o a través de las conexiones y efectos que produce en las audiencias; también por las interrelaciones con el desarrollo económico, social, tecnológico, etc. Podría analizarse también desde las teorías de la comunicación o del arte que, a lo largo de los años, han cobijado al diseño gráfico. Al respecto Meggs apunta que hay numerosos enfoques para abordar su evolución, la relación entre el diseño y su público, el análisis de la evolución de atributos visuales y formales, y el estudio de las repercusiones sociales y económicas de las actividades del diseño (Meggs, 2006).

Después de diversas lecturas, conversaciones y reflexiones, y considerando el alcance de este trabajo, se decidió, en primera instancia, abordar el análisis desde las piezas de diseño y el perfil de sus autores, como lo explicamos ya en la primera fase de investigación. A partir de esta experiencia se propuso continuar con una segunda fase de análisis de las obras, que se abordaría desde el aspecto visual, desde lo que consideramos puede ser el lenguaje propio del diseño gráfico: su lenguaje conceptual y formal, es decir, los elementos fundamentales que componen un diseño y constituyen la gramática visual con la que se cumplen los principales objetivos de significación, información y comunicación del diseño gráfico, así lo revela el diseñador Juan Carlos Lazo “La comunicación visual a través de la composición, la tipografía, y el uso que hacemos de los medios visuales” (Lazo, 2015) (E).

Bajo estas premisas, se determinaron siete categorías para realizar el análisis visual sobre el archivo seleccionado con el fin de sintetizar varios de los elementos de la gramática visual. Estas son: tipografía, tipo de imagen, color, proporción entre texto e imagen, composición y tecnología, que detallamos más adelante.

El análisis de estas categorías se ha hecho con el corpus de imágenes seleccionadas y, en este caso, desde nuestra perspectiva como profesionales del diseño.

Las siete categorías se han definido según los conceptos que consideramos más pertinentes y que son los más usados en la composición gráfica. Cada una de ellas, que describimos a continuación, es un concepto amplio en sí mismo y constituye una parte del lenguaje visual que se aplica al realizar un diseño; cada una, además, posee sus propios enfoques teóricos y agrupa en su interior varios conceptos que el diseñador utiliza en su búsqueda de combinaciones de formas, tipografías y colores. Todos estos componentes en la práctica se combinan, mezclan o superponen, para comunicar algo a un destinatario. Todo ello supone que:

“Al centrar la atención sobre aspectos particulares de las formas visuales, animamos al lector a reconocer las fuerzas que actúan tras las soluciones gráficas poderosas. De forma similar, un diccionario estudia palabras específicas y aisladas, pero esas palabras cobran vida en el contexto activo de la escritura y del habla” (Lupton y Cole, 2009: 11).

Los estudios sobre el lenguaje visual se remiten a la Bauhaus, que pretendió crear un lenguaje universal basado en soluciones racionales, planificadas y estandarizadas, mediante el uso de los elementos geométricos básicos, considerados en esa institución como un lenguaje comprensible para todos. Esta escuela propició, además, el uso de nuevos materiales y de nuevos procesos, al mismo tiempo que estimulaba el pensamiento sistemático por encima de la intuición personal, y de la objetividad sobre la subjetividad emocional. A propósito de ello, dicen los mismos autores:

“La idea de buscar un marco compartido en el que inventar y organizar el contenido visual se remonta a los orígenes del diseño gráfico moderno. En los años veinte, instituciones como la Bauhaus, en Alemania, exploraron el diseño como un “lenguaje de la visión” universal de base perceptiva, concepto que continúa informando hoy en día la enseñanza del diseño en todo el mundo” (Lupton y Cole, 2009: 8).

Consideramos que, a pesar de algunas críticas posmodernas a estas preferencias del pensamiento moderno por las formas sintéticas y simples, acordes con los estándares y normas de los tiempos en que la tecnología del momento (fotografía, cine y producción masiva) transformaban el arte y el diseño, no han dejado de estar vigentes ni en las instituciones de enseñanza del diseño, ni en la práctica profesional. Si bien hacia finales del siglo XX y principios del XXI se han dado algunas tendencias hacia la subjetividad y personalización de los trabajos de diseño, enfocados más bien hacia el arte, se mantiene vigente aquella tendencia general. A partir de allí se comenzó a pensar que lo visual, con todo derecho, podía considerarse como un lenguaje. Según Paulin,

“[del mismo modo] que adquirimos las bases de la ortografía, la



gramática y la sintaxis, podemos adquirir esos mismos fundamentos en el terreno de la comunicación visual. Los elementos y principios del diseño gráfico como punto, línea, forma, luz, color, equilibrio, contraste y proporción son el vocabulario que emplea el diseñador gráfico para dar voz y, en definitiva, significado a toda comunicación visual. Sin apoyarse en esos fundamentos, tal comunicación es ineficaz, no transmite nada y no le habla al público” (Paulin, 2012: 6).

El diseñador gráfico trabaja con imágenes y es conocido que, a lo largo de la historia, las imágenes se han usado como medio de comunicación: por ejemplo, las antiguas representaciones encontradas en las cavernas en Francia y España; la creación de nuevas alternativas de comunicación más complejas, como los sistemas de escritura de Mesopotamia, China, Egipto, entre otros; los textos medievales manuscritos que se acompañaban de ilustraciones, con el objeto de aportar a la comprensión del texto, ya que la mayoría de la gente era analfabeta.

Este proceso encuentra su consolidación en el siglo XV, con la invención de la imprenta, que permitió la producción masiva de textos e imágenes que se dibujaban a mano o se grababan en xilografía. Más tarde llega la invención de las planchas de cobre que, con la fotografía, permitieron el uso generalizado de imágenes. Es en el siglo XX cuando emerge el diseño, que hace de lo gráfico un elemento central de la comunicación masiva. En este contexto, el diseño gráfico, basado en la comunicación visual, no solamente trabaja con imágenes, sino con la combinación de imágenes y textos, expresados y funcionando en conjunto (Marshall y Meachem, 2010; Jubert, 2006)

Siguiendo con Paulin (2012), la forma más poderosa de expresión visual es la creada por la fotografía y la ilustración, las cuales, al ser combinadas con la tipografía, la forma, el volumen, la línea, el espacio, el color, y otros elementos importantes de la composición, tienen la capacidad de conformar simbologías y mensajes asociados a emociones humanas específicas. Éstas son las herramientas que el diseñador gráfico tiene para explorar nuevos conceptos, tecnologías, materiales y estilos, todo lo cual ayuda al diseño a alcanzar más poder e influencia: el poder de canalizar una información, crear ideas, opiniones, persuadir a personas, o a un colectivo.

Con estos antecedentes y debido a que no es posible detallar y desglosar cada una de las 98 imágenes seleccionadas, hemos decidido determinar las categorías y, en algunos casos, las valoraciones en los términos más generales. Pretendemos extraer conclusiones globales por periodo, a partir de los datos de las imágenes, con el objeto de conocer el comportamiento conceptual y formal que ha tenido el diseño gráfico en sus etapas de desarrollo en Ecuador. Nos referimos a la manera de organizar

los elementos constitutivos de un diseño, cuya finalidad es comunicar mediante el lenguaje visual. Describimos a continuación cómo entendemos estas categorías para los intereses de este estudio.

6.3.1 Tipografía

La tipografía es un elemento visual y conceptual fundamental en la creación de un diseño. Es a través de la cadena de letras que conforman la tipografía, cada una con un aspecto visual diferente, que se construyen los mensajes visuales. Aicher define la tipografía como “la imagen del lenguaje, la forma visual del discurso. Por extensión, la tipografía también es lenguaje, ya que tiene dimensiones tanto semánticas como sintácticas. La dimensión semántica comprende el contenido que transmite el lenguaje y la dimensión sintáctica es el modo de transmitir” (Aicher, 2007: 10). Siendo así, el ordenamiento, la ubicación y la proporción con que se maneje la tipografía constituye, al igual que las imágenes, parte de la estructura formal y espacial de un diseño. Por tanto, como afirman Ambrose y Harris (2010: 9), “Está claro que un conocimiento a fondo de los términos y conceptos clave utilizados en tipografía permite al diseñador articular y formalizar las ideas con una mayor facilidad, además de garantizar una mejor comunicación de dichas ideas a terceros”.

la tipografía

SE HA
CONVERTIDO
EN UNA
ESPECIALIZACIÓN
EN PERMANENTE
EVOLUCIÓN
Y EXPANSIÓN

La tipografía, cuyo largo trayecto histórico, desde los primeros alfabetos hasta los avances tecnológicos, podría abordarse desde muy distintos ángulos, se ha convertido en una especialización en permanente evolución y expansión. Cada día asistimos al encuentro de una mayor cantidad de tipografías por lo que, para los efectos de nuestro estudio, hemos buscado clasificaciones que cobijen varios grupos de tipografías y que nos permitan llegar a nuestros objetivos. Hemos encontrado multiplicidad de autores que han empleado métodos de análisis para identificar los atributos de los diferentes caracteres, las fuentes y familias a las que pertenecen, con el fin de buscar clasificaciones que, en la medida de la evolución histórica y de los avances tecnológicos, han ido modificando no solo las formas tipográficas, sino las ideas y maneras de aplicar la tipografía, y por ende, su clasificación.

Para resumir las clasificaciones más destacadas en el proceso de evolución histórica de la tipografía, partimos de Francis Thibaudeau, que creó, hacia finales del siglo XIX y principios del XX, un sistema de clasificación taxonómica; su clasificación se desarrolló a partir de la evolución histórica de la escritura y se

basó en la vinculación entre las astas y las serifa de los tipos, que son:

- **Romana antigua:** muy poca diferencia entre el grosor de las astas y serifas, que hace que se perciba una vinculación redondeada.
- **Romana de transición:** se acentúa la diferencia entre el grosor de las astas y las serifas, que refleja una vinculación circular.
- **Romana moderna:** la diferencia entre el grosor de las astas y las serifas es muy pronunciado, entre estos se visualiza una vinculación cuadrada.
- **Egipcia:** el valor de las astas y las serifas se ensancha notablemente y presenta una vinculación circular.
- **San serif:** no presenta remates y el valor de las astas es uniforme.
- **Incisas:** en sus terminaciones se percibe un serif incipiente y el valor de las astas es uniforme.

La clasificación que se ha utilizado con mayor frecuencia, debido a que ha recuperado algunas clasificaciones dadas históricamente, es la que, en 1954, realizó el francés Maximilien Vox, que plantea una clasificación en tres grupos:

- Los caracteres clásicos o históricos, que comprenden las *humanas* (se inspiran en la escritura de los humanistas y aparecen a finales del siglo XV); las *garaldas* (son letras romanas que nacen del equilibrio de formas alcanzado en el siglo XVI, obtienen su nombre en referencia a la obra de Claude Garamond, grabador francés); y las *reales* (considerados como caracteres de transición que nacen en el clasicismo del siglo XVIII y contienen elementos de la racionalidad de la época).
- La trilogía de las modernas, que engloba a las *didonas* (en el siglo XIX. En Italia Bodoni y Didot en Francia crearon estas familias de tipografías); las *mecanas* (de tipo egipcio), surgen en Inglaterra a partir de 1987, proyectadas para los trabajos de rotulación publicitaria); y las *lineales* (o las denominadas sans serif o palo seco, entre las que encontramos tres subgrupos: los grotescos (pensados para trabajos de rotulación y publicidad, creados en el siglo XIX y más tarde perfeccionados para usarse en textos

continuos); los *geométricos* (a propósito de los postulados de los nuevos movimientos de vanguardia en Europa y en especial de la Bauhaus en Alemania), que aparecen a partir de 1920, un estilo tipográfico funcional y austero); y los *humanísticos* (la creación del tipo San serif creado en 1916 por el calígrafo Edward Johnston para el metro de Londres, que marca un avance en las características de los tipos conocidos hasta la fecha).

- Las de inspiración caligráfica constituidas por las incisas (usan formas intermedias entre la romana tradicional y la de palo seco); *scriptas* (se inspira en la escritura caligráfica); y la *manual* (aparece como una escritura hecha a mano, con aspecto corriente, cuyo rasgo formal depende de la herramienta con la que haya sido trazada: lápiz, marcador, etc.).

Esta clasificación ha sido adoptada y completada en 1962 por la Asociación Tipográfica Internacional (ATypI), que introdujo las tipografías góticas y las no latinas, lo que contribuyó a que esta clasificación fuera reconocida a nivel universal. A lo largo de la historia, el universo tipográfico ha crecido considerablemente y han sido múltiples los intentos por clasificarlo, más aún ahora, cuando la era digital plantea nuevos retos a la creación y aplicación de la tipografía en el diseño. Estudiosos de la tipografía, como Ambrose y Harris, ofrecen una clasificación de los tipos de letra que se basa en

“[...] las características anatómicas y responde a cuatro categorías básicas: block o bloque, roman o romana, gothic o gótica y script o caligráfica [...] Las cuatro categorías básicas, además, se pueden subclasificar: la block (o black letter) contiene aquellos tipos de letra basados en la escritura manuscrita germana; la romana acoge a todos los tipos de letra serif; la gothic incluye todos los tipos de letra palo seco y, finalmente, la script contiene a todos los tipos de letra que imitan la escritura manuscrita” (Ambrose y Harris, 2005: 35).

Cabe resaltar que la tipografía se desarrolló a nivel internacional durante cientos de años solamente con tipos con serif. El primer estilo sin serif no aparece hasta 1816 en Inglaterra. A partir de 1898, nace la tipografía suiza con un estilo visual de mayor calidad, bajo la premisa de que la letra no tiene que ser uniforme para ser legible y atractiva. Al contrario, la diferencia entre caracteres es lo que la hace legible.

La tipografía funcional fue desarrollada, en primera instancia, por diseñadores de la Unión Soviética, Alemania, Hungría y los Países Bajos, influidos por la necesidad de un diseño social, cultural, orientado hacia el futuro. Las letras sans serif, las de caja baja y los espacios asimétricos fueron las mayores

características de esta “nueva tipografía” (Cees W., Alston W., Purvis, 2009: II).

Con base en estos antecedentes y considerando que el objetivo de este trabajo no radica en hacer un análisis detallado sobre la tipografía, sino más bien, ver cómo se utiliza la tipografía como elemento formal de la composición visual en el interior de un diseño gráfico, el interés se centra en el manejo del bloque tipográfico y su aporte en el conjunto comunicativo. Por este motivo, hemos considerado idónea para nuestro estudio una clasificación muy amplia que determinamos, primero, en relación con la función y el empleo que se haga de la tipografía: agrupamos aquí las tipografías que sirven para textos largos, con morfología simple y que permiten facilitar la lectura, y las tipografías para textos cortos, empleadas en titulares, rótulos y otros detalles, que son morfológicamente más exuberantes, llamativas y legibles, pero no recomendadas para textos largos, porque presentan cierta dificultad para la lectura.

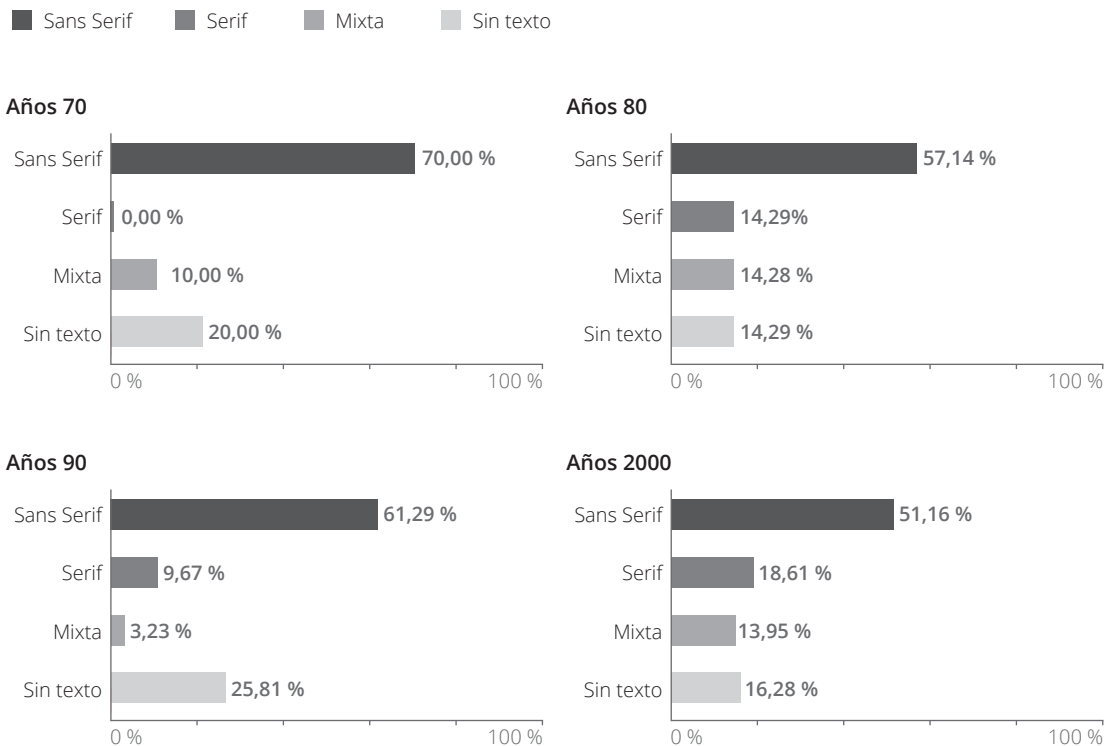
Por otro lado, hemos considerado los elementos relacionados con la anatomía de la letra, es decir los aspectos que determinan su apariencia. En los términos más elementales se clasificaría en las tipografías con serif y las tipografías sin serif, es decir las tipografías que tienen remates en los extremos y las que no. Pero más allá de la configuración tipográfica, nos preocupa la legibilidad y el debate generado entre tipógrafos y diseñadores sobre las tipografías de la modernidad y las de la posmodernidad, hacia mediados del siglo XX. Se generaron dos posturas, una con una tendencia hacia los tipos tradicionales identificados con las tipografías antiguas con serif y otra, nueva, que respondiera a las necesidades de los espacios globales universales y neutros, la tipografía sin serif o palo seco.

Tomando en cuenta los planteamientos anteriores hemos definido para el análisis tipográfico cuatro variables: sans serif (o palo seco), serif (con terminaciones en los extremos), mixta (combinación en el texto de las dos anteriores), sin texto (isotipos e ilustraciones). En la variable mixta no hemos incluido a las caligráficas (inspiradas en la letra manuscrita) ya que, en el archivo seleccionado, aparecen en mínima cantidad (4%) y generalmente como textos cortos y destacados, acompañadas de otras tipografías de las variables anteriores.

Para el análisis, se ha realizado un conteo de las imágenes del archivo seleccionado y, como podemos ver en el gráfico 22, hay un predominio del uso de tipografía sans serif o palo seco, especialmente en la década de 1970, que es usada en el 70% de los trabajos.

Podemos percibir aquí una influencia del diseño tipográfico posmoderno, de las corrientes de Estados Unidos y Europa. De los 80 al 2005 continua el predominio de la tipografía sans serif o palo seco, y se percibe un bajo uso de tipografía con serif. Además de las influencias estilísticas del extranjero, el manejo de la tipografía estuvo condicionada por las tipografías de importación, el *letraset* y la *composer*, que en Ecuador eran productos limitados y de alto costo; por ello, hasta la utilización generalizada de la computadora en los años 90, se continuó con el dibujo manual de las letras, al menos las de los titulares y destaques. Suponemos que el uso más generalizado de tipografías sans serif o palo seco se debe a que son más fáciles de dibujar.

Gráfico 22. Uso de la tipografía por décadas



6.3.2 Imagen

En el diseño gráfico se utilizan diversos tipos de imágenes, de acuerdo con sus propósitos de comunicación. Las imágenes se usan para sustituir o complementar el texto, para guiar al lector en la lectura del conjunto, para enseñar o convencer y también para hacer una llamada de atención sobre la composición. Pueden usarse como refuerzo educativo, como referencia o instrucción para ayudar a la comprensión de un texto. En publicidad se utiliza para incitar al consumo. Además de lo mencionado, las imágenes se utilizan para expresar emociones y acciones, para contar historias, para aclarar conceptos, para ilustrar textos.

Además, pueden ser el eje principal de la comunicación como es el caso del *comic*, los libros infantiles y la animación. En la vida diaria nos encontramos frente a una gran cantidad de imágenes que nos envían mensajes de forma rápida y nos proporcionan información, a veces solo como imagen y otras como complemento del texto. (Marshall y Meachem, 2010). La intención de esta investigación es mirar qué tipo de imágenes, en términos muy generales, eligen los diseñadores para transmitir sus ideas, imágenes dentro del campo fotográfico o del campo de la ilustración.

- a) **Fotografía:** Aunque descubierta en 1826 por Joseph Nicéphore Niépce, cobra importancia con la reducción del tiempo de exposición en 1839, cuando Daguerre inventa el primer proceso práctico para hacer fotografías. Se consolida con la creación del Calotipo de Talbot, en 1841, proceso en negativo que permite hacer varias copias de un original, y que se mantuvo vigente hasta la llegada de la cámara digital. A partir de 1900 se desarrollan cámaras y accesorios, debido a la euforia por las tarjetas postales y porque se incorpora al mercado industrial, informativo y mercantil, a la moda, a la publicidad y al comercio de la época (Inglediu, 2006; Susperregui, 1998).

La fotografía se impone sobre el dibujo, especialmente en los ámbitos de la publicidad y de la información, y se ve sometida a las exigencias comerciales y sociales que marcan algunas directrices para la fotografía. Desde este enfoque, podría clasificarse en: a) fotografía de retrato, cuyo antecedente es el retrato pictórico y que primero se utiliza para retratar a los personajes destacados en lo político, la industria, el comercio; b) fotografía de prensa y documental, que se torna hacia lo social, denuncia gráficamente lo que sucede en la sociedad y en la cultura, se abre campo en la prensa por su cualidad de autenticidad y sustituye al dibujo de menor capacidad testimonial. Nace así el nuevo periodismo gráfico, en el que el texto ya no es suficiente, y debe ir acompañado de imágenes; c) fotografía de moda y de publicidad, instrumento comercial que ha generado una fabricación de imágenes con una determinada expresión estética y cuya finalidad es la comercialización de productos (Susperregui, 1988).

Otros autores se refieren más bien al género fotográfico de acuerdo con especializaciones y clasifican la fotografía en: fotografía de ciudad, de bodegones, de cuerpo desnudo, de moda, de paisajes, de naturaleza, de pornografía, de publicidad, de belleza, de deportes, de famosos. Algunas de ellas pueden ser de estudio, casuales, de exterior o de cámara oculta. Por otro lado, se

adhiera la fotografía como registro visual, clasificada en: fotografía de prensa, documental y fotoperiodismo. Y, finalmente, por técnicas en fotomontaje y *collage* fotográfico. Más tarde se incluyen en los estudios los cambios y replanteamientos de la cámara digital.

Dentro de este contexto y de acuerdo con los requerimientos de nuestro estudio, hemos clasificado la fotografía en: a) realista, es decir, natural, tomada directamente de la vida real, sin ningún tipo de arreglo ni escenificación; b) la de estudio, es decir, una fotografía de cualquier género que es escenificada, preparada y arreglada artificialmente; c) efectista, que es una fotografía manipulada, sea de manera análoga o digital, con el objeto de lograr efectos especiales; y d) montaje fotográfico, que es un recurso utilizado por los diseñadores cuando se les complica acceder a fotografías originales y encargadas para el momento.

b) Ilustración: La ilustración, el arte y el diseño son materias que tienen lazos muy cercanos, tradición que data de miles de años atrás. Podemos decir que la ilustración ha servido como acompañante o asistente de la narración textual desde la tradición oral, hasta que se conocen los manuscritos y los libros. Según Dalley (ed.), (1980) es difícil determinar los bordes de cada uno de estos tres campos, por ejemplo, cuando hablamos del término 'composición' aplicado a la pintura y al dibujo, significa efectivamente el 'diseño' del trabajo. Por esto, el trabajo de artistas, ilustradores y diseñadores siempre ha sido muy próximo.

Como dijimos anteriormente, todo arte visual tiene que ver con la producción de imágenes; cuando esas imágenes se utilizan con un contenido que transmita una información específica, ese arte se denomina ilustración. Sin embargo, el arte y la ilustración van de la mano, la ilustración se apoya fuertemente en las competencias y en las técnicas del arte. Actualmente, en el contexto comercial, las ilustraciones son consideradas como manifestación artística y las demandas económicas determinan la forma y el contenido de la ilustración.

La ilustración se ha considerado como un dibujo analítico y descriptivo; los artistas griegos y romanos desarrollaron diversas técnicas de ilustración y conocieron los principios de la perspectiva, que fue propagada en el renacimiento. A partir del desarrollo de la industria, en el siglo XVII, aparece la demanda de una ilustración más técnica y de mayor complejidad, con la habilidad de observar y transformar lo que se percibe (el objeto tridimensional) en una representación bidimensional (Dalley (ed.), 1980).

Desde los libros ilustrados, el desarrollo de la ilustración fue a la par con el desarrollo de nuevas tecnologías, como el grabado, la litografía y los nuevos procesos de impresión. También aparecen entonces los nuevos pigmentos y tintes, durante y después de la revolución industrial. La publicidad da otro impulso al desarrollo de la ilustración, en la segunda mitad del siglo XIX, especialmente en revistas, periódicos y afiches. En el siguiente siglo, la televisión y el cine continuaron acrecentando la actividad del ilustrador. No obstante, fue la invención de la fotografía la que marcó un cambio definitivo en la ilustración y tuvo un gran impacto en la ilustración del siglo XX. Surgen así dos líneas de ilustradores, los que imitan a la fotografía e ilustran al modo realista y los que se distancian hacia la fantasía y la invención (Dalley (ed.),1980).

La expresión y recepción de los mensajes visuales, se puede dividir en tres niveles: la representación de la realidad tal como se percibe; de manera semiabstracta, de modo que el elemento natural es reducido a sus componentes básicos sin perder su identidad; y de manera abstracta, de forma que los elementos naturales sean reducidos al mínimo detalle visual y, a través de sus principales atributos, convertirse en un símbolo al que el ser humano atribuye un significado. Respecto de esta simbología, afirma Dondis (1976: 84):

“Hasta la invención de la cámara, éste era fundamentalmente el reino del artista, salvo en los niños y en los pueblos primitivos que se mostraban capaces de ello sin que supiéramos muy bien cómo. Por ejemplo, todos podemos ver y reconocer un pájaro. Incluso podemos extender este reconocimiento hasta la generalización de especies enteras y sus atributos. Para algunos observadores, la información visual no supera un nivel primario de información. Para Leonardo da Vinci, un pájaro significa volar, y su investigación de tal hecho le llevó a intentar la invención de máquinas voladoras. Vemos un pájaro, tal vez una clase particular de pájaro, por ejemplo, una paloma y esto tiene el significado ampliado de paloma o el de paz. El visionario no se detiene ante lo evidente; ve más allá de la superficie de los hechos visuales, llegando a reinos mucho más vastos de significado”.

Según las premisas que establece Dondis, en nuestro estudio hemos considerado esas variables: la realista, cuando la ilustración es representativa de la realidad, es decir, se asemeja a ésta casi de manera fotográfica; la semiabstracta, cuando hay un proceso hacia la abstracción, prescindiendo de los elementos superfluos y dejando la imagen reducida a elementos básicos y esenciales, que permiten la identificación del elemento real; y la abstracta, cuando el nivel de abstracción es tan alto que se convierte en símbolo, en el que visualizamos, ya no el elemento real, sino lo que conlleva detrás, su significado.

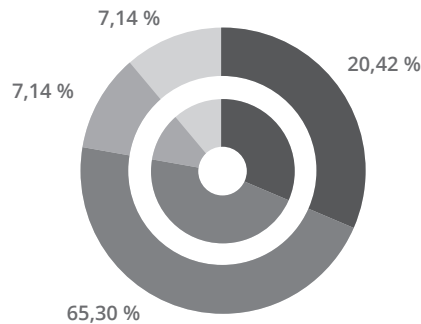
- c) **Mixta:** se refiere a la utilización de fotografía e ilustración en un mismo diseño.

d) **Sin imagen:** cuando el diseño es solamente tipográfico.

Volviendo al análisis de nuestro archivo, del total de las imágenes seleccionadas, la gran mayoría utilizan la ilustración (65,30%) en las composiciones, frente al 20% de uso de fotografía, un 7,14% utilizan de manera mixta fotografía e ilustración y no utilizan imagen, sino texto solamente, también un 7,14%.

Gráfico 23. Tipo de imagen utilizada según categoría

 Fotografía  Ilustración  Mixta  Sin imagen



En relación al tipo de imagen (tabla 7), si desglosamos cada una de las variables de esta categoría por décadas, encontramos que, de 1970 a 2005 se ha utilizado la fotografía en baja escala; solamente el uso de un 7% de fotografía efectista en el periodo de los 2000, fotografías trabajadas por computadora. En los 80 y en el 2000 se ha usado un 29 % y un 16% respectivamente de fotografía realista. La preferencia se da en el manejo del fotomontaje especialmente en las décadas de 1970 (10%) y 2000 (9%). En los 90 un 3% solamente. Asumimos que se utiliza el montaje fotográfico porque se pueden utilizar fotografías de archivo, recortes, sobreposiciones, y no solo fotografías originales, expresamente trabajadas para ese diseño. Esta poca utilización de la fotografía nos remite a la dependencia tecnológica y al acceso de los diseñadores a la misma. La fotografía analógica implicaba costos elevados y un proceso largo de trabajo que los diseñadores difícilmente podían asumir, debido a que la mayoría de ellos eran profesionales independientes, como se vio anteriormente. Esta situación cambia desde la introducción masiva de la cámara digital en los 2000.

Es evidente que en el periodo estudiado se ha aplicado mucho más la ilustración en el diseño; incluimos en este rubro todo lo

dibujado y no fotográfico, como son símbolos, señales, etcétera. Como vemos en el gráfico, la ilustración semiabstracta y abstracta se ha utilizado de manera regular, sin mayores variantes entre las décadas, mientras que la ilustración realista se ha manejado en menor medida. El empleo de imágenes mixtas, fotografía e ilustración, no ha sido mayormente utilizado y destaca un 20% de diseños sin imagen en los años 70.

Tabla 7. Tipo de imagen utilizada en los diseños por década

Categoría	Clasificación	Década 70		Década 80		Década 90		2000-2005	
		n 10	%	n 14	%	n 31	%	n 43	%
Tipo de Imagen	Fotografía Realista	0	0,0	4	28,6	0	0,0	7	16,3
	Fotografía Estudio	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	Fotografía Efectista	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	7,0
	Fotografía Montaje	1	10,0	0	0,0	1	3,2	4	9,3
	Ilustración Realista	1	10,0	2	14,3	5	16,1	5	11,6
	Ilustración Semiabstracta	3	30,0	3	21,4	12	38,7	10	23,3
	Ilustración Abstracta	3	30,0	4	28,6	10	32,3	6	14,4
	Mixta	0	0,0	1	7,1	2	6,5	4	9,3
	Sin imagen	2	20,0	0	0	1	3,2	4	9,3

6.3.3 Color

El color está presente en todos los campos de la vida humana y sus diferentes culturas; es difícil imaginar un mundo sin color pues lo vemos cotidianamente en todo, en la naturaleza, en los objetos, en la decoración, en la moda, en la calle, en anuncios, etc.; también el color a lo largo del tiempo no ha estado ajeno al pensamiento de los grandes hombres:

“Pitágoras e Hipócrates se explayaron en el tema. Platón, Aristóteles y Plinio intentaron explicar sus misterios. Da Vinci relacionó los colores con los elementos: amarillo para la tierra, verde para el agua, azul para el aire y rojo para el fuego. Después tenemos a Newton que fundó la ciencia del color tal y como fue aceptada durante generaciones” (Varley, 1980: 9).

Varias ciencias lo han estudiado, se ha relacionado con la salud (propiedades curativas del color); la agricultura (sabios y místicos para apaciguar a los dioses en pro de sus cosechas); con la expresión musical (Wagner); la ciencia (explica el color en los fenómenos naturales); la psicología (para comprender aspectos de la personalidad humana); la expresión artísticas (artes

plásticas), entre otras muchas. Al igual que la fotografía, el color también pasó a ser de interés económico para las necesidades industriales (desarrollo de pigmentos y diversos tipos de pinturas y tintes), comerciales, publicitarias (efectos que incentiven el consumo), la moda y, en general, en todo el campo de la comunicación. Así, por ejemplo, en la Gran Exposición Universal de París (1855) llevada a cabo para estimular el comercio internacional, época de la invención de la electricidad por Edison y de las nuevas tendencias modernistas, se dio gran énfasis a las expresiones del color y al uso de distintas paletas, de acuerdo con las tendencias de la moda y a la influencia de las corrientes artísticas de la época (Varley (ed.), 1980).

La teoría del color es amplísima, primero, desde el punto de vista del fenómeno físico (mezclas de pigmentos y luz) y segundo, desde el de los efectos que se pueden lograr a través de combinaciones de colores (un color junto a otro), para generar efectos diversos en la comunicación, mediante la utilización de las armonías de color. Nuestro interés se centra en el segundo aspecto, referido a la combinación de colores. Pretendemos buscar qué criterios de color se han manejado en el diseño ecuatoriano en las décadas estudiadas.

El color es un elemento fundamental en la forma de comunicar un mensaje. Los distintos modos de utilizar el color y los efectos que se pueden conseguir a través del mismo pueden alterar y hasta transformar el significado de un mensaje. El color se clasifica según el matiz (tono); el brillo, que hace referencia a la claridad y oscuridad y saturación relacionada con la pureza del color. Las relaciones entre estos valores es lo que nos permite crear efectos o atmósferas, aspecto sobre el color que analizaremos en este trabajo (Marshall y Meachem, 2010).

Más allá del desarrollo y de las diversas maneras de comprenderlo y usarlo culturalmente y por épocas históricas, el color tiene poder para comunicar, para impresionar, para influir sobre las personas. Cada color ha sido dotado de determinadas características de acuerdo con las asociaciones inconscientes que de ellos hacemos, por ejemplo, el rojo con la sangre, con el corazón; el azul con el cielo, el mar; el amarillo con el sol, el calor; y también ha adquirido un poder de simbolización por sus atributos, al complementarse en combinación con otros colores. Según los colores que circunden o se coloquen al lado de un determinado matiz, éste se ve sometido a su influencia y provoca diferentes sensaciones, atmósferas y significados,

“El color es uno de los elementos más poderosos y comunicativos del lenguaje del diseño gráfico. Nos afecta a todos, porque confiere energía visual y variedad a todo lo que vemos a diario. El color se usa para



atraer la atención, agrupar elementos dispares, reforzar el significado y enriquecer las composiciones visuales. Puede transmitir de inmediato una actitud o una emoción, provocar una respuesta, crear énfasis y variedad, comunicar un mensaje específico y reforzar una jerarquía establecida. [...] El color aumenta el atractivo visual y puede potenciar el significado y la organización de los elementos en una composición. Como elemento visual primario, el color refuerza los matices psicológicos y emocionales de cualquier mensaje visual, y ayuda a crear la atmósfera deseada. Por ejemplo, los colores claros producen respuestas placenteras, mientras que los oscuros son tranquilizadores” (Paulin, 2012: 58).

Resaltamos la importancia de las relaciones que entablan los colores entre sí, con los que se encuentran cerca o que los circundan. Todo esto produce sensaciones diferentes que influyen en que un determinado matiz se perciba con distinto nivel de intensidad, brillo, claridad, obscuridad o temperatura. El manejo adecuado de estos colores en armonía o en contraste es lo que determina un buen uso del color, de acuerdo con la intención del diseño, para lo cual se han generado una serie de técnicas que ayudan al diseñador a hacer una selección adecuada para su trabajo (Albers, 1980). Sería muy extenso detenernos a explicar y describir las técnicas del manejo del color, las características y atributos de los mismos y sus infinitas relaciones, no solo entre los colores, sino también con la forma y la tipografía, lo que constituye el lenguaje del diseñador gráfico, conceptos todos que, en conjunto, permiten comunicar una cantidad de emociones variadas y establecer conexión con los perceptores (Paulin, 2012).

En concordancia con las premisas planteadas y a fin de encontrar de qué manera se ha utilizado el color en los periodos estudiados, hemos determinado 4 variables que engloban, de manera general, algunos comportamientos en el uso del color:

a) Blanco/Negro/dos colores

El manejo del blanco y el negro en una imagen nos remite a dos aspectos opuestos; por un lado al contraste total entre luz y obscuridad que, al combinarse en un diseño, pueden producir un choque visual fuerte; y por otro lado, si se mezclan entre ellos se obtiene toda la gama de grises que atenúa los contrarios y relativiza el nivel de contraste. Puede traducirse lo mismo a la combinación de dos colores cualesquiera que éstos sean, mientras más contrastantes sean, más fuerte será el impacto visual, que puede ser disminuido al mezclar esos dos colores entre sí, o si cada uno de ellos se mezcla con blanco o con negro, para lograr gamas modulares que bajan la intensidad del color.

b) Claros-vivos-contraste

Nos referimos con esta variable al uso de colores puros, saturados, intensos, que dan una sensación de vitalidad,

colores primarios, colores cálidos en las gamas de los amarillos, naranjas, rojos. Colores que produzcan movimiento, choque, efervescencia.

c) Neutros-poco contraste

Al contrario de la anterior, agrupamos en esta variable a colores de poca intensidad y brillantez, que sean similares unos con otros, de poco contraste, que provocan una sensación de calma, tranquilidad, pasividad. Asociados a los colores fríos, verdes, azules, así como también a los colores pasteles, es decir a las coloraciones con mezclas hacia el blanco.

d) Oscuros

En contraposición a los colores vivos y contrastantes, están los colores más bien oscuros, que dan una sensación de seriedad, de peso, de estabilidad, tradición; son los colores de las gamas de violetas o morados. También consideramos a cualquiera de los colores con sus mezclas hacia el negro, que quita luminosidad al color.

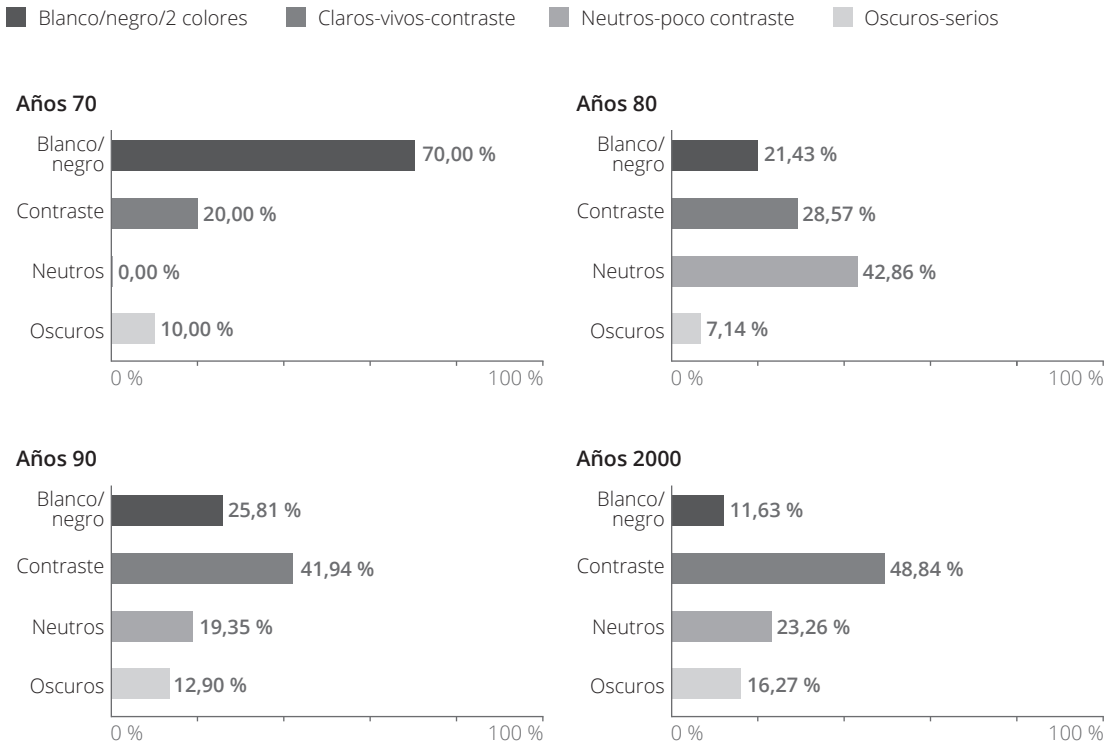
Cabe resaltar que en el interior de cada una de las variables se pueden encontrar diferentes relaciones entre los colores, sin embargo, en este caso, buscamos las tendencias generales que nos acerquen a las variables mencionadas.

Para el caso del diseño ecuatoriano, el manejo del color en los diseños del archivo seleccionado muestra que, en los años 70, hay un uso mayoritario de imágenes en la primera categoría, blanco-negro o dos colores (70%), frente a un 20% de colores vivos y contrastantes, y un 10% de colores oscuros; no aparece el uso de colores neutros poco contrastantes. En cambio en la década de 1980 destaca, con un 42,86%, el uso de colores neutros poco contrastantes; con el 28,57% el manejo de colores claros, con el 21,43% de blanco-negro o dos colores y con el 7,14% de colores oscuros. En los 90 se incrementa el uso de colores claros-vivos-contrastantes hasta un 41,94% y se reduce el de colores neutros al 19,35%; se utiliza un 25,81% de blanco y negro o dos colores y 12,90% de oscuros. Del 2000 al 2005, ocupa el lugar principal el uso de colores claros-vivos-contrastados, con un 48,84%, seguido de un 23,26% de colores neutro-poco contrastados, 16,27% de colores oscuros-serios y un 11,63% de colores blanco-negro o dos colores (gráfico 24).

Si miramos los resultados de las tendencias en el uso del color y de la tecnología, vemos que hay una correspondencia entre la aplicación de colores blanco y negro cuando la tecnología aún es manual. En la medida en que presenciamos el aumento de la



Gráfico 24. Tendencias de color por décadas



tecnología digital sobre la manual gradualmente se pasa de la práctica del blanco/negro a los colores neutros y posteriormente a los contrastantes. Una de las posibles causas, que han podido motivar este hecho, ha sido a nuestro entender, que durante la década de los años 80 regresaron a Ecuador los primeros diseñadores que se graduaron en el exterior, y que trajeron las tendencias que imperaban en esos momentos.

6.3.4 Proporción entre texto e imagen

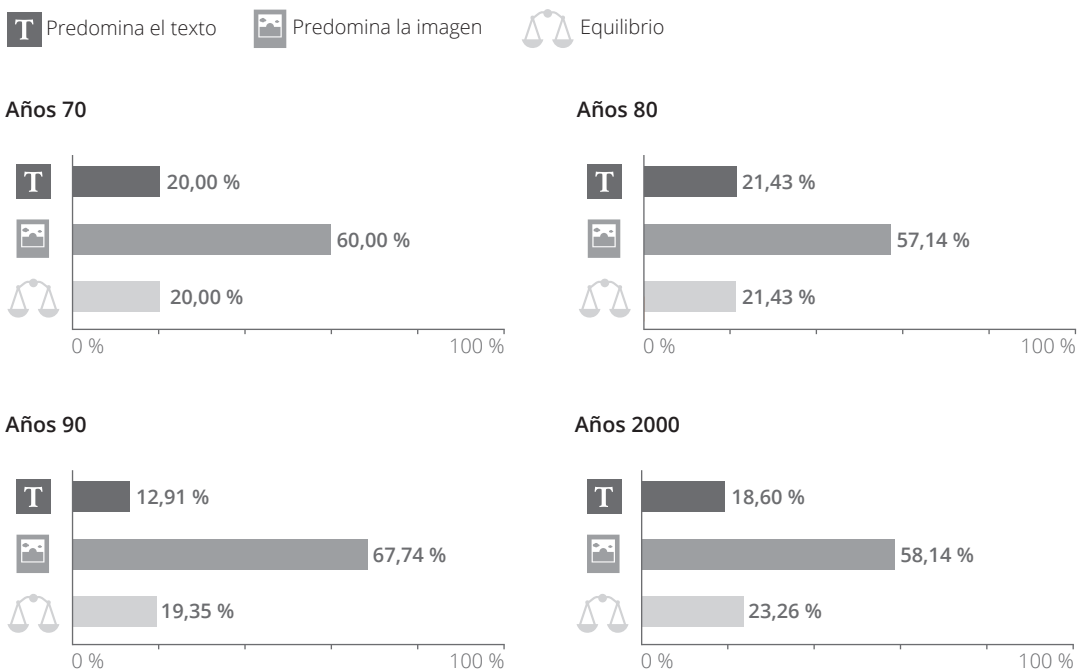
En esta categoría nos referiremos al peso visual, en cuanto a la cantidad de elementos formales que se usan en un diseño y el espacio que estos ocupan en el formato; las imágenes (ilustraciones, fotografías, símbolos, gráficos) en relación con las cajas tipográficas (textos). Nos interesa averiguar si hay un predominio en el uso del texto o de la imagen, o un equilibrio visual entre ambos. En este caso consideramos los textos como una forma visual que se integra en el conjunto de elementos formales de la composición.

En el gráfico 25 se aprecia un predominio, en todas las décadas, en el uso de imágenes sobre el texto. Así en los 70 y 80 con un 60% y 57,14% respectivamente, y en los 90 y primera mitad de los 2000, con un 67,74% y 58,14%. Por el contrario los diseños que utilizan mayor cantidad de texto son los de los años 80, con un

21,43%; un 20% en los 70; un 12,91% en los 90; y 18,60% en los años 2000. El porcentaje de las imágenes que usan texto e imagen en equilibrio es cercano a las que usan mayor cantidad de texto. En las décadas de 1970 y 1980 se da el mismo porcentaje, 20% y 21,43% respectivamente; en la década de 1990, un 19,35%, y en la mitad de los 2000, un 23,26%. Lo que se evidencia es que la mayoría de diseños trabajan con mayor cantidad de imagen y menos texto. Durante los periodos tratados la variación en este aspecto es mínima y se mantiene bastante regular.

Observamos que en todas las décadas, más de la mitad de los trabajos dan mayor espacio a la imagen que al texto, por lo que podemos decir que ya desde los años 70, inicios del diseño gráfico en Ecuador, la tendencia es pasar del diseño basado en la tipografía al diseño centrado en la imagen, tendencia que incrementa día a día.

Gráfico 25. Proporción entre texto e imagen utilizados en un diseño



6.3.5 Composición

La composición es el tema central en todas las disciplinas que trabajan con la problemática gráfica y visual, tanto en lo que concierne a la expresión artística, como en lo que se refiere a la comunicación visual. La composición es un tratado en sí misma, y contiene una serie de temas que interactúan en conjunto:

“El proceso de la composición es el paso más importante en la resolución del problema visual. Los resultados de las decisiones

compositivas marcan el propósito y el significado de la declaración visual y tiene fuertes implicaciones sobre lo que recibe el receptor. No existen reglas absolutas sino cierto grado de comprensión de lo que ocurrirá en términos de significado, si disponemos las partes de determinadas maneras, para obtener una organización y una orquestación de los medios visuales” (Dondis, 1976: 33).

Cuando hablamos de lenguaje visual, entendemos la composición como la organización de los elementos formales que constituyen el conjunto del diseño, con el objeto de obtener un efecto de unidad y orden, de manera que todos ellos aporten un significado para transmitir un mensaje claro al receptor. La composición consta de varios elementos que deben ser cuidadosamente elegidos por el diseñador, tomando en consideración la función del mensaje. Es fundamental la claridad en el propósito de la composición, pues si no hay claridad, el significado también será borroso y oscuro; las formas visuales no pueden ser ambiguas, deben armonizar o contrastar, atraer o repeler, relacionar o chocar (Dondis: 1976; Arheim, 1996; Wong, 1979; Paulin, 2012).

La composición no es una suma de partes, es un conjunto que conforma un todo. Este conjunto puede estar formado por subconjuntos relacionados entre sí y con un sentido de orden en su distribución y estructura a partir de la emisión y definición del tema que será comunicado. Al realizar un diseño, el diseñador plasma una idea clara, mediante el uso de las imágenes, la tipografía y el color; debe resolver problemas de perspectiva visual como tensión, equilibrio, balance, dinamismo, estabilidad, contrastes, entre otras, y problemas de funcionalidad a través de la distribución de los componentes de manera armónica y que permitan la legibilidad del mensaje de la pieza gráfica (Dondis: 1976; Arheim: 1995; Wong: 1979; Paulin: 2012).

En lo visual, la composición de la imagen es lo que da coherencia no solo formal, sino conceptual y significativa; estos conceptos deben tener una fuerte fundamentación en toda imagen. Se trata de crear una lógica visual a través de los elementos del diseño y su organización, con una actitud analítica y una visión clara que permita la creación de un diseño, con un propósito no solamente funcional, sino también estético y que refleje las características de una cultura y una época determinadas (Wong, 1979).

Para crear composiciones impactantes y funcionales en concordancia con los elementos básicos (punto, línea, plano, volumen) y las técnicas de composición (regla de los tercios, proporción divina, etc.), se utilizan varios elementos, los cuales, reunidos en conjunto, determinan la apariencia y contenido de un diseño; tienen forma, medida, color y textura y se relacionan entre sí mediante la dirección, la posición, el espacio y la

gravedad en la estructura de la composición; en esta están inmersos además varios conceptos, tales como equilibrio, ritmo, simetría-asimetría, proporción, escala, perspectiva, ilusión espacial, entre los cuales el diseñador deberá elegir y ordenar cuidadosamente, creando un significado (mensaje) y una función (propósito del diseño).

Todos estos elementos constituyen una unidad en la composición, cada uno tiene su importancia visual y apoya el logro de una coherencia visual armónica entre ellos, acorde con las partes superior-inferior, derecha-izquierda del soporte en que yace el diseño y, por supuesto, todo de acuerdo al objetivo de comunicación propuesto. Se trata de identificar claves visuales de diferentes características, según la importancia visual de cada elemento del diseño, sea en un sentido o en otro, en equilibrio o desequilibrio, si es fuerte o débil, si se pretende armonizar o contrastar. Cada elemento visual debe ser analizado en sí mismo y en su relación con el contexto, para lograr el resultado esperado por todos los actores del diseño (Arheim, 1995; Wong, 1979; Paulin, 2012).

Así, de acuerdo con Luz del Carmen Vilchis (2010) en la composición de un diseño intervienen varios elementos que interactúan entre sí, articulándose de manera formal y conceptual. Dentro de la articulación formal encontramos los elementos visuales, que son elementos morfológicos o componentes de una configuración (punto, línea, plano, volumen), textura, color (tono, saturación, brillantez); los elementos dimensionales con sus características de tamaño, escala y proporción, determinantes para proponer dimensiones de un diseño; los elementos estructurales, en los que vemos la relación entre elementos morfológicos y dimensionales: perspectiva, dirección, simetría, regularidad, yuxtaposición, interposición, secuencia y agrupación.

Por otro lado, la articulación conceptual, determinada por las leyes de la composición, y normas para combinar los elementos estructurales, tales como la perspectiva, la gravedad, el contraste, la cromática, las leyes de la Gestalt, la figura-fondo. Todo esto, distribuido en estructuras formales que se organicen con armonía, ritmo, equilibrio, movimiento, profundidad, tensión, contraste, unidad, síntesis, orden y sus posibles variaciones y alteraciones. Los elementos citados, definen las características semánticas de una composición y determinan los significados que resultan de una configuración en la que puede percibirse sutileza, integridad, audacia, actividad, pasividad, atracción, transición, entre otros (Vilchis, 2010; Arheim, 1995; Wong, 1979; Paulin, 2012; Dondis, 1976).



No nos detenemos a definir cada uno de los elementos fundamentales de la composición y del diseño por la amplitud de cada uno; sin embargo, de acuerdo con el panorama general descrito, hemos determinado las variables para el análisis de las imágenes del archivo seleccionado. Estas variables que se mencionarán y ampliarán más adelante, cuando comentemos los diseños elegidos para este trabajo son: buena, regular y mala.

Hablamos que una composición es “buena” cuando se aplican las reglas de la composición, en cuanto a los elementos formales, conceptuales y de relación, de manera que se cumplan los objetivos de la comunicación. Cuando estos criterios están utilizados de manera aleatoria, la calificamos como “regular” y, cuando encontramos un grado de ambigüedad en lo conceptual, un mal manejo formal y/o confusión del mensaje, la determinamos como una composición “mala”.

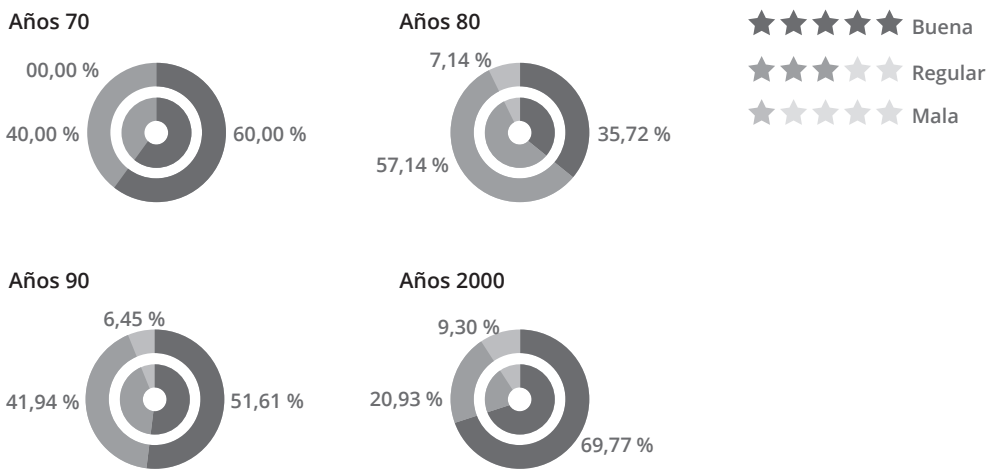
Cabe resaltar que dentro de este asunto consideramos también el color, el tipo de imagen, la tipografía, ya que son elementos constitutivos de la composición, aunque, por su importancia, los hayamos tratado también por separado. Lo que no hemos abordado es el grado de complejidad en el manejo de la composición, que podrá ser analizado en una futura investigación.

Al analizar los términos compositivos (gráfico 26), vemos que la mayoría de las obras fluctúa entre las categorías buena y regular, y el porcentaje de malas es bajo. Así, en la década de 1970, vemos un 60% de buenas composiciones, frente a un 40% de regulares. Creemos que esto sucede debido a que el diseño estaba mayormente asumido por profesionales procedentes de otras disciplinas, como el arte y la arquitectura, donde presumiblemente la formación en términos de composición era bastante aceptable. En los 80 el nivel de buenas composiciones baja a un 35,72%, se incrementa el de composiciones regulares al 57,14% y aparece un 7% de malas. Es la época en que afloran los institutos tecnológicos de diseño, cuyo enfoque se dirige hacia lo tecnológico, por encima de lo conceptual.

En los 90 vuelve a equilibrarse el porcentaje, hay un 51,61% de buenas, un 41,94% de regulares y un 6,45% de malas. Empieza a fortalecerse la educación universitaria con un enfoque más teórico, que se refleja en la calidad del diseño. Finalmente, del 2000 al 2005 hay un crecimiento de las buenas composiciones, con un 69,77%, frente a un 20,93% de regulares y un 9,30% de malas.

Estos porcentajes demuestran que el diseño gráfico ecuatoriano presenta un buen nivel compositivo. Al observar detenidamente las imágenes en su conjunto, se observa una baja complejidad en el manejo de los elementos formales. Por ejemplo, la mayoría presenta composiciones simétricas, que implican mucha menos dificultad que las asimétricas; el uso del color es también poco elaborado, con un reducido número de colores; estructuras simples, regulares, en las que se observa una uniformidad, carente de énfasis o llamadas de atención de algún elemento. Sucede igual con el manejo de la perspectiva y profundidad, entre otras.

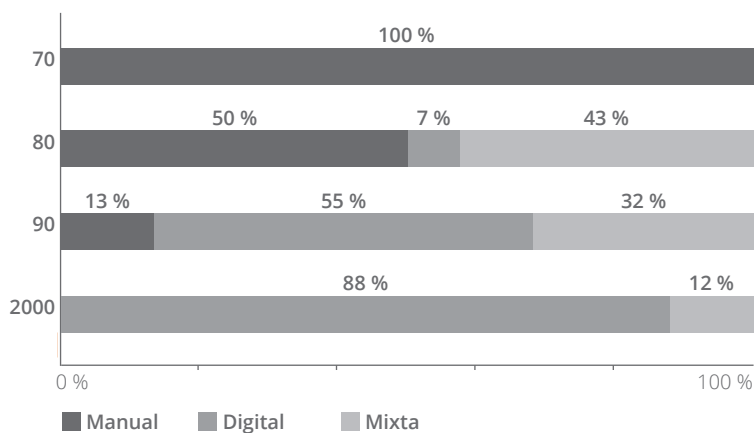
Gráfico 26. Manejo de la composición en el diseño



6.3.6 Tecnología

Nos referimos a la tecnología utilizada para realizar el diseño gráfico, más no a los procesos de reproducción del mismo. Por un lado, todas aquellas técnicas realizadas a mano, con

Gráfico 27. Uso de la tecnología



herramientas y equipos manuales, previos a la irrupción de la computadora y sus técnicas digitales. Hemos determinado las siguientes **variables**: manual, digital, mixta (combinación de las dos anteriores en un mismo diseño). Estos datos los hemos obtenido de la información enviada por cada diseñador sobre las características técnicas de cada uno de los trabajos enviados.

En el gráfico 27 apreciamos que, en los 70, solamente se utilizaron técnicas manuales, mientras que en el 2000 éstas desaparecen con la expansión de las digitales, con un 88,37% y de las técnicas mixtas, con un 11,63%. En los 80 aparece un 7,14% de manejo digital frente a un 50% de tecnología manual y un 42,86% de uso mixto. En la década de 1990 crece la utilización de lo digital a un 54,84%, baja lo manual a 12,90%, y el uso mixto es de un 32,26%.

6.4 A modo de conclusiones

Con estos resultados podemos concluir la reflexión afirmando que, si bien es un requisito de todo trabajo de diseño gráfico transmitir un mensaje, éste no está garantizado con el buen manejo del lenguaje visual; hemos visto algunos casos en los que una imagen está formalmente bien concebida pero no alcanza el fin último de comunicar lo propuesto. Podríamos pensar entonces que tanto la actividad profesional, como la formación de los diseñadores, requieren de un mayor refuerzo en lo referente al conocimiento de los públicos y a la aplicación adecuada de los elementos de la comunicación. Se vislumbra el problema cuando el diseño se confronta con el público que, si en primera instancia se siente atraído e impactado por la imagen, no logra decodificar el significado. De aquí se desprende la necesidad de realizar y analizar el diseño y su lenguaje desde los campos en los que desarrolla su acción y en confrontación con sus públicos.

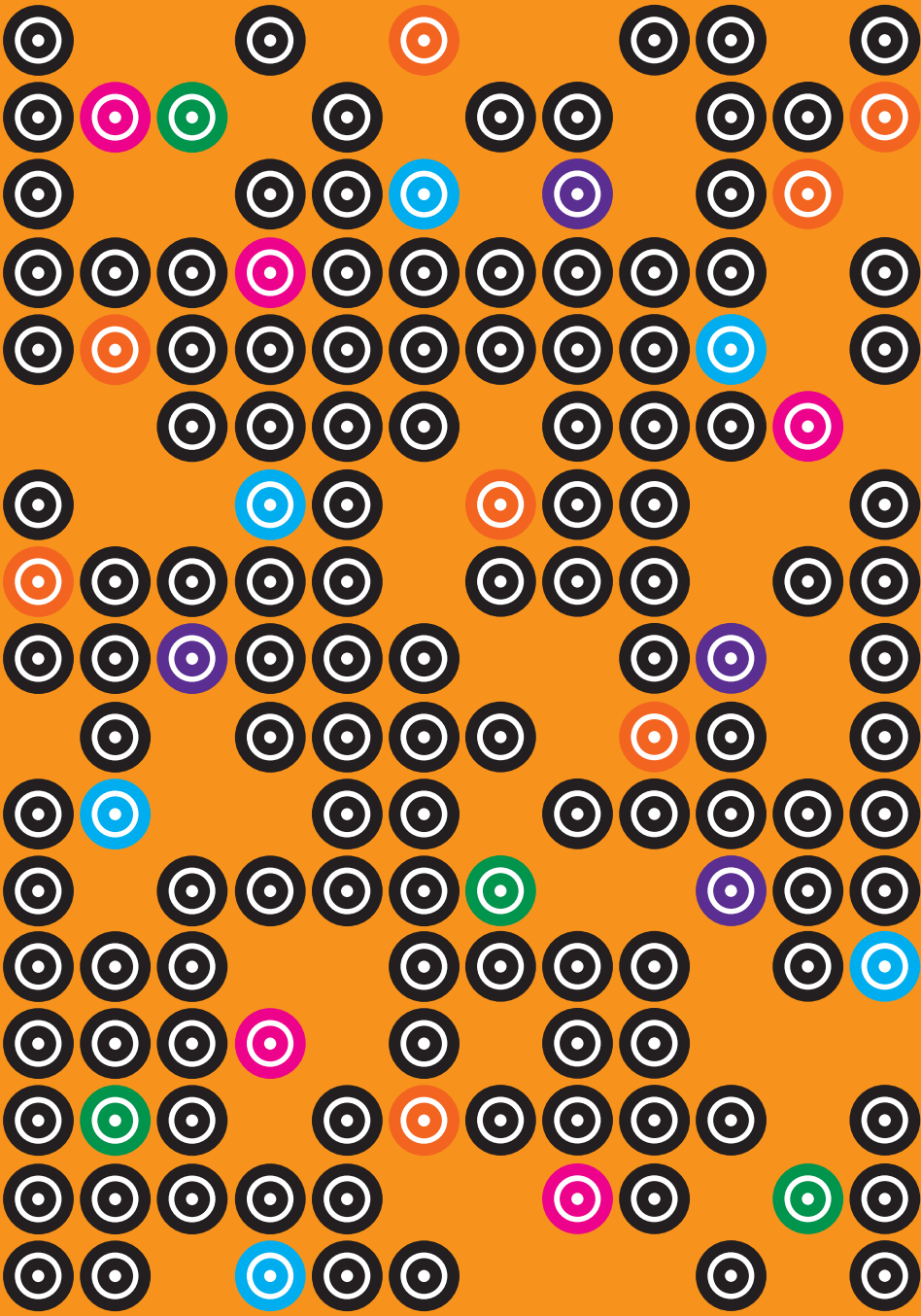
Como hemos comentado anteriormente, el propósito de toda obra de diseño gráfico es comunicar un mensaje a un receptor, a través del manejo del lenguaje visual, tal como lo afirman Marshall y Meachem: “Los elementos de un diseño se utilizan para ayudar a los espectadores a navegar a través de la información y para conseguir que el mensaje se comunique de forma efectiva. El diseñador trata de dirigir a los espectadores a lo largo del diseño [...]” (Marshall y Meachem, 2012: 83).

El uso de imágenes, en cualquier campo, es sin duda una forma de comunicación, la propia naturaleza de la imagen expresa y comunica algo; todas tienen implícito un mensaje que expresa un significado, interpretado por el receptor. Cualquier elemento que se utilice en un diseño está determinado tanto por la persona a la

que se va a comunicar, cuanto por el tipo de mensaje que se quiere expresar, sea éste para informar o ayudar al público a comprender algo, o sea para persuadirlo de una acción. En una pieza de diseño gráfico, se unen texto e imagen, vemos y leemos la imagen y el texto; por esto es necesario que haya una continuidad visual, una correlación entre los elementos formales y su contenido (Marshal y Meachen, 2012).



Conclusiones



Si bien en varios capítulos se han expuesto ya algunas conclusiones sobre los temas particulares, aquí abordaremos las consideraciones más generales. La primera, que podríamos llamar ‘no conclusión’, es la convicción de que este trabajo no finaliza aquí, sino que más bien es sólo el inicio de un proyecto que permita comprender una parte de la historia de Ecuador, desde un punto de vista diferente, el de la representación visual, formal y simbólica. Hemos trabajado con una concepción de la historia que considera que hacer la historia de una pequeña parte de lo social, en este caso concreto del diseño gráfico ecuatoriano, es una contribución a la tarea de hacer la historia de la sociedad y de la cultura ecuatoriana. El diseño gráfico no existe por sí solo sino dentro de una sociedad en un momento y espacio determinado, por tanto si no se tomasen en cuenta sus expresiones gráficas, la historia no estaría completa.

Pensamos que con este trabajo se empiezan a sentar las bases para que este tema pueda desarrollarse a largo plazo y con mayor profundidad en futuras investigaciones. Aquí no hemos tomado como objetivo central dar cuenta de los grandes acontecimientos del diseño, sino más bien una historia de detalles, de ciertos aspectos del diseño gráfico, pues nuestro interés ha sido tratar la historia gráfica como un fenómeno cultural. La mayoría de los estudios realizados sobre la historia del diseño gráfico han valorado éste en términos comerciales y publicitarios. Por el contrario, en este trabajo hemos pretendido visibilizar algunos criterios que actualmente enfatizan el diseño hacia la producción cultural, puesto que ambas integran procesos de simbolización. Al considerar estos procesos, vemos que ocurre un giro radical entre el análisis publicitario y comercial, y el del lenguaje cultural; por ello comenzamos a introducir la visión de la ‘cultura de diseño’, que en Ecuador todavía se encuentra en una etapa primaria.

El nacimiento y desarrollo del diseño gráfico no obedece únicamente a una dinámica institucional y de mercado, sino que se constituye en paralelo a partir de un campo de fuerzas relacionado con los debates culturales, políticos y sociales. Por ello nos interesamos en los campos ligados a la producción del diseño gráfico en Ecuador, al tiempo de ver cómo éste se conforma como un campo que participa y dialoga con el contexto social y cultural, no sólo dentro del país, sino también con influencias globales, en el que, además, el diseño se enfrenta a fuerzas externas, que modifican y transforman su quehacer. Un ejemplo lo tenemos en los cambios tecnológicos generados por la introducción de la computadora, comparables a los ocurridos en la revolución industrial, que si bien facilitan su trabajo, también lo limitan y transmiten una apariencia homogénea.

Aunque el diseño gráfico también es producto de la modernidad, la producción industrial y la expansión del mercado, en Latinoamérica y especialmente en Ecuador, se desarrollan lenta y tardíamente. Como en toda sociedad poscolonial, en Ecuador ocurre una ruptura violenta con lo tradicional y no a través de procesos de aproximación al pensamiento moderno, sino que simplemente se adoptó el espíritu de la modernidad y se importaron los ‘objetos’ de ésta, lo que provocó un choque entre las elites ‘modernas’, que ostentaban el poder y las ideas modernizadoras, y el pueblo, ‘no moderno’, que mantenía sus tradiciones. De ahí que hayamos asumido a la modernidad como una etapa histórica que depende de las condiciones socioculturales y de las mentalidades de cada época en contextos determinados.

Así, en Ecuador, entre el siglo XIX y el XX, a diferencia de los países industrializados, esa idea de modernidad no es resultado de la industrialización sino de la influencia de nuevos patrones de consumo llegados del exterior, como han sido las exigencias de la inserción del país en los mercados mundiales como proveedor de materias primas y consumidor de bienes producidos en países industrializados.

Como ya se ha comentado, es a partir de los años treinta cuando surge el desarrollo de la industria en Ecuador, así como un desarrollo en los medios de transporte, aunque solamente en Quito y Guayaquil, ya que el resto del país era predominantemente rural; la modernidad, por tanto, no llegó de modo homogéneo a todo el país. No es hasta los años cincuenta y sesenta con el incremento de las rentas de haciendas y el desarrollo del capital comercial y financiero, cuando se incursiona en la producción manufacturera y, a baja escala, en la industrial. Más tarde, con la globalización, se agrava esta tendencia debido a la desterritorialización y desindustrialización de los países desarrollados y la irrupción de las nuevas tecnologías que rompen fronteras y mundializan la economía.

En este contexto empieza a forjarse el diseño gráfico ecuatoriano, que busca una inserción en esta dualidad entre el mundo moderno y el tradicional, entre la manufactura y la artesanía, entre el poder y el pueblo, entre lo global y lo local. Por ello hemos indagado en los procesos históricos del diseño, para, al cruzar las diferentes esferas, ver lo formal reflejado en cada momento, en términos sociales, culturales y económicos. Para lo cual ha sido fundamental partir del pasado para poder avanzar; trabajar en la memoria de la gráfica ecuatoriana para producir conocimiento desde adentro y que a la vez nos proyecta hacia afuera.



El desarrollo tecnológico y económico ha marcado la evolución del diseño gráfico en cada una de las regiones ecuatorianas. En las ciudades más desarrolladas, Quito y Guayaquil, las primeras acciones del diseño fueron a través de las agencias de publicidad. En cambio, en ciudades intermedias (Cuenca, Ibarra, Ambato, Riobamba y Loja), surgen de la mano de la producción artesanal y de la manufactura desarrollada en cada sector. No es extraño, entonces, que las dos primeras escuelas universitarias de diseño hayan nacido en regiones de producción eminentemente artesanal, en las ciudades de Cuenca e Ibarra, como son la Universidad del Azuay y la Universidad Católica Sede Ibarra, respectivamente.

Es por esto que esta investigación ha partido de la palabra y obra de los actores del diseño. Si bien las nuevas tendencias de la historia quitan importancia a los grandes acontecimientos y personajes, en este caso, por la falta de información escrita y por ser el primer trabajo en este campo, fue necesario recopilar la información a partir de los actores. De allí que primero hayamos hecho un recorrido histórico descriptivo por el diseño gráfico ecuatoriano, para después poder realizar, en un segundo momento, el trabajo analítico e interpretativo.

Con la información testimonial recopilada (146 entrevistas personales), y las imágenes enviadas tanto por diseñadores como por instituciones, se ha confeccionado un archivo documental de 698 imágenes, cuyo criterio organizativo responde a un eje histórico (periodización por décadas) y a un eje temático por campos. Las categorías de análisis resultaron del propio *corpus* cuyo tono y contenido ha dictado la obra misma. Con la lectura exhaustiva de las entrevistas y del conjunto de obras, nos enfocamos a clasificarlas por campos, definidos según los espacios en los que negocia y actúa el diseño gráfico.

Esto nos ha permitido conseguir uno de los objetivos planteados al inicio, como era el de crear un archivo documental, así como hacer la base de datos y visibilizarlos publicamente mediante una página web. Archivo que es necesario seguir ampliando y que pretendemos sea la base de futuras investigaciones nuestras o de nuestros colegas.

Una vez obtenido el archivo, se hizo el análisis de una selección de imágenes de las décadas de 1970 hasta 2005, desde la óptica del lenguaje visual. Para este análisis, no usamos criterios de valor, sino que buscamos características generales sobre la gramática visual en cada una de las épocas estudiadas, dejando hablar a las imágenes por sí mismas. Aunque esto hubiera requerido de datos sobre la respuesta del público ante los diseños, el alcance del

trabajo no lo permitió debido a la falta de estudios de inserción del producto en el mercado. Es necesario que el diseñador también se involucre en conocer los resultados de satisfacción del producto diseñado.

Como se ha demostrado, el diseño gráfico en Ecuador comienza en los años setenta, no obstante, los elementos gráficos y visuales producidos en épocas anteriores, constituyen los antecedentes del mismo, ya que allí tiene sus raíces. Las representaciones gráficas de las culturas aborígenes, como en las culturas actuales, son resultado de la aplicación de criterios compositivos, de simbolización y de comunicación; lo mismo sucede con el libro manuscrito e impreso que ha posibilitado todo el complejo editorial actual. Igualmente el despliegue de la prensa escrita, los anuncios e ilustraciones que se desarrollaron desde la Colonia hasta la época Republicana, han propiciado el desarrollo de la comunicación visual en Ecuador. No podemos dejar de lado todas estas manifestaciones que son el terreno fértil en el que se gesta el diseño gráfico actual, el cual empieza a vislumbrarse como una actividad incipiente a partir de 1960, ligado a la producción artesanal por un lado y, la publicidad por otro.

Desde inicios del siglo XX, Ecuador está inserto en el sistema capitalista mundial, cuya base es la exportación de productos primarios como el cacao. La sociedad ecuatoriana avanza entonces hacia la modernización en medio de crisis y bonanzas económicas, pero manteniendo estructuras sociales conservadoras. En los años cuarenta aparecen nuevas fuentes de exportación, así como el inicio de la expansión comercial y financiera, lo que fortalece el Estado, amplía la producción y el mercado interno y externo. En los años sesenta, la modernización avanza con el desarrollo de nuevos mercados y la integración andina, donde la intención es reducir las importaciones y aumentar la producción nacional. Se instalan en el país nuevas industrias, intermediarios financieros, bolsas de valores y bancos; hay avances en la producción de bienes, los procesos tecnológicos, el comercio y los medios de comunicación, como radio y televisión. Las imprentas adquieren tecnología más avanzada, implementan el uso del color mediante la impresión en offset, y se incrementa el tiraje de las publicaciones. Los periódicos se convierten en elementos de la comunicación de masas; el desarrollo de las artes gráficas propicia la reproducción e impresión de nuevas publicaciones, a la vez que en los años sesenta se desarrolla la gráfica publicitaria.

La producción petrolera en la década de 1970 llega junto con la ampliación y diversificación de exportaciones; la industrialización; el incremento de los canales de comunicación



así como de los medios de transporte; el desarrollo de la burguesía industrial, comercial y financiera; el ascendente capitalismo; el crecimiento de las ciudades y el fortalecimiento de la clase media. Aparecen nuevos canales de televisión y las imprentas se adecuan a los nuevos tiempos. La fabricación, comercialización y venta de productos y servicios se incentivan con el boom petrolero, lo que lleva a crear nuevas imprentas, editoriales y agencias de publicidad, que requieren de estrategias de mercado y de la gráfica publicitaria para su distribución y comercialización.

En esta década, junto a nuevos medios de comunicación, se desarrolla por arquitectos, artistas plásticos y dibujantes publicitarios, el componente gráfico de las campañas publicitarias para promover nuevas marcas. Hay un despunte de las artes gráficas, propiciada por la incursión de nuevas estrategias de marketing y comunicación por parte de publicistas y fotógrafos. La impresión a través del offset y el tramado de ilustraciones y fotografías aumenta su presencia. Pero, a pesar del crecimiento de la producción editorial, periódicos, libros, revistas en esta década, al revisar los créditos de esas publicaciones, en ningún caso aparece el diseñador. Los datos de las encuestas sobre género, reflejan que la mitad de los participantes corresponde a lo que hemos denominado 'otros', es decir, a los que presentan los trabajos como colectivo, sin el nombre del diseñador o diseñadora. De la mitad restante, la gran mayoría son hombres y un pequeño número de mujeres.

El archivo documental que hemos construido muestra que en este periodo de los años 70 se trabajó mayoritariamente en periódicos, afiches (carteles) y logotipos, cuyos contenidos se enfocan sobre todo al campo económico y en el área publicitaria y de identidad; el campo de lo político tuvo menor transcendencia. A pesar de los avances tecnológicos en los procesos fotográficos y de impresión, el diseño gráfico se sigue realizando de forma manual, con el uso básicamente de la ilustración abstracta y semiabstracta con predominio de la imagen sobre la tipografía, siendo las sans serif las más utilizadas. Más de la mitad de los trabajos recopilados en esta década son en blanco y negro y aplican criterios básicos compositivos.

El desarrollo de empresas financieras e industriales, el creciente comercio interno, la caída de las exportaciones del petróleo y el incremento de la deuda externa son características de la década de 1980. Se vive un cambio estructural en la sociedad nacional con el auge del capitalismo. En ese periodo se agudizan las diferencias campo-ciudad, y casi la mitad de la población se concentra en las ciudades, donde se fortalecen los grupos

financieros y de producción textil, de tabaco, de alimentos, entre otros, frente a la rudimentaria producción agrícola.

Ante la necesidad de formar profesionales en diseño, como una disciplina fundamental para el desarrollo de la industria y del comercio, en el país se inicia la fundación de institutos, escuelas y facultades de diseño. Se desarrollan las artes gráficas con el crecimiento de nuevas imprentas y editoriales; aparecen los primeros impresos y periódicos a color, y con éste la necesidad de modernizar la prensa. Se ve también un creciente número de revistas que incrementan su circulación y que ya introducen en los créditos el nombre del diseñador y/o diagramador. Hacia finales de la década, la introducción de la computadora Apple cambia el panorama, gracias a sus programas especializados en diseño y a sus nuevos sistemas de selección de color y preimpresión. Con la llegada de varias diseñadoras y diseñadores graduados en el exterior y la aparición de los primeros egresados de los institutos de diseño, surgen los primeros estudios de diseño gráfico en las principales ciudades del país. El trabajo gráfico en los campos cultural, educativo, estatal y político se incrementa en esta década y se mantiene la producción de afiches y logotipos en un porcentaje elevado al igual que el área publicitaria y de identidad. En este periodo empieza una transición entre el enfoque comercial y publicitario y el enfoque cultural, social y político del diseño, pero la proporción de actores hombres y mujeres sigue con mínima variación a la década anterior.

En esta transición del diseño empírico al diseño realizado por profesionales con formación académica, se ve un cambio en el manejo de la composición pues baja el porcentaje de obras que aplican criterios compositivos; también disminuye el trabajo manual y se incrementa paulatinamente el digital, pues todavía no estaba generalizado el uso de la tecnología. Se mantiene la utilización mayoritaria de la tipografía sans serif y de la ilustración abstracta, al igual que la fotografía realista en los diseños. Se conserva la presencia mayoritaria de uso de la imagen frente al texto, se utiliza mayor porcentaje de colores neutros al tiempo que baja la aplicación del blanco y negro.

La década de 1990 es una época de crisis política por varios motivos: la modernización en la economía nacional que implica una renegociación de la deuda externa; la reducción del Estado y las políticas de ajuste que eliminan los subsidios a los combustibles con sus respectivas movilizaciones sociales. Hacia fines de la década, el gobierno, frente al descontrol económico y la inflación galopante, implanta la dolarización de la economía nacional que, por un lado permite el aumento de inversión en el



sector productivo, el desarrollo comercial e industrial y los avances tecnológicos y, por otro, el crecimiento de las principales ciudades, el aumento del desempleo y como consecuencia, la migración a Estados Unidos y Europa.

En el campo formativo, se incrementa la creación de institutos, escuelas y facultades de diseño en Quito, lo que incide en la profesionalización. Las empresas vinculadas al diseño incorporan en sus procesos mayor tecnología, aunque algunos de ellos siguen siendo manuales. Se incorporan cada vez más profesionales al mercado al tiempo que aumenta el número de estudios de diseño gráfico y servicios. Se potencia la actividad en las áreas editorial, publicitaria y de identidad corporativa. Se crea la primera Asociación de Diseñadores Gráficos de Pichincha, la ADG y se publican los primeros trabajos de diseñadores gráficos nacionales.

En este contexto, los trabajos recopilados en nuestro archivo con temática cultural y social crecen; los afiches siguen siendo la pieza prioritaria, aunque el área publicitaria y de identidad mantienen porcentajes altos. Se conserva la proporción entre diseñadores y diseñadoras, solamente baja el porcentaje de los trabajos colectivos. Aumenta considerablemente el manejo de la tecnología digital y mixta, mientras baja la manual. Nuevamente se incrementa el porcentaje de obras que utilizan las leyes de la composición, y de aquellas que hacen un uso parcial de las mismas. Hay un mayor uso de la imagen en los diseños, en especial la ilustración semiabstracta, y muy pocos casos que utilizan la fotografía. Se generaliza el empleo de la tecnología digital y de colores contrastantes.

En los inicios de los años 2000, el país sigue viviendo una gran inestabilidad política. Se emprende la construcción de obras energéticas, se realizan reformas fiscales y petroleras, y se observa una urbanización acelerada. Se detecta una mayor oferta en especializaciones de diseño en universidades, escuelas e institutos en todo el país. La popularización del Internet afecta a todas las áreas del diseño gráfico, que amplía su campo a las nuevas tecnologías y los nuevos medios de comunicación. Se desarrolla la televisión interactiva, el multimedia y la llegada de imprentas con tecnología punta, lo que provoca una mayor oferta de publicaciones. Es una época de nuevos enfoques para el diseño gráfico en Ecuador que, como el resto del mundo, transita de la era industrial a la era digital.

No obstante en los nuevos rumbos por los que atraviesa el diseño gráfico ecuatoriano, sigue siendo el afiche la pieza más visible. Según muestra nuestra recopilación de imágenes, se fortalece la

producción en el campo cultural y perdura la proporción en las áreas publicitaria y de identidad. Se sigue evidenciando que el porcentaje de diseñadores hombres es mayor que el de mujeres. Se incrementa el número de obras que aplican las reglas de la composición, se generaliza el uso de tecnología digital y continúa la tendencia en el uso de tipografía sans serif y de la ilustración semiabstracta. Encontramos algo de fotografía realista y nada de fotografía de estudio. También asciende en los diseños la utilización de colores contrastantes.

Además de haber mencionado a lo largo de esta investigación a los diseñadores que han destacado y han sido referentes del diseño gráfico en Ecuador, hemos visibilizado a otros diseñadores, que han sido poco conocidos hasta ahora. Tal es el caso de Jaime Villa de Guayas, autor de las ilustraciones aplicadas a los aviones de Ecuatoriana de Aviación (1970), que han representado al país internacionalmente. La obra de Marcelo Freyre, autor de innumerables afiches para las fiestas de la ciudad de Ambato y, el trabajo de libros y anuncios pop up realizado en Ibarra inicialmente por Editorial Alfaguara de Colombia y posteriormente por la Cooperativa Ecuatoriana de Trabajo Asociado (CETA), donde la gran mayoría de trabajadoras son mujeres. Indagar más en la búsqueda de casos relevantes como estos, proporcionaría elementos para una mejor comprensión del diseño gráfico en Ecuador.

Como vemos en los dos últimos períodos estudiados, los trabajos dirigidos hacia el campo cultural siguen siendo los más habituales, al producirse un giro del diseño desde la óptica comercial y publicitaria hacia una visión más cultural, a la que también se unen los campos social, educativo, institucional y político, que gradualmente incrementan sus porcentajes en baja escala. En este tránsito del diseño gráfico hacia la producción cultural es lamentable el cese de actividades de la asociación de diseñadores que hubiera sido la instancia pertinente para promover las nuevas discusiones sobre la 'cultura de diseño', tema que aún está pendiente en el país.

Sólo a partir de una reflexión sobre el diseño, en la que se tome en consideración algunos aspectos analizados por los estudios culturales, los cuales, en el mundo de la modernidad y la globalización, han sido incorporados dentro de las ciencias sociales, se podrá lograr que los diseñadores reflexionen y debatan sobre el valor social y cultural de su profesión, lo que los llevará a construir una historia y una teoría propias de su disciplina, así como a la autoaceptación y valoración de su actividad, al tiempo de difundirla tanto al interior del medio en que se desenvuelven, así como hacia el mundo exterior.



Hay una tendencia a moverse sólo entre diseñadores, hacer eventos para diseñadores, en lugar de incorporar a todos los agentes que participan en el proceso de diseño con el fin de generar un entendimiento e interacción entre las partes. Esto haría que el diseñador se autoreconozca y el medio en el que se desenvuelve lo valore. Lograr este objetivo provocaría también que los diseñadores adquirieran un sentido de pertenencia de sí mismos como profesionales, del gremio al que se asocian y de los campos con los que se relacionan.

Al hablar de falta de conciencia crítica en los diseñadores nos referimos a uno de los problemas que han sido superados en países del primer mundo pero que persisten en algunos países como Ecuador, como es la falta de una asignatura que estudie la historia del diseño del país. Si bien en el plan de estudios de algunas escuelas aparece el nombre de dicha asignatura, en la mayoría de casos lo que se imparte es la historia del arte que trata de los hitos internacionales, con una mínima referencia al diseño y nada al caso particular del país. Esto conduce a la formación de diseñadores faltos de conciencia social, que no tienen referentes sobre el contexto sociocultural en el que desarrollan su práctica, ni sobre los actores de su medio.

Finalmente, además de haber marcado el punto de partida para que futuras investigaciones amplíen y fortalezcan la comprensión de este extenso y rico campo del diseño gráfico, consideramos que para apoyar aún más el desenvolvimiento de éste, faltan en nuestro país asociaciones profesionales activas a favor del gremio y una decisión política con visión estratégica, que incluya al diseño en los campos económicos, culturales y patrimoniales. Solo así se hará visible y se dará valor a esta área del conocimiento, que participa silenciosamente en todas las instancias del desarrollo social, y podremos hablar de una disciplina claramente definida y asentada, con un objeto de estudio propio, con un lenguaje y unos métodos propios, además de unos profesionales e investigadores ligados a la comunicación y no a las tecnologías específicas. Será, entonces, el momento de asumir la 'cultura de diseño' en Ecuador.

Recomendaciones y líneas futuras de investigación

Muchas son las recomendaciones que podemos dar, no sólo para fortalecer la línea de investigación de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, sino para alimentar el interés de otras instancias tanto académicas, como profesionales, empresariales e

institucionales, que han de implicarse en el desarrollo y avance del diseño gráfico.

Primeramente, y como complemento del presente trabajo, recomendamos desarrollar un mapeo (cartografía) de las principales relaciones que se han establecido entre los diseñadores, las imprentas, las academias, las empresas privadas, las instituciones de las siete ciudades mencionadas con el objeto de encontrar las influencias, tanto nacionales como internacionales, y las tendencias que se han dado en el diseño gráfico ecuatoriano.

El material de las entrevistas, que no se ha utilizado en su totalidad en este documento, se encuentra recopilado, ordenado y debidamente archivado, por lo que podría propiciar una serie de publicaciones, además de alimentar el archivo documental en la página web con las grabaciones de las entrevistas, historias de vida de los diseñadores y paneles de discusión sobre las diversas temáticas alrededor del diseño gráfico.

Como hemos manifestado, el resultado de esta primera investigación es un paneo general sobre el diseño gráfico en Ecuador que nos permitirá posteriormente profundizar en cada una de las áreas o temáticas del diseño gráfico y desde diferentes ópticas. Por nombrar sólo algunas, se podría profundizar cómo se ha desarrollado la educación en el campo del diseño gráfico, investigación en la que se analicen los planes y programas de los centros de enseñanza en el país. Así también los diferentes eventos y actividades sobre diseño (cursos, seminarios, congresos, talleres, conferencias, concursos, exposiciones) que han llevado a cabo algunas instancias académicas, sin embargo no existen los registros de la memoria textual, ni visual de los mismos, tarea que sería fundamental realizar para complementar la información aquí vertida.

Hemos indicado varias áreas del diseño gráfico, cada una de aquellas requiere de mayor investigación, al igual que las piezas y los diversos campos del diseño gráfico. El análisis realizado en esta tesis doctoral, se ha planteado desde el lenguaje visual, pero podría también enfocarse desde el discurso, la retórica, la semiótica, el consumo, entre otros.

Recomendable sería también continuar con la investigación histórica del diseño hasta nuestros días, aunque siempre iremos por detrás de los acontecimientos. Seguir rastreando el origen del diseño desde la teoría del campo de Bourdieu y discernir más allá de las primeras categorías que se usan, como son las de autor y de obra, e incluir en el análisis al diseño como un bien público,



analizando su valor y su contexto. Pocas veces los diseñadores tienen la oportunidad de presentar y exponer sus trabajos junto a una explicación de cómo fue el proceso, cómo llegaron a esas soluciones gráficas y cómo fue percibido por el receptor. Así también incorporar la visión de género en el diseño desde la óptica feminista, y estudiar la influencia e importancia que ha tenido el papel de la mujer en el desarrollo del diseño gráfico en Ecuador.

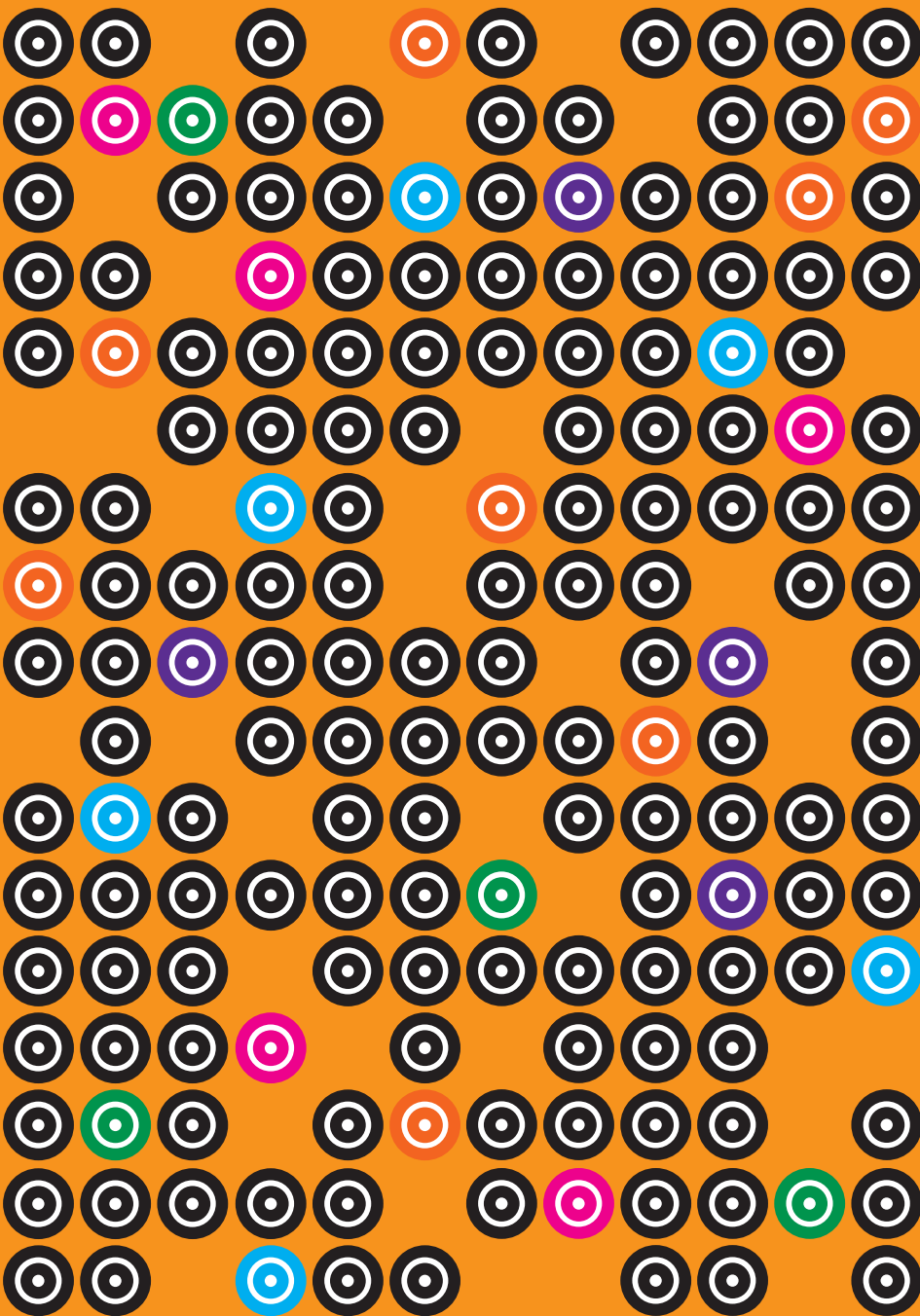
Frente a la creciente necesidad de construir un discurso tanto histórico como teórico sobre el diseño, algunos diseñadores han asumido este papel, unos de manera empírica y otros a través de la realización de estudios de posgrado en estas ramas. Se recomienda el trabajo multidisciplinario y de equipo entre diseñadores e historiadores, puesto que, a pesar de la evidencia acerca de la importancia actual que tiene el mundo diseñado, el gremio de los historiadores muy poco se ha interesado por el diseño.

Hacen falta investigaciones sobre diseño desde la visión y vivencia de los países latinoamericanos. Queda por estudiar como se percibe el lenguaje visual desde la óptica de las culturas latinoamericanas. En Ecuador, se han implementado las concepciones y teorías importadas de otros países, sin ningún tipo de cuestionamiento ni indagación sobre nuestros propios conocimientos, referidos a la construcción y percepción de la imagen. Habría que averiguar la forma particular de percibir, pensar y hacer la imagen, y analizar si sucede algo semejante a lo que hemos mencionado sobre el fenómeno de la modernidad. Se trata de generar investigación y producir información sobre diseño gráfico con referentes nacionales y desde diversas ópticas culturales.

Ante estas problemáticas, uno de los pasos que consideramos fundamental que han de asumir los centros académicos del país, es la creación de una asignatura sobre 'Teoría e historia del diseño gráfico en Ecuador', lo que permitirá crear una conciencia colectiva sobre este tema. Otra de las cuestiones de vital importancia, sería también la creación de nuevas instancias que prueban la investigación, discusión y análisis, en este terreno, ya que en Ecuador falta un largo recorrido para aprender y saber construir la disciplina y la 'cultura de diseño'.



Bibliografía



Referencias Bibliográficas

- A.C./Asociación de Diseñadores Gráficos, Universidad Autónoma Metropolitana. (1994). *Tercera Bienal Internacional del Cartel en México*. México: Trama Visual.
- ADG. (1991). *Papagayo*, s/n.
- ADG. (2003). The Designers Republic, entrevista a Ian Anderson. *Papagayo*, 28, 10-11.
- Aicher, O. (2007) *Tipografía*. Valencia: G. Campgrafic Editors
- Albers, J. (1980). *La interacción del color*. Madrid: Alianza Editorial.
- Ambrose, G. y Harris, P. (2005). *Tipografía*. Barcelona: Parramón.
- Ambrose, G y Harris, P. (2010). *Diccionario visual de tipografía*. Baecelona: Index Books.
- Arheim (1976). *Arte y percepción visual*. Buenos Aires: Editorial Universitaria.
- Artesanías de Colombia*. (s.d.). ¿Quiénes somos? Recuperado de: Artesanías de Colombia: http://www.artesantiasdecolombia.com.co/cliente/quienes/plantilla.jsp?idi_id=1&idPublicacion=2760&pla_id=2&sec_sec_id=2385&sec_nombre=Identidad%20corporativa
- Ayala Mora, E. (ed.) (1985). *Nueva Historia del Ecuador. Época Republicana* (Vol. 11). Quito: Corporación Editora Nacional.
- Ayala Mora, E. (1999). *Resumen de Historia del Ecuador*. Quito: Corporación Editora Nacional.
- Ayala Mora, E. (ed.) (2008a). *Manual de Historia del Ecuador. Épocas Aborígen y Colonial, Independencia* (Vol. I). Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, Corporación Editora Nacional.
- Ayala Mora, E. (ed.). (2008b). *Manual de Historia del Ecuador. Época Republicana* (Vol. II). Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, Corporación Editora Nacional.
- Ayala Mora, E. (ed.). (2008c). *Nueva Historia del Ecuador. Independencia y período colombiano*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, Corporación Editora Nacional.
- Barela, L., Miguez, M. y García Conde, L. (2004). *Algunos apuntes sobre historia oral*. Buenos Aires: Secretaría de Cultura del Gobierno de Buenos Aires. Instituto Histórico de la ciudad de Buenos Aires.
- Barragán, J. L. (1996). Sobre Paula Barragán. *Periódico ADG*, 4, 8.
- Barragán, J. L. (2007). Sus cambios de look. *Revista Diners*, 300, 121.
- Benavides Solís, J. (1995). *La arquitectura del siglo XX en Quito*. Quito: Banco Central del Ecuador.
- Bravo, L. (1996). *Viaje por el país del sol*. Quito: ADG.

- Bubnova, T. (1982-1983). El texto literario, producto de interacción verbal. Teoría del enunciado en M. Bajtín. *Revista Acta Poética*, 4-5, 215-233.
- Bourdieu, P. (1990). *Sociología y Cultura*. México: Grijalbo
- Bourdieu, P. (1997). *Razones prácticas sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama.
- Burke, P. (ed.). (2003). *Formas de hacer historia*. Barcelona: Alianza Universidad.
- Calderón, G. (1996). La nueva cara de la Asociación. *Periódico ADG*, 1, 2.
- Calderón, G. (1997). La imagen, un recurso poderoso. *Periódico ADG*, 7, 2.
- Calisto, M. L. (1996). La Primera Bienal. *Periódico ADG*, 4, 3.
- Calisto, M. L. (1996). La Segunda Bienal del Afiche en Ecuador. *Periódico ADG*, 5, 3-4.
- Calisto, M.L. y Calderon, G. (2014). *Diseño Gráfico en Quito – Ecuador 1970-2005*. Quito: Instituto Metropolitano de Patrimonio, Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Calvera, A. (2010). Cuestiones de fondo: la hipótesis de los tres orígenes del diseño. En I. Campi, (coord.) *Diseño e Historia. Tiempo, lugar y discurso* (pp. 63-85). México: Designio.
- Campi, I. (2010). ¿El sexo determina la historia? Las diseñadoras de producto: un estado de la cuestión. En I. Campi (coord.), *Diseño e Historia. Tiempo, lugar y discurso* (pp. 87-114). México: Designio.
- Campi, I. (2013). *La historia y las teorías historiográficas del diseño*. México: Designio.
- Cardoso Denis, R. (2000). *Uma introdução à história do design*. Brasil: Blücher
- Carson, D. (1995). *The end of the print: the graphic design of David Carson*. San Francisco: Chronicle Books.
- Cees de Jong, W., Purvis, A. y Tholenaar, J. (eds.) (2009). *Type A Visual History of Typefaces and Graphic Styles. Volume I, 1628-1900*. Cologne: Taschen.
- Corrales, D. (1997). Diseñadores, forjadores de imágenes. *Periódico ADG*, 8, 10.
- Costa, J. (1987). *Imagen Global*. Barcelona: Ediciones CEAC
- Dalley, T (ed.). (1980). *Complete guide to illustration and design techniques and materials*. Londres: Phaidon Press.
- Dondis, D.A. (1980). *La sintaxis de la imagen*. Barcelona: Gustavo Gili, S.A.
- Dosse, F. (2006). *La Historia en migajas*. México: Universidad Iberoamericana. Departamento de Historia.
- Durán, C. (2000). Publicidad optativa. *Papagayo*, 18, 4.
- Escudero de Terán, X. (1992). *Arte religioso ecuatoriano. En América y España en la Escultura Colonial Quiteña. Historia de un sincretismo*. Quito: Banco de los Andes.
- Estupiñán de Burbano, P. (1996). Recuento del período 1979

- 1990. El descalabro económico. En E. Ayala Mora (ed.), *Nueva Historia del Ecuador*. Vol. 11 (p. 361). Quito: Corporación Editora Nacional.
- Frampton, K. (1993). *Historia crítica de la arquitectura moderna*. Barcelona: Gustavo Gili S.A.
- Franky Rodríguez, J., y Salcedo Ospina, M. (2008). Colombia. En S. Fernández y G. Bonsiepe (coord.), *Historia del diseño en América Latina y el Caribe* (pp. 88-109). São Paulo: Blücher.
- Frascara, J. (1998). *Diseño gráfico y comunicación*. Buenos Aires: Infinito.
- Frascara, J. (2004). *Diseño Gráfico para la gente*. Buenos Aires: Infinito
- Frascara, J. (2006). *El diseño de comunicación*. Buenos Aires: Infinito
- Giorgi, S. (2001). El Boom del Diseño Gráfico en Ecuador. *Revista Trama*, 73. Recuperado de www.trama.ec/espanol/revistas/articuloCompleto.php?idRevista=15&numeroRevista=73&articuloId=174
- González Ochoa, C. (1995). *A lo invisible por lo visible. Imágenes del Occidente medieval*, México: UNAM.
- González Ochoa, C. y Torres Maya, R. (2012). *Diseño & Consumo*. México: Designio.
- Hallo, W. (2004). Mapa Guía Arqueológico del Ecuador. *Cuadernos Ancestralistas*, 22.
- Hamilton, D. (2005). Experimento Exitoso: la Quinta Bienal de Diseño. *Papagayo*, 30, 12.
- Harlan, Calvin. (1970). *Vision and Invention*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc. Englewood Cliffs.
- Hernández Sampieri, S., Fernández-Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S. A.
- Hidalgo, A. K. (2008). Ecuador. En S. Fernández, y G. Bonsiepe. (coord.), *Historia del diseño en América Latina y el Caribe* (pp. 160-171). São Paulo: Blücher.
- Inglédiu, J. (2006). *Fotografía*. Barcelona: Blume.
- Iturralde, P. (2004). Gráfica para adorar... Introspectiva. *Papagayo*, 29, 12.
- Jubert, R. (2006). *Typography and Graphic Design. From Antiquity to the present*. Francia: Flammarion.
- Julier, G. (2010a). *La cultura del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili S.A.
- Ledesma, M. (1997). Diseño Gráfico: ¿un orden necesario? En L. Arfuch, N, Chaves y M. Ledesma. *Diseño y Comunicación. Teorías y enfoques críticos* (pp. 23-73). Buenos Aires: Paidós SAICF.
- Larrea Maldonado, C. (1996). La estructura social ecuatoriana ente 1960 y 1979. En E. Ayala Mora (ed.), *Nueva Historia del Ecuador* (Vol. 11, p. 361). Quito: Corporación Editora

- Nacional.
- Ledesma, M. (2003). *El diseño gráfico, una voz pública (de la comunicación visual en la era del individualismo)*. Buenos Aires: Argonauta.
- Le Goff, J. (2005). *Pensar la Historia. Modernidad, presente, progreso*. Barcelona: Paidós Surcos.
- Lupton, E. y Cole Philips, J. (2009). *Diseño gráfico. Nuevos Fundamentos*. Barcelona: Gustavo Gili S.A.
- Maiello, F. (1988). *Jacques Le Goff. Entrevista sobre la Historia*. Valencia: Ediciones Afonse El Magnànim. Institució Valenciana D'Estudis i Investigació.
- Maldonado (1977). *El diseño industrial reconsiderado. Definición, historia, bibliografía*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Marshall, L. y Meachem L. (2010). *Cómo usar imágenes en diseño gráfico*. Barcelona: Parramón.
- Marshall, L. y Meachem L. (2012) *Cómo utilizar la tipografía*. Barcelona: Blume.
- Meggs, P. y Purbis, A. (2006). *Meggs' History of Graphic Design*. New Jersey: Jhon Wiley and sons.
- Mena, A. (1995). El afiche y la Primera Bienal del Afiche en Ecuador. En ADG (ed.), *Diseño Gráfico en Ecuador* (p. 20). Quito: ADG.
- Mena, A. (2000). Tercera Bienal de Diseño Gráfico en Ecuador. *Papagayo*, 19, 4.
- Mena, A. (2005). Ecuador en la Bienal de México. *Papagayo*, 30, 6.
- Moncada Sánchez, J. (1996). La economía ecuatoriana de los sesenta a los ochenta. En E. Ayala Mora (ed.), *Nueva Historia del Ecuador* (Vol. 11, p. 63). Quito: Corporación Editora Nacional.
- Moreno Yáñez, S. (2008). Época aborigen. En E. Ayala Mora (2008a) (ed.). *Manual de historia del Ecuador* (Vol. I, p. 10-40). Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador, Corporación Editora Nacional.
- Montalvo, A. (2001). Algo más que diseño. For export por accidente. *Papagayo*, 24, 10.
- Moya Peralta, R. (1997). *Logos. Logotipos e isotipos ecuatorianos*. Quito: Ediciones Trama.
- Moya Peralta, R. (1999). Cuando todos ganamos. *Papagayo*, 17, 6.
- Moya Peralta, R. (2006). Diseño Gráfico y realidad global. La encrucijada de las identidades nacionales. En R. Moya Peralta, *Diseño Gráfico Latinoamericano* (p. 6). Quito: Ediciones Trama.
- Moya Peralta, R. (2006). Ecuador un país por descubrir, un país por diseñar. En R. Moya Peralta, *Diseño Gráfico latinoamericano*, (p. 73). Quito: Ediciones Trama.
- Munari, B. (1978). *Diseño y Comunicación Visual*. Barcelona: Gustavo Gili S.A.
- Nuñez del Arco, J. (2004). Büro Destruct, stop over Ecuador.

- Papagayo*, 29, 9-10.
- Ospina, O. (2007). Historia personal de una revista exitosa. *Revista Diners*, 300, 28.
- Paulin, R. (2012). *El lenguaje del diseño gráfico. Conocimiento y aplicación práctica de los principios fundamentales del diseño*. Barcelona: Promopress.
- Pazmiño Cepeda, J. J. (2003). La historia contemporánea. *Diario La Hora*. Recuperado de: Ecuador: Raíces del presente: <http://www.dlh.lahora.com.ec/paginas/historia/historia11.htm>
- Pelta, R. (2010). Construir el discurso. Los diseñadores gráficos anglosajones y la historia en las dos últimas décadas del siglo XX. En I. Campi, (coord.). *Diseño e Historia. Tiempo, lugar y discurso* (39-59). México: Designio.
- Reyes, E. (1997). El espacio Vacío. *Periódico ADG*, 8, 8-9.
- Ribadeneira, J. (2006). *El Comercio 100 años de historia y testimonio*. Quito: El Comercio.
- Ruiz Bueno, A. (2008). La muestra: algunos elementos para su confección. En *Reire, revista d' Innovació i recerca en educació*. Barcelona: Universitat de Barcelona. Institut de Ciències de L'Educació. Recuperado de: www.raco.cat/index.php/reire.article.viewFile/121055/166930
- Sáenz, J. (1996). Los tiempos pasados fueron...¿qué? En AEDP (Asociación de agencias de Publicidad). *Publicidad, Tres décadas de publicidad en el Ecuador* (p. 116). Guayaquil: AEDP/Diario *El Universo*.
- Salgado, E. (1996). Segunda Bienal. Para conocernos mejor. *Periódico ADG*, 2, 6.
- Salgado, E. (1999). ¡Uwe genial! *Papagayo*, 14, 2.
- Salgado, E. (2000). La unión hace la fuerza. *Papagayo*, 17, 2.
- Salinas, O. (2010). La construcción de la historia en el diseño. En I. Campi, (coord.). *Diseño e Historia. Tiempo, lugar y discurso* (pp23-38). México: Designio.
- Satué, E. (1995). *El Diseño Gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid: Alianza Editorial.
- Segre, R. y Cárdenas, E. (1982). *Crítica Arquitectónica*. Quito: CAE-FAU.
- Sausmarez, M. (1995). *Diseño Básico*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A.
- Stols, A. (1953). *Historia de la imprenta en el Ecuador 1755-1830*. Quito: Casa de la Cultura Ecuatoriana.
- Susperregui, J.M. (1998). *Fundamentos de la fotografía*. Bizkaia: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea.
- Taborda, F. y Wiedemann, J. (2008). *Latin American Graphic Design*. Colonia: Taschen.
- Tholenaar, J., Jong, C. y Purvis, A. W. (2009). *Type: A visual history of typefaces and graphic styles*. Koln: Taschen.

- Torres, R. (2005). Analfabetismo y alfabetización en el Ecuador: Opciones para la política y la práctica. Estudio de caso encargado por UNESCO para su inclusión en el Informe 2006 de Seguimiento Global de la Educación para todos. Quito: Instituto Fonesis.
- Triggs, T. (2011, winter). Graphic Design History: Past, Present and future. *Design Issues: volume 27*. (1) 3-6.
- Vacacela, E. (2006). Editorial Don Bosco: 85 años de creación. Recuperado de: Noticias de la Arquidiócesis de Cuenca: <http://www.arquidiocesisdecuenca.org.ec/index.php?name=News&file=article&sid=45&theme=Printer>
- Valdez de León, G. (2010). *Tierra de Nadie. Una molesta introducción al estudio del Diseño*. Buenos Aires: Universidad de Palermo. Centro de Estudios de Diseño y Comunicación.
- Varley, H., (ed.). (1982). *El gran libro del color*. Barcelona: Blume.
- Vilchis, L. (2010). *Historia del diseño gráfico en México (1910-2010)*. México: Instituto Nacional de Bellas Artes. Consejo Nacional de Cultura.
- Wilkins, B. (1992, Spring). No more heroes. Why is design history so obsessed by appearance? Revista *Eye*. Nº 6. Recuperado de: <http://www.eyemagazine.com/opinion/article/no-more-heroes>.
- Wilo. (1996). Sobre la historia. En Wilo, *La Línea. Bestiario de una guerra*. (Vol. 1, p. 43). Quito: Valverde Editores.
- Wong, W. (1979). *Fundamentos del diseño bi y tri dimensional*. Barcelona: Gustavo Gili S.A.
- Wong, W. (1988). *Principios del diseño en color*. Barcelona: Gustavo Gili S.A.

Bibliografía de Consulta

- Álvarez Caselli, P. (2004). *Historia del Diseño Gráfico en Chile*. Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Álvarez, J. (1998). *Nuevas tecnologías de la comunicación*. Barcelona: Gedisa.
- ADG. (2001). Luba Lukova en Ecuador. Abriendo tus candados creativos. *Papagayo*, 23, 10-11.
- ADG. (2002). Diseño Gráfico. En *Diseñadores de Ecuador*, 8-9.
- Arfuch, L., Chaves, N., Ledesma, M. (1997). *Diseño y comunicación. Teorías y enfoques críticos*. Buenos Aires: Paidós.
- AEDP, Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad, *Tres décadas de publicidad en el Ecuador* (p. 116). Guayaquil: AEDP/Diario El Universo.
- Bardin, L. *El análisis de contenido*. Madrid: Ediciones Arkal.
- Barragán, J. L. (2007). *Gráfica popular*. Quito: Dinediciones



- Berenguer, X. (1991). La imagen sintética como lenguaje. *Temas de Disseny* 5, 165-163.
- Bermúdez, X. (2008). Revolución Visual. En Weidemann, J. y Taborda, F. *Latin American Graphic Design* (p. 8). Alemania: Taschen.
- Blanchard, G. (2003). *Tecnología de la comunicación e información escrita*. Madrid: Editorial Síntesis, S.A.
- Bravo, L. (1995). La Primera Semana del Diseño Gráfico. En *ADG, Diseño Gráfico en Ecuador*, 7.
- Bravo, L. (2003). Breve mirada a la ilustración ecuatoriana. *Papagayo*, 27, 4
- Bonsiepe, G. (1990). Perspectivas del diseño industrial y Gráfico en América Latina. *Temas de Disseny*, 4, 131-134.
- Bourdieu, P. (2000). *Cosas dichas*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Bourdieu, P. (2002). *La distinción, Criterios y bases sociales del gusto*. México: Taurus.
- Bourdieu, P. (2010). *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Bubnova, T. (2006). Voz Sentido y Diálogo en Bajtín. *Revista Acta Poética*, 27 (1), 97-114.
- Calderón, G. (2009). *Registro de acontecimientos y actores del Diseño Gráfico en Quito en los últimos 35 años. Análisis preliminar* (Tesis grado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador-Sede Ibarra, Ibarra
- Calvera, A. (1996). La idea en diseño gráfico. *Revista Tipográfica*, 30, 32-37.
- Calvera, A. (ed.). 2003. *Arte?Diseño. Nuevos capítulos en una polémica que viene de lejos*. Barcelona: Gustavo Gili S.A.
- Carson, D. Diseñadores para el próximo milenio. *VisualMagazine de diseño, creatividad gráfica y comunicación*, 62. Año VIII, 30-36.
- Costa, J. (2003). *Tecnología de la comunicación e información escrita*. Madrid: Editorial Síntesis, S.A.
- Crow, D. (2008). *No te creas una palabra*. Barcelona: Promopress.
- Cummings, T., Burgos Cabrera, J. y Mora Hoyos, C. (1996). *Arte prehispánico del Ecuador: huellas del pasado. Los sellos Jama-Coaque*. Quito: Banco Central del Ecuador.
- Damp, J. (1988). *La primera ocupación Valdivia de Real Alto. Patrones económicos, arquitectónicos e ideológicos*. Quito: Corporación Editora Nacional.
- Devalle, V. (2009). *La travesía de la forma. Emergencia y consolidación del diseño gráfico (1948-1984)*. Buenos Aires: Paidós.
- Diccionario de la Lengua Española*. (1989). Barcelona: Océano.
- Echeverría Almeida, J. (1988). *El lenguaje simbólico de los Andes*. Otavalo: Instituto Otavaleño de Antropología.
- Estupiñán de Burbano, P. (1989). Retrato del Poder Sindical. *Revista Vistazo*, 526, 5.

- Evans, H. (2003). *Tecnología de la comunicación e información escrita*. Madrid: Editorial Síntesis, S. A.
- Fernández, S., y Bonsiepe, G. (coord.). (2008). *Historia del diseño en América Latina y el Caribe*. São Paulo: Blücher.
- Fontcuberta, J., y Costa, J. (1988). *Foto-diseño*. Barcelona: Ediciones CEAC.
- Frascara, J., y Noel, G. (2004). Recordar lo que otros olvidan. En J. Frascara, y G. Noel, *Historia del Diseño Gráfico en Chile* (p. 13). Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile.
- García Canclini, N. (2001). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires: Paidós.
- García Yruela, J. (2003). *Tecnología de la comunicación e información escrita*. Madrid: Editorial Síntesis, S.A.
- Gubern, R. (1987). Esplendor y miseria del cartel. En R. Gubern, *La mirada opulenta: Exploración de la iconosfera contemporánea* (pp. 180-190). Barcelona: Gustavo Gili S.A.
- Gubern, R. (1987). La revolución fotográfica. En R. Gubern, *La mirada opulenta: Exploración de la iconosfera contemporánea* (pp. 145-165). Barcelona: Gustavo Gili S.A.
- Harten, P. J. (1978). *El Color en publicidad y Artes Gráficas*. Barcelona: L.E.D.A.
- Hefting, P. (1991). En busca de una identidad. En *Manual de Imagen Corporativa* (p. 13). Barcelona: Gustavo Gili.
- Heller, S. y Pomeroy, K. (1997). *Design Literacy. Understanding Graphic Design*. New York: Allworth Press.
- Herlinghaus, H. y Walter M. (Eds.). (1994). *Posmodernidad en la periferia*. Berlín: Langer Verlag.
- Hickethier, A. (1971). *El Cubo de los colores*. París: Bouret.
- Hollis, R. (2000). *El Diseño Gráfico. Una Historia Abreviada*. London: Ediciones Destino.
- Hirtz, A. (2004). Valdivia. Cultura madre de América. Ecuador: *Cuadernos Ancestralistas, 22*.
- Instituto Metropolitano Superior de Diseño, (1996). Expo Diseño 96 y Primer Encuentro Internacional de Diseño. *Periódico ADG, 3, 9*.
- Itten, J. (1970). *The elements of color*. USA: Van Nostrand Reinhold Co.
- Itten, J. (1970). *The art of color*. USA: Van Nostrand Reinhold Co.
- Julier, G. (2010b). Más allá de las fronteras. Historia del diseño, transnacionalidad y globalización. En I. Campi, (coord.). *Diseño e Historia. Tiempo, lugar y discurso* (pp. 117-126). México: Designio.
- Klein, D., y Cruz, I. (2007). *Ecuador, el arte secreto del Ecuador Precolombino*. Milán: 5 Continentes Editores.
- Kinross, R. (2008). *Tipografía Moderna. Un ensayo histórico crítico*. Valencia: Campgràphic Editors.
- Kuppers, H. (1980). *Fundamentos de la teoría de los colores*.

- Barcelona: Gustavi Gili S.A.
- Larrea Maldonado, C. (1996). Elementos relevantes del nuevo contexto social. La nueva situación agraria. En E. Ayala Mora (ed.), *Nueva Historia del Ecuador* (Vol. 11, p. 129). Quito: Corporación Editora Nacional.
- Larrea, C. (1996). La evolución gráfica y la publicidad periodística. En A. E. Publicidad, *Tres décadas de publicidad en el Ecuador* (p. 42). Guayaquil: AEDP/ Diario El Universo.
- Lauer, David A. (1979). *Design Basics*. USA: Holt, Rainhart and Winston.
- Lidwell, W., Holden, K. Butler, J. (2003). *Universal Principles of Design*. Washington: Rockport.
- Lupton E., Miller, A. (1996). *Design Writing Research. Writing on Graphic Design*. London: Phaidon Presss Limited.
- Maldonado J. C., Reyes O. (colaboración) (2001) *Sensacional de diseño mexicano*. México: Trilce Ediciones.
- Müller-Bockmann, J. (1998). *Historia de la comunicación visual*. México: Editorial Gustavo Gili.
- Mena, A. (2001). Diseñando nuevas propuestas. *Papagayo*, 24, 4.
- Mena, A. (2002). Mirar hacia dentro. *Papagayo*, 26, 3.
- Moles, A. (1976). *El afiche en la sociedad urbana*. Argentina: Editorial Paidós.
- Moncada Sánchez, J. (1996). La década de los setenta: más capitalismo y recomposición social. Auge petrolero y acumulación. En E. Ayala Mora (ed.), *Nueva Historia del Ecuador* (Vol. 11, p. 69). Quito: Corporación Editora Nacional.
- Moreno de las Casas, C. (2006). El Diseño Gráfico en el Perú. En R. Moya Peralta, *Diseño Gráfico Latinoamericano* (p. 101). Quito: Ediciones Trama.
- Mussfeldt, P. (2004). Conferencista Quinta Bienal de Diseño Gráfico en Ecuador - Fiestalt. ADG. *Papagayo* No. 29, 22
- Otto Kleppner, J., Thomas, R., & Lane, W. R. (1994). *Publicidad*. México: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Patiño, A. C., & Beltrán Martínez, H. (1990). *Introducción a la Semiología*. Bogotá: Universidad Santo Tomás.
- Pelta, R. (2014). *Diseñar hoy. Temas contemporáneos de diseño gráfico (1998-2003)*. España: Espasa Libros, S.L.U.
- Ramonet, I. (1998). *Internet el mundo que llega. Los nuevos caminos de la comunicación*. Madrid: Alianza.
- Rodez, E. (2003). II Concurso Nacional de Ilustración ADG-Galápagos, primer Patrimonio Mundial de la Humanidad. *Papagayo*, 28, 13-14.
- Salgado, E. (2001). Manifiesto Icograda sobre la enseñanza del diseño. *Periódico Papagayo*, 21, 5.
- Scout, R. (1973). *Fundamentos del diseño*. Buenos Aires: Víctor

- Leru.
- Swan, Alan. (1993). *El color en el diseño gráfico. Manuales de diseño*. Barcelona: Gustavo Gili S.A.
- Tamayo, J., Rivera, L. y González E. (ed.). (2003). *Reconstrucción del término diseño. Memorias del XI Congreso de Académicos de Escuelas de diseño Gráfico*. Guadalajara (México): Universidad de Guadalajara.
- Tapia, A. (2004). *El Diseño Gráfico en el Espacio Social*. México: Designio.
- Valdez, F. y Veintimilla, D. (1992). *Signos Amerindios, 5000 años de Arte Precolombino en el Ecuador*. Quito: Ediciones Colibrí.

Consultas Web

- Cabrera González, M. Á. (1998). *Retos en el diseño de periódicos en Internet*. (R. L. Social, Producteur, & Alianza.zález, Editorial) Recuperado de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000yen/149MALAGA.html>
- Fiss, K. (summer 2009), Design in a Global Context: Envisioning Postcolonial and Transnational Possibilities. *Design Issues*: volume 25. 3. Recuperado de: <http://www.mitpressjournals.org/doi/pdf/10.1162/desi.2009.25.3.3>
- Gobierno de España, Ministerio de Educación, Política Social y Deporte. (2006). *Historia del libro*. Recuperado de: Instituto Superior de Formación y Recursos en Red para el Profesorado: <http://www.isftic.mepsyd.es/w3/novedades/dossiers/libro/intro2.htm>
- González Solas, J. *Lo social y lo político en el diseño*. Recuperado de: <http://www.ucm.es/info/caup1/materiales/jugos las.htm>.
- González Suárez, F. (1890). *Historia General de la República del Ecuador*. Recuperado de: *Cervantes Virtual*: <http://www.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/02589430990214062979079/index.htm>
- Grupo Santillana Ecuador. (2003). ¿Quiénes somos? Recuperado de: *Grupo Santillana Ecuador*: http://www.santillana.com.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=18&Itemid=31
- Jiménez, R. I. (s.d.). Diseñador Gráfico y diseño de comunicación visual. Recuperado de: <http://www.arqhys.com/arquitectura/disenio.html>
- Luna Tamayo, M. (2003). Ecuador las raíces del presente. *Diario La Hora*. Recuperado de: *Historia Republicana del Ecuador*: <http://www.monografias.com/trabajos12/mhistec/mhistec.shtml#ULTIMA>
- Méndez Ansaldo, J. (2006). *Historia de la ilustración. Edad Media*. Recuperado de: *Historia de la ilustración*: <http://ilupub.blogspot.com/2006/08/historia-de-la-ilustracin->

- siglo-xx-la_19.html
- Méndez Ansaldo, J. (2006). Historia de la ilustración. Siglo XX. Recuperado de: Historia de la ilustración: http://ilupub.blogspot.com/2006/08/historia-de-la-ilustracin-siglo-xx-la_19.html
- Murriagui, A. (2008). *San Antonio de Ibarra, un pueblo en donde se da vida a la madera*. Recuperado de: www.nodo50.org/opcion/cultura/llamingo.htm
- Ochoa, M. G. (2003). *Metáfora y relato visual*. México: Universidad Autónoma de Zacatecas. Recuperado de: <http://ucm.es/info/especuló/numero6/metáfora.html>
- Raboy, M., y Solervincens, M. (2005). Medios de Comunicación. C. & Éditions. Recuperado de: Palabras en Juego: Enfoques Multiculturales sobre las Sociedades de la Información: <http://vecam.org/article683.html>
- Reece, A. (2008). Imprenta Mariscal. Recuperado de: http://74.125.47.132/search?q=cache:ZdwyvA1VSbUJ:macrovisionmedia.com/superbrandsecuador/pdf_casos/imprentamariscal.pdf+Imprenta+Mariscal&hl=es&ct=clnk&cd=15&gl=ec&client=firefox-a
- Ramos Watanabe, E. La incertidumbre en el análisis y prospectiva del diseño. *Taller de Servicio 24 horas*. (2011, marzo-agosto). Revista Semestral de Investigación en Diseño. Año 7, No.13. Departamento de Investigación y Conocimiento, CYAD UAM, Azc. Recuperado de: <http://tallerservicio24horas.azc.uam.mx>
- Twemlow, A. (2006). *End of history? Graphic Design hasn't started*. New Views: Repositioning Graphic Design History Graphic Design History Symposium, London College of Communication, October 27–29, 2005. *Eye Magazine* (59). Recuperado de: <http://www.eyemagazine.com/review/article/end-of-history-graphic-design-hasnt-started>
- Twemlow, A. and Wild, L. Dialogues. A New Graphic Design History? Graphic Design a New History. *Design Observer*. Recuperado de: <http://designobserver.com/article.php?id=7017>
- Wilkins, B. No more heroes. Why is design history so obsessed with appearance? *Revista Eye Magazzine*. no. 6. Spring 1992. Recuperado de: <http://eyemagazine.com/opinion/article/no-more-heroes>
- Zimmermann, I. El diseño como concepto universal. Reflexiones sobre la vida de una palabra. (Parte 1-2-3). Recuperado de: <http://foroalfa.org/articulos/el-diseno-como-concepto-universal-parte-1>
<http://foroalfa.org/articulos/el-diseno-como-concepto-universal-parte-2>
<http://foroalfa.org/articulos/el-diseno-como-concepto-universal-parte-3>

Entrevistas

- Acurio, D. (2010, Marzo, 22). (M. L. Calisto & G. Calderón, Entrevistadoras) Ambato.
- Almeida, D. (2009, Octubre, 20). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Ibarra.
- Almeida, J.J. (2009, Octubre, 20). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Ibarra.
- Almeida, G. (2010, Abril, 19). (M. L. Calisto & G. Calderón, Entrevistadoras) Ibarra.
- Álvarez, F. (2008, Octubre, 21). (M. L. Calisto & G. Calderón, Entrevistadoras) Cuenca.
- Álvarez, D. (2008, Octubre, 21). (M. L. Calisto & G. Calderón, Entrevistadoras) Cuenca.
- Alvarado, J. C. (2008, Octubre, 3). (G. Calderón, Entrevistadora) Quito.
- Amaluís, P. (M. L. Calisto, Entrevistadora) Ambato.
- Andrade, R. (2009, Octubre, 20). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Ibarra.
- Avilés, J. (2011, Agosto, 30). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Quito.
- Barragán, J. L. (2008, Abril, 2). (G. Calderón, Entrevistadora) Quito.
- Barragán, J. L. (2015, Diciembre, 6). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Quito-Bilbao (vía e-mail).
- Bravo, L. (2008, Marzo, 7). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Quito.
- Bustos, L. (2008, Octubre, 21). (M.L Calisto & G. Calderón, Entrevistadoras) Cuenca.
- Bustos, P. (2008, Febrero, 7). (G. Calderón, Entrevistadora) Quito.
- Calderón, G. (2016, Enero 8). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Quito- Bilbao (vía e-mail)
- Calderón, J. B. (2010, Abril, 19). (M. L. Calisto & G. Calderón, Entrevistadoras) Ibarra.
- Calderón, J. J. (2009, Octubre, 20). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Ibarra.
- Carrera, F. (2008, Marzo, 27). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Quito.
- Cepeda, M. (2010, Abril, 12). (M. L. Calisto & G. Calderón, Entrevistadoras) Riobamba.
- Cervantes, M. (2010, Abril, 19). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Ibarra.
- Cevallos, A. (2008, Febrero, 12). (M. L. Calisto & G. Calderón, Entrevistadoras) Quito.
- Cevallos, E. (2011, Junio, 24). (G. Calderón, Entrevistadora)

- Quito.
- Cornejo, D. (2008, Junio, 25). (G. Calderón, Entrevistadora) Quito.
- Díaz, G. (2008, Febrero, 26). (M. L. Calisto & G. Calderón, Entrevistadoras) Quito.
- Díaz, G. (2014, Julio, 16). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Quito.
- Echeverría, V. (2010, Abril, 20). (M. L. Calisto & G. Calderón, Entrevistadoras) Ibarra.
- Eras Galván, M. (2010, Abril, 5). (M. L. Calisto & G. Calderón, Entrevistadoras) Loja.
- Escobar, P. (2010, Abril, 10). (M. L. Calisto & G. Calderón, Entrevistadoras) Riobamba.
- Espinosa, A. (2008, Noviembre, 4). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Guayaquil.
- Espinosa, M. (2010, Abril, 13). (M. L. Calisto & G. Calderón, Entrevistadoras) Riobamba.
- Estrella, R. (2008, Octubre, 22). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Cuenca.
- Flores, J. (2008, Junio, 24). (G. Calderón, Entrevistadora) Quito.
- Franky Rodríguez, J. (2008, Junio, 27). (M. L. Calisto & G. Calderón, Entrevistadoras) Quito.
- Frisone, R. (2008, Febrero, 12). (M. L. Calisto & G. Calderón, Entrevistadoras) Quito.
- Gillmore, G. (2011, Julio, 8). (M. L. Calisto & G. Calderón, Entrevistadoras) Quito-Chile (skipe).
- Giorgi, S & Giorgi S. (2008). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Quito.
- Gómez, T. (2010, Abril, 6). (M. L. Calisto & G. Calderón, Entrevistadoras) Loja.
- González, M. (2008, Noviembre, 6). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Guayaquil.
- Hunter, C. (2008, Noviembre, 4). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Guayaquil.
- Hunter, P. (2008, Noviembre, 4). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Guayaquil.
- Jácome, N. (2008, Junio). (G. Calderón, Entrevistadora) Quito.
- Jaramillo, D. (2008, Octubre, 22). (M. L. Calisto & G. Calderón, Entrevistadoras) Cuenca.
- Jaramillo, R. (2008, Noviembre, 22). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Guayaquil.
- Jaramillo, R. (2016, Enero, 4). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Guayaquil- Bilbao (vía e-mail)
- Lazo, J. C. (2008, Octubre, 21). (M. L. Calisto & G. Calderón, Entrevistadoras) Cuenca.
- Lazo, J. C. (2016, Enero, 3). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Cuenca-Bilbao (vía e-mail).
- León, M. y Arciniega, S. (2010, Abril, 19). (M. L. Calisto & G. Calderón, Entrevistadoras) Ibarra.

- Maldonado, M. (2008, Abril, 2). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Quito.
- Malo, C. (2008, Octubre, 22). (M. L. Calisto & G. Calderón, Entrevistadoras) Cuenca.
- Malo, S. (2010, Abril, 6). (M. L. Calisto & G. Calderón, Entrevistadoras) Loja.
- Meier, P. (2008, Noviembre, 5). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Guayaquil.
- Mena, A. (2008, Marzo, 3). (G. Calderón, Entrevistadora) Quito.
- Mena, A. (2016, Enero, 6). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Quito-Bilbao (vía e-mail).
- Menéndez, P. (1996, Abril, 19). (P. Urquieta, Entrevistadora) Cuba, Quito.
- Mezzadri, S. (1996, Abril, 19). (P. Urquieta, Entrevistadora) Brasil-Quito.
- Montalvo, A. (2008, Febrero, 27). (G. Calderón, Entrevistadora) Quito.
- Moreno, J. (2008, Febrero, 1). (M. L. Calisto & G. Calderón, Entrevistadoras) Quito.
- Moreno, P. (2008, Abril, 18). (G. Calderón, Entrevistadora) Quito.
- Moya, R. (2008, Marzo, 11). (M. L. Calisto & G. Calderón, Entrevistadoras) Quito.
- Mussfeldt, P. (2008, Noviembre, 5). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Guayaquil.
- Mussfeldt, P. (2016, Enero, 6). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Guayaquil-Bilbao (vía e-mail)
- Navarrete, E. (2008, Marzo, 14). (M. L. Calisto & G. Calderón, Entrevistadoras) Quito.
- Navas, E. (2010, Marzo, 22). (M. L. Calisto & G. Calderón, Entrevistadoras) Ambato.
- Núñez de Larco, J. (2008, Noviembre, 5). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Guayaquil.
- Pastor, D. (M. L. Calisto, Entrevistadora) Guayaquil.
- Ochoa, L. (2008, Junio, 25). (G. Calderón, Entrevistadora) Quito.
- Peralta, E. y Moya, R. (2008, Marzo, 3). (M. Calisto, & G. Calderón, Entrevistadoras) Quito.
- Peralta, E. (2014, Julio, 21). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Quito.
- Piippo, K. (1996, Abril, 19). (P. Urquieta, Entrevistadora) Finlandia-Quito.
- Polanco, M. (2009, Octubre, 20). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Ibarra.
- Rodez, E. (1996, Abril, 19). (P. Urquieta, Entrevistadora) Colombia-Quito.
- Ramos, R. (2010, Abril, 10). (M. Calisto, & G. Calderón, Entrevistadoras) Riobamba.
- Romero, M. (2008, Junio, 28). (G. Calderón, Entrevistadora)

- Quito.
- Rosenfeldt, M. (2008, Marzo, 31). (M. Calisto, & G. Calderón, Entrevistadoras) Quito.
- Sáenz, J. (2008, Junio, 27). (G. Calderón, Entrevistadora) Quito.
- Salgado, E. (2008, Marzo, 4). (G. Calderón, Entrevistadora) Quito.
- Salgado, E. (2016, Febrero, 2). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Quito-Bilbao (vía e-mail).
- Suarez, S. (2010, Marzo, 22). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Ambato.
- Terán, R. (2009, Mayo, 12). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Quito.
- Terreros, O. (2008, Noviembre, 4). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Guayaquil.
- Tite, J. (2008, Febrero, 18). (G. Calderón, Entrevistadora) Quito.
- Torres, C. (2010, Marzo, 22). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Ambato.
- Troya, E. (2008, Abril, 29). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Quito.
- Urueña, W. (2010, Mayo, 29). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Quito.
- Vásquez, D. (2010, Abril, 14). (M. L. Calisto, Entrevistadora) Quito.
- Viteri, E., y Gamboa, A. (2010, Abril, 12). (M. L. Calisto & G. Calderón, Entrevistadoras) Riobamba.
- Zalamea, J. (2008, Marzo, 7). (M. L. Calisto & G. Calderón, Entrevistadoras) Quito.

Anexos



Anexos del capítulo I

Anexo 1

1. Base de datos de diseñadores por ciudad: Ambato, Cuenca, Guayaquil, Ibarra, Loja, Quito, Riobamba (001 a 007).
2. Base de datos de profesionales a nivel internacional (008).
3. Base de datos de varios profesionales afines (009).
4. Base de datos unificada (010).
5. Base de datos del Consejo Nacional de Educación Superior (CONESUP) a Marzo de 2011: Institutos de diseño (011) y Universidades con carreras de diseño (012).
6. Base de datos periodistas (013).
7. Base de datos de Instituciones Culturales (014).

Anexo 2

Protocolo de entrevista con su respectiva carta y ficha técnica enviada vía mail a:

- Agencias de publicidad (AP001 – AP002) – (AP003).
- Diseñadores (DG001 – DG002 – DG003 – DG004).
- Prensa Escrita (PE002 – PE002).
- Universidades (U001 – U002 – U003).

Anexo 3

Protocolo de entrevista oral realizada a diseñadores gráficos entre 2008 y 2011.

Anexo 4

Transcripción entrevistas realizadas entre 2008 y 2012.

Anexo 5

Archivo documental de imágenes en la base de datos File Maker Pro.

Anexos del capítulo 5

Anexo 6

1. Protocolo de entrevista 2015
2. Carta a diseñadores con entrevista adjunta
3. Lista de diseñadores a los que se envió entrevista
4. Respuestas entrevistas

Anexo Tomo II

Anexo 7

Archivo documental interactivo de imágenes

Recorrido por el diseño gráfico
ecuatoriano, a través de la
palabra y obra de sus actores.
Aproximación histórica desde
los antecedentes hasta inicios
del siglo XXI y análisis visual.

Tomo II

María Luz Calisto Ponce
Diciembre 2016

Directores: Antonio Arana San Sebastián
César González Ochoa

Esta tesis doctoral ha sido financiada parcialmente por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Proyecto "Historia del Diseño Gráfico en Ecuador" (F19132 PUCE) y por el Instituto Metropolitano de Patrimonio de Quito.

Declaramos que las imágenes que ilustran el texto en el tomo I, solamente han sido utilizadas para complementar la información que se presenta en esta tesis doctoral, sin ninguna otra intención.

Las imágenes que aparecen en el tomo II dentro de los períodos históricos a partir de 1970, han sido cedidas por sus autores e instituciones para el proyecto "Historia del Diseño Gráfico en Ecuador" avalado por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador y para esta tesis doctoral.

Instituciones que han proporcionado información y material gráfico:

Pontificia Universidad Católica del Ecuador: Facultad de Arquitectura, Diseño y Artes; Carrera de Diseño; Centro Cultural; Biblioteca; Ministerio Coordinador de Patrimonio; Instituto Metropolitano de Patrimonio; Fondo Filatélico Museo Numismático - Banco Central del Ecuador; Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado; Archivo Histórico; Hemeroteca y Fondo de Ciencias Humanas del Ministerio de Cultura del Ecuador; Biblioteca Ecuatoriana Aurelio Espinosa Pólit; Biblioteca Nacional Eugenio Espejo; Casa de la Cultura Ecuatoriana; Centro Interamericano de Artes Populares -CIDAP- Cuenca; Universidad Técnica Particular de Loja; Pontificia Universidad Católica sede Ibarra; Pontificia Universidad Católica sede Ambato; Universidad Tecnológica América (UNITA) Ambato; Universidad del Azuay - Cuenca; Universidad Tecnológica América (UNITA) Cuenca; Universidad Santa María - Guayaquil; Escuela Politécnica del Litoral (ESPOL) Guayaquil; Escuela Politécnica de Chimborazo (ESPOCH) Riobamba; Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH) Riobamba; Universidad Técnica de Ambato; Diario El Heraldito - Ambato; Diario El Tiempo - Cuenca.

Diseñadores y profesionales del diseño que aportaron su opinión y su trabajo:

Daniel Acurio, Daniel Adoum Gilbert, Carla Aguas, Natalia Aguilar, Rodrigo Aguirre, Javier Alcaraz, Damián Almeida, José María Almeida, Gilberto Almeida, Giovanna Almeida, Natalia Almeida, Juan Carlos Alvarado, Daniel Álvarez, Fabián Álvarez, Marta Amador, Paulina Amaluisa, Roberto Andrade, Adelaida Aráuz, Mario Arboleda, Sonia Arciniega, Carlos Arcos, Daniela Arias, Verónica Ávila, Pepe Avilés, Mónica Ayala, María José Ayala, Wellington Ayllón (Wilo), Juan Lorenzo Barragán, Paula Barragán, Cristina Barrera, Xavier Barona, Max Benavides, Carlos Benavides, Pablo Benavides, Luis Bencomo, Álvaro Bolaños, Luis Bossano, Karinna Borja, Sabine Bothner, Leonor Bravo, Giovanna Bucheli, Leonardo Bustos, Pilar Bustos, Francisco "Pancho" Cajas, Juan Bautista Calderón Gómez, Juan José Calderón, Fausto Carrera, Hugo Carrera, Galo Carrión, Wilson Castro, Marcelo Cepeda, Amalfi Cerpa, Marcelo Cervantes, Alfonso Cevallos, Edgar Cevallos, Jorge Cevallos, María Alexandra Carrillo, Mauricio Cobo, Fernando Córdoba, Diego Cornejo, Santiago Corral, María Fernanda Córdova, Boris Cornejo, Eulalia Cornejo, Santiago Coronel, Ana Cristina Corral, Diego Corrales, Rossana Costa, Lorenzo Cucalón, Gabriel Cuesta, Santiago Crespo, Marco Chamorro, Richard Clinch, Esteban Delgado, Paul Delgado, Javier De Castro, Bernardette de la Torre, Guido Díaz, Vinicio Echeverría, Jorge Encinas, Mérida Eras Galbán, Jazmín Erazo, Publio Escobar, Carlos Espinosa, Alex Espinosa, Rafael Estrella, Arturo Falconí, Inés María Félix, Ana Fernández, Jaime Flores, Guillermo Flores, Julio Flores, Salomé Flores, Jorge Freire, Marcelo Freyre, Roberto Frisone, Francisco Galárraga, Lucía Gándara, Jorge García, Roberto García Balza, Geraldine Gillmore, Silvio Giorgi, Sandro Giorgi, Guillermo Gómez-Hill, Diego González, Mario González, Jorge Gómez, Santiago González, Tatiana Gómez, María Belén Guerrero, Vinicio Guerrero, Liliana Gutiérrez, Jaime Hidalgo, Hugo Hidrobo, Gustavo Hidrobo, Connie Hunter, Paty Hunter, Lourdes Iturralde, Pablo Iturralde, Ángel Jácome, Cristhian Jácome, Mauricio Jácome, Nelson Jácome, Diego Jaramillo, Juan Carlos Jaramillo, Raúl Jaramillo, Paola Karolys, Mariana Kuonqui, Diego Lara, Pilar Larrea, Vicente Larrea, Juan Carlos Laso, Mónica León, María Loor, Oswaldo López, Mauricio Luna, Adolfo Macías, Mauricio Maggiorini, Marcelo Maldonado, Claudio Malo, Sebastián Malo, Silvia Malo, Eugenio Mangia, Álvaro Mantilla, Boris Mantilla, Jorge Mantilla, Tito Martínez, Isabel

Mármol, Oswaldo Mármol, Tania Márquez, Fernando Maya, Antonio Mena, María Belén Mena, Juan Méndez, Patricia Meier, María Belén Moncayo, Adn Montalvo, Agustín Montúfar, Marcelo Molina, Tito Molina, Carlos Monsalve, Lucio Montalvo, Julio Montesinos, Alberto Montt, Claudia Mora, Juan Carlos Morales, María de Lourdes Morales, Kléber Moreno, Ponto Moreno, Nicole Morillo, María Mercedes Moreno, Rolando Moya, Rómulo Moya, Yor Moscoso, Ricardo Muñoz, Rodolfo Murrieta, Peter Mussfeldt, Edwin Navarrete, Sebastián Naranjo, Motomichi Nakamura, Eduardo Navas, Ricardo Novillo, Jaime Nuñez, Luis Ochoa, Daniel Olmedo, Hernán Orbea, Ximena Ormazza, Lauro Ordoñez, Rafael Ordoñez, Omar Ospina, Susana Oviedo, Antonio Páez, Tito Palacios, Gabriela Pallares, Santiago Parreño, Roger Paredes, Daniel Pástor, Juan Patiño, Consuelo Pavón, Gloria Payares, Mónica Paz y Miño, Evelia Peralta, Polibio Eduardo Pereira, Amira Pérez, Gonzalo Pesántez, Mónica Polanco, Carolina Ponce, Jaime Pozo, Enrico Pupi, Mauro Reyes, Estefanía Rivas, Manuel Romero, Mauricio Rosenfelt, Nadia Rosero, Alfredo Ruales, Mario Ruales, Sixto Ruiz, Teresa Ruiz, José Sáenz, Esteban Salgado, María Mercedes Salgado, Nhora Salgado, Jaime Salvador, Carlos Sánchez Montoya, Marco Antonio Sánchez, Fabiola Solís, Santiago Suárez, Santiago Suárez Suárez, Jacqueline Tamayo, Oswaldo Terreros, Jorge Tite, María Tobar, Pablo Tola, Byron Toledo, Patricio Toledo, Carlos Torres, Esteban Torres, Carla Torres, Bladimir Trejo, Edwin Troya, Patricio Túa, William Urueña, Aurelio Valdez, Francisco "Paco" Valdivieso, Félix Valencia, Mario Vásconez, Damián Vásquez, María José Vélez, Heráclito Vera Loor, Carmen Vicente, Manuel Vieira, Jaime Villa, Eduardo Villacís, José Villarreal, Nelson Villacreses, Jorge Vinueza, Paco Viñachy, Edwin Viteri, Diego Yáñez, Ruth Zabala, Jaime Zalamea, Ana Lorena Zurita, Soledad Zurita.

Índice de contenido

Introducción	9
--------------------	---

Primera parte

Archivo documental general

Antecedentes

Período Aborigen	15
La Conquista y la Colonia	25
La Independencia y la Nueva República	39
Siglo XX hasta década de 1960	45

Diseño gráfico

Década 1970-1979	55
Década 1980-1989	73
Década 1990-1999	99
De 2000 a 2005	159

Segunda parte

Archivo documental seleccionado por períodos históricos y campos

Década 1970-1979	241
Década 1980-1989	247
Década 1990-1999	255
De 2000 a 2005	265



Abreviaturas

Para la clasificación de las imágenes hemos utilizado los siguientes códigos:

- A Período Aborigen de 10000 a. C. a 1500
- C Período Colonial de 1534 a 1800
- IR Período de Independencia y República de 1809 a 1900
- SXX Período del Siglo XX hasta la década de 1960

- 70 Período de 1970 a 1979
- 80 Período de 1980 a 1989
- 90 Período de 1990 a 1999
- 2000 Período de 2000 a 2005

Introducción

Parte fundamental de esta investigación ha sido la recopilación de las imágenes tanto de los antecedentes del diseño gráfico cuanto de las obras de diseño enviadas por los propios diseñadores, organizadas con su respectiva ficha técnica, en el archivo documental general que presentamos en este segundo tomo de la tesis. No hemos querido que las imágenes ilustren el texto, sino más bien, es de nuestro interés que se haga una lectura de las imágenes paralela a la lectura del texto.

Este tomo consta de dos partes, la primera, que contiene las 968 imágenes del archivo general clasificadas por periodos históricos y la segunda parte, en la que se encuentra el archivo de las 98 imágenes seleccionadas para el análisis visual agrupadas por décadas y por campos. También se puede consultar, de forma interactiva, la base de datos de imágenes seleccionadas, en el anexo del tomo II. En esta parte hemos omitido la ficha técnica debido a que nos interesa la imagen por sí misma sin otro tipo de referencia que, además ya consta en la primera parte.

En todas las imágenes se ha especificado el campo al que pertenecen con los siguientes distintivos de color:

- **Social (amarillo):** Conjunto de actividades e instituciones que prestan un servicio social público.
- **Cultural (naranja):** Manifestaciones artísticas, de expresión popular y deportivas.
- **Educativo (verde):** Temas relacionados con procesos de enseñanza –aprendizaje y el conocimiento.
- **Económico (azul):** Sectores productivos, comerciales, financieros y publicitarios.
- **Estatal (violeta):** Conjunto de instituciones públicas, gubernamentales de los gobiernos centrales y locales.
- **Político (rojo):** Organismos privados que actúan con intereses políticos como partidos, movimientos, agrupaciones políticas y propaganda política.



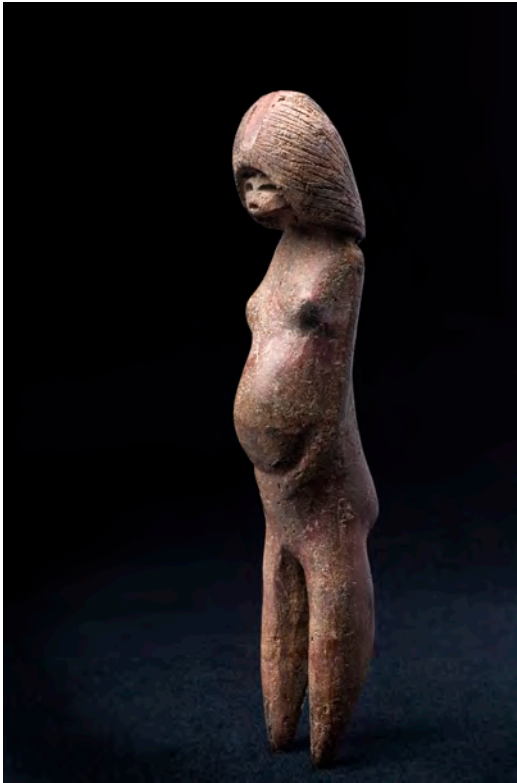
Primera parte

Archivo
documental
general

Antecedentes:
Período
Aborígen

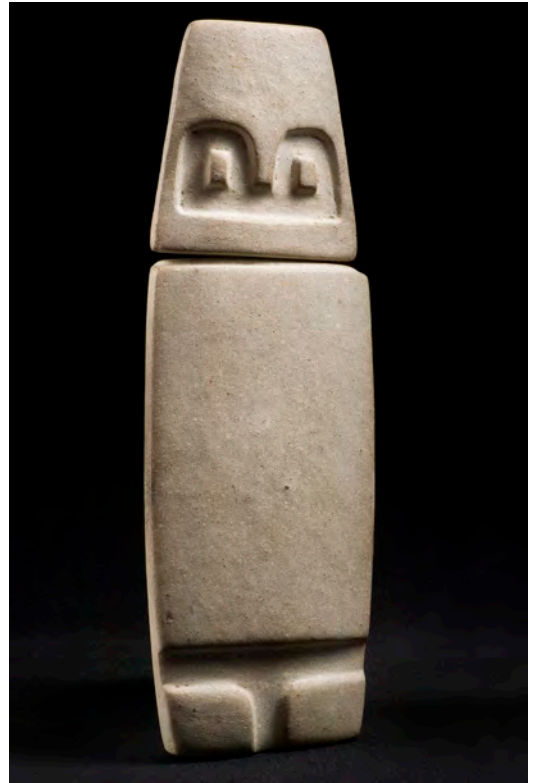


FIG. A1



Período: Aborigen (Valdivia)
 Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
 Pieza/producto: figura femenina
 Título: "Maternidad"
 Técnica: cerámica
 Lugar y año de producción: 4000 a.C. - 1500 a.C.
 Fuente: colección del Museo de Arte Precolombino, Casa del Alabado.
 Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. A2



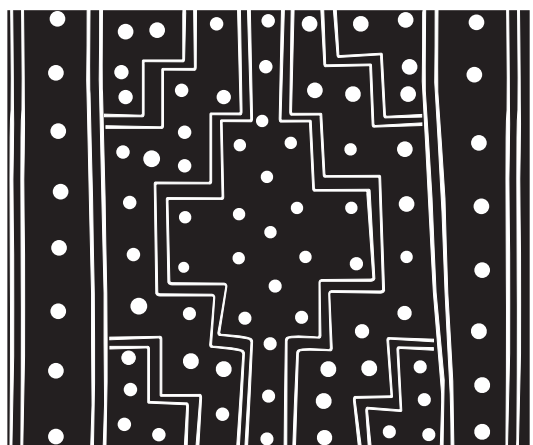
Período: Aborigen (Valdivia)
 Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
 Pieza/producto: figura tallada
 Título: "Cosmos"
 Técnica: escultura en piedra
 Lugar y año de producción: 4000 a.C. - 1500 a.C.
 Fuente: colección del Museo de Arte Precolombino, Casa del Alabado.
 Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. A3



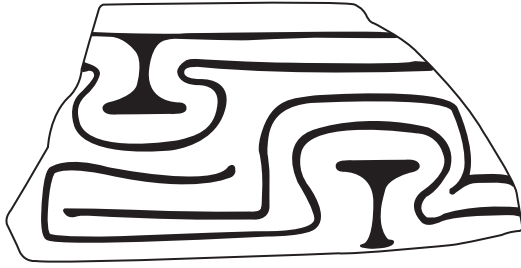
Período: Aborigen (Valdivia)
 Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
 Pieza/producto: mortero de piedra
 Título: "Felino"
 Técnica: piedra
 Lugar y año de producción: 4000 a.C. - 1500 a.C.
 Fuente: Ministerio Coordinador de Patrimonio. Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. A4



Período: Aborigen (Valdivia)
 Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
 Pieza/producto: dibujo de Cosmograma (cruz cuadrada)
 Fuente: Hallo Wilson y Hirtz Alexander, Valdivia. Cultura madre de América, Fundación Hallo para las investigaciones y las artes, Ediciones del Sol, Cuadernos Ancestralistas, Quito, 2004

FIG. A5



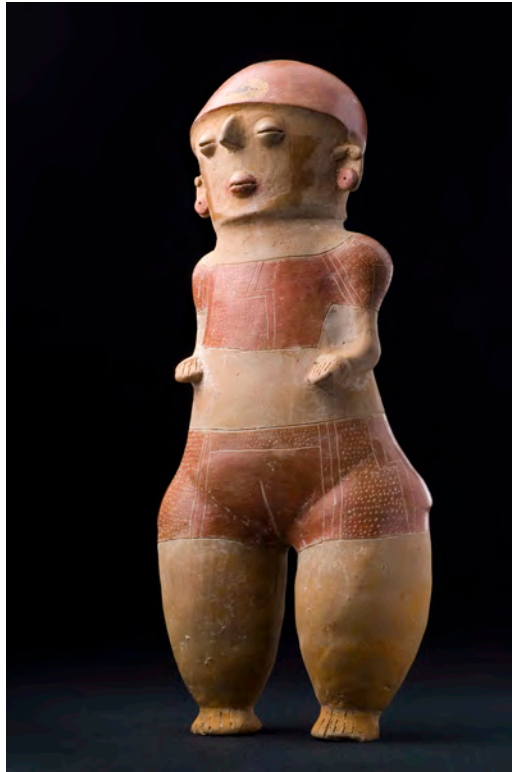
Período: Aborígen (Valdivia)

Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo

Pieza/producto: dibujo de fragmento de cerámica.

Fuente: Meggers, Betty J., Evans Clifford y Estrada Emilio, *Early Formative Period Of Coastal Ecuador: the Valdivia and Machalilla Phases*, Smithsonian Institution, Washington, 1965, placa 59.

FIG. A6



Período: Aborígen (Chorrera)

Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo

Pieza/producto: figura femenina

Título: "Fertilidad"

Lugar y año de producción: 950 a.C. - 350 a.C.

Fuente: colección del Museo de Arte Precolombino, Casa del Alabado. Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. A7



Período: Aborígen (Chorrera)

Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo

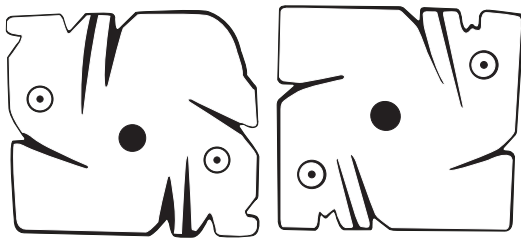
Pieza/producto: recipiente

Técnica: cerámica

Lugar y año de producción: 950 a.C. - 350 a.C.

Fuente: colección del Museo de Arte Precolombino, Casa del Alabado. Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. A8



Período: Aborígen (Narrío)

Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo

Pieza/producto: dibujo de pendientes ornomorfos

Fuente: Valdez Francisco y Veintimilla Diego, *Signos Amerindios, 5000 años de Arte Precolombino en el Ecuador*, Quito, Ediciones Colibrí, 1992, p. 181

FIG. A9



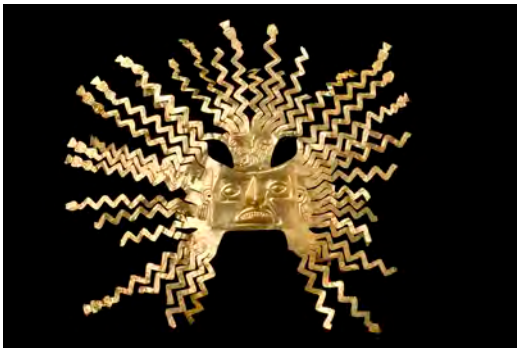
Período: Aborígen (La Tolita)
 Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
 Pieza/producto: detalle de Maqueta de Casa de los Espíritus
 Técnica: cerámica, pintura negativa
 Lugar y año de producción: 350 a.C. - 350 d.C.
 Fuente: colección del Museo de Arte Precolombino, Casa del Alabado.
 Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. A10



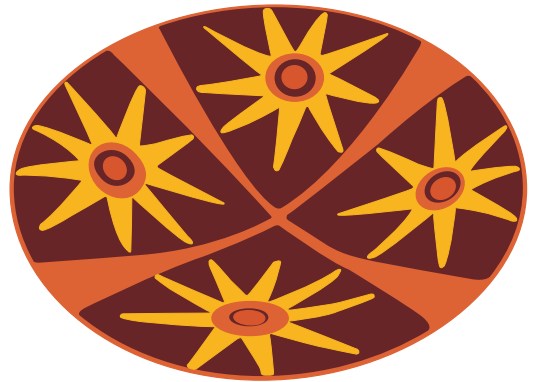
Período: Aborígen (La Tolita)
 Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
 Pieza/producto: rallador en forma de pez
 Lugar y año de producción: La Tolita, 350 a.C. - 350 d.C.
 Fuente: Ministerio Coordinador de Patrimonio. Archivo fotográfico
 Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. A11



Período: Aborígen (Cultura no establecida)
 Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
 Pieza/producto: máscara
 Título: "Máscara del Sol"
 Fuente: archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. A12



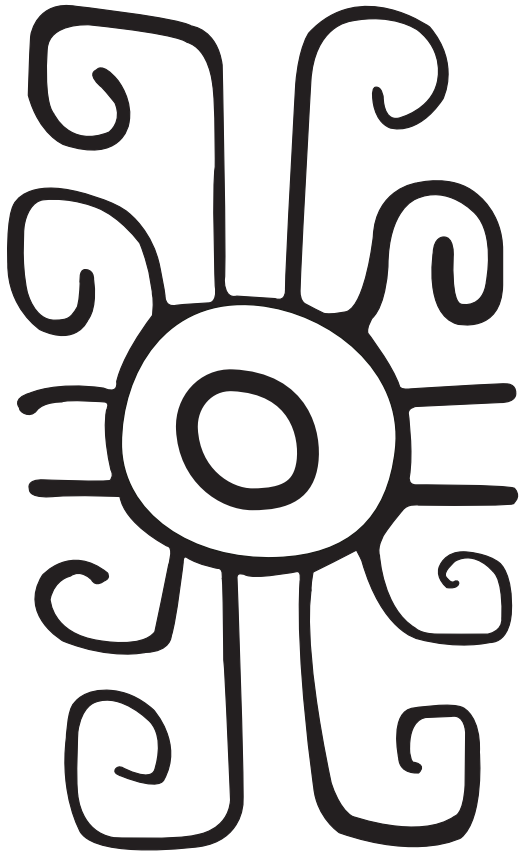
Período: Aborígen (Tuncahuán)
 Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
 Pieza/producto: dibujo de cuenco con base anular
 Lugar y año de producción: Fase Tuncahuán
 Fuente: Valdez Francisco y Veintimilla Diego, Signos Amerindios, 5000 años de Arte Precolombino en el Ecuador, Quito, Ediciones Colibrí, 1992, p. 181

FIG. A13



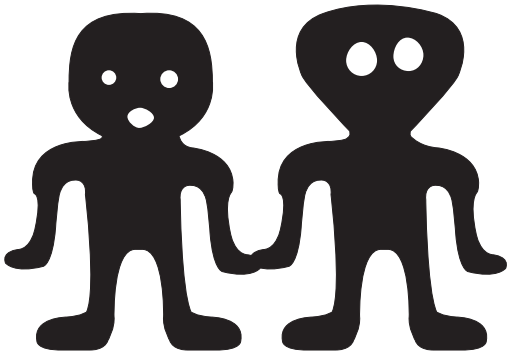
Período: Aborígen (Jama Coaque)
Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
Pieza/producto: sello con mango
Lugar y año de producción: Jama - Coaque, 350 a.C - 1530 d.C.
Fuente: Ministerio Coordinador de Patrimonio. Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. A14



Período: Aborígen (Jama Coaque)
Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
Pieza/producto: dibujo de detalle de sello
Fuente: Cummins, Thomas, Burgos Cabrera Julio y Mora Hoyos Carlos, *Arte prehispánico del Ecuador: huellas del pasado. Los sellos de Jama-Coaque*, Quito, Banco Central del Ecuador, 1996, p. 125

FIG. A15



Período: Aborígen (Jama Coaque)
Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
Pieza/producto: dibujo de detalle de sello
Fuente: Cummins, Thomas, Burgos Cabrera Julio y Mora Hoyos Carlos, *Arte prehispánico del Ecuador: huellas del pasado. Los sellos de Jama-Coaque*, Quito, Banco Central del Ecuador, 1996, portada

FIG. A16



Período: Aborígen (Jama Coaque)
Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
Pieza/producto: dibujo de detalle de sello plano
Fuente: Cummins, Thomas, Burgos Cabrera Julio y Mora Hoyos Carlos, *Arte prehispánico del Ecuador: huellas del pasado. Los sellos de Jama-Coaque*, Quito, Banco Central del Ecuador, 1996, p. 252

FIG. A17



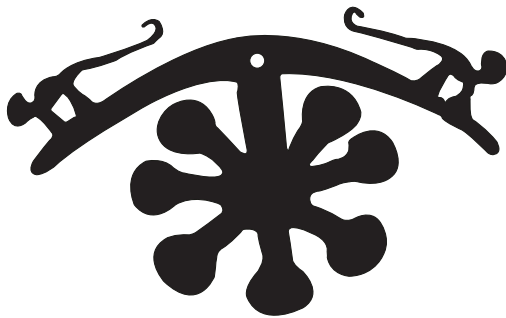
Período: Aborígen (Jama Coaque)
 Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
 Pieza/producto: dibujo de sello plano
 Fuente: Cummins, Thomas, Burgos Cabrera Julio y Mora Hoyos Carlos, *Arte prehispánico del Ecuador: huellas del pasado. Los sellos de Jama-Coaque*, Quito, Banco Central del Ecuador, 1996, p. 252

FIG. A18



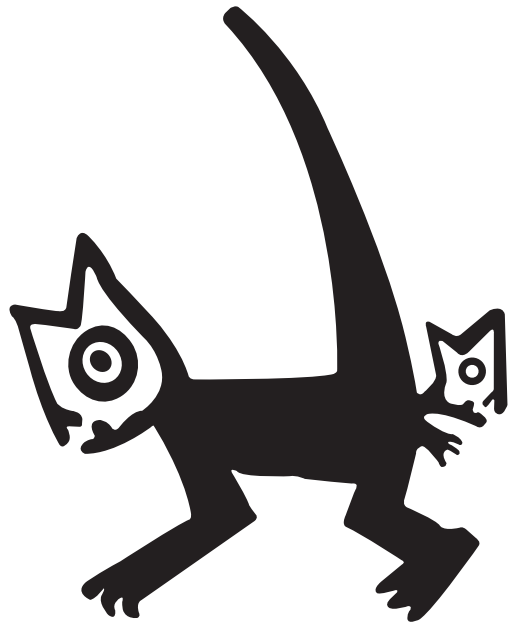
Período: Aborígen (Capulí)
 Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
 Pieza/producto: dibujo de pendiente geométrico
 Fuente: Valdez Francisco y Veintimilla Diego, *Signos Amerindios, 5000 años de Arte Precolombino en el Ecuador*, Quito, Ediciones Colibrí, 1992, p. 182

FIG. A19



Período: Aborígen (Capulí)
 Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
 Pieza/producto: dibujo de pendiente geométrico con motivos zoomorfos
 Lugar y año de producción: Fase Capulí
 Fuente: Valdez Francisco y Veintimilla Diego, *Signos Amerindios, 5000 años de Arte Precolombino en el Ecuador*, Quito, Ediciones Colibrí, 1992, p. 187

FIG. A20



Período: Aborígen (Cuasmal)
 Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
 Pieza/producto: dibujo de detalle de ocarina malacomorfa
 Lugar y año de producción: Fase Cuasmal (Tuza)
 Fuente: Valdez Francisco y Veintimilla Diego, *Signos Amerindios, 5000 años de Arte Precolombino en el Ecuador*, Quito, Ediciones Colibrí, 1992, p. 180

FIG. A21



Período: Aborígen (Bahía)
Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
Pieza/producto: plaqueta
Lugar y año de producción: 450 a.C - 700 d.C.
Fuente: Ministerio Coordinador de Patrimonio. Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. A22



Período: Aborígen (Napo)
Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
Pieza/producto: urna funeraria
Técnica: cerámica con angobes rojos y cremas
Lugar y año de producción: 1200 d.C. - 1600 d.C.
Fuente: colección Cicame, Museo de Arte Precolombino, Casa del Alabado. Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. A23



Período: Aborígen (Tulipe)
Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
Pieza/producto: petroglifo
Lugar y año de producción: Quito, 600 d.C.
Fuente: archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. A24



Período: Aborígen (Tulipe)
Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
Pieza/producto: Tapa para basija y olla
Lugar y año de producción: Tulipe, 600 d.C.
Fuente: archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. A25



Período: Aborigen (Carchi)
 Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
 Pieza/producto: ocarina
 Lugar y año de producción: 750 d.C. - 1550 d.C.
 Fuente: Ministerio Coordinador de Patrimonio. Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. A26



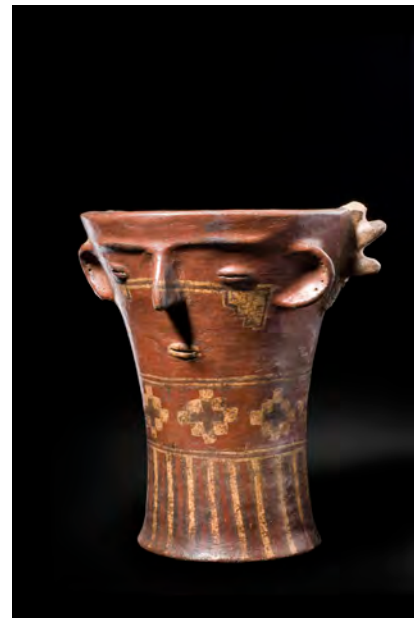
Período: Aborigen (Carchi)
 Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
 Pieza/producto: botijuela
 Lugar y año de producción: 750 d.C. - 1550 d.C.
 Fuente: Ministerio Coordinador de Patrimonio. Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. A27



Período: Aborigen (Inca)
 Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
 Pieza/producto: aríbalo imperial, Inca
 Lugar y año de producción: Inca
 Fuente: Ministerio Coordinador de Patrimonio. Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. A28



Período: Aborigen (Cañari)
 Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
 Pieza/producto: timbal
 Lugar y año de producción: 400 d.C. - 1532 d.C.
 Fuente: Ministerio Coordinador de Patrimonio. Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. A29



Período: Aborígen (La Florida)
Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
Pieza/producto: adorno de oro
Lugar y año de producción: 220 d.C. - 640 d.C.
Fuente: archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. A30



Período: Aborígen (La Florida)
Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
Pieza/producto: poncho de algodón (forrado de spondylus y con madre perla)
Lugar y año de producción: 220 d.C. - 640 d.C.
Fuente: archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. A31



Período: Aborígen (Carchi - Pasto)
Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
Pieza/producto: plato
Técnica: cerámica, pintura negativa
Lugar y año de producción: 750 d.C. - 1550 d.C.
Fuente: colección del Museo de Arte Precolombino, Casa del Alabado.
Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. A32



Período: Aborígen (Carchi - Pasto)
Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
Pieza/producto: pectoral
Título: "Felino"
Lugar y año de producción: 750 d.C. - 1550 d.C.
Fuente: colección del Museo de Arte Precolombino, Casa del Alabado.
Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

Antecedentes: La Conquista y la Colonia

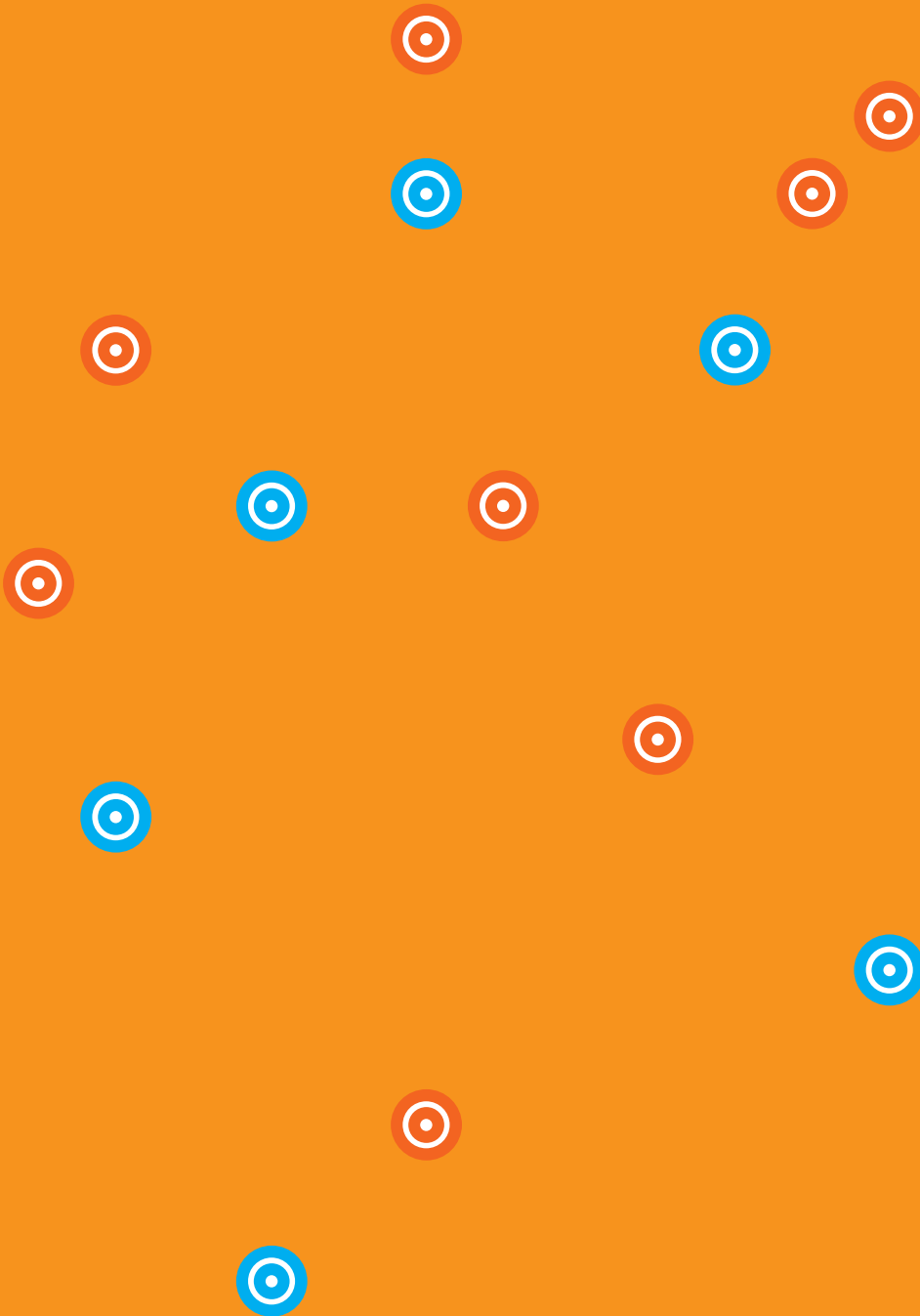
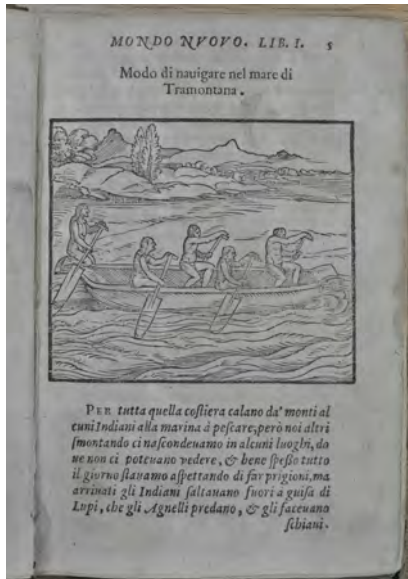
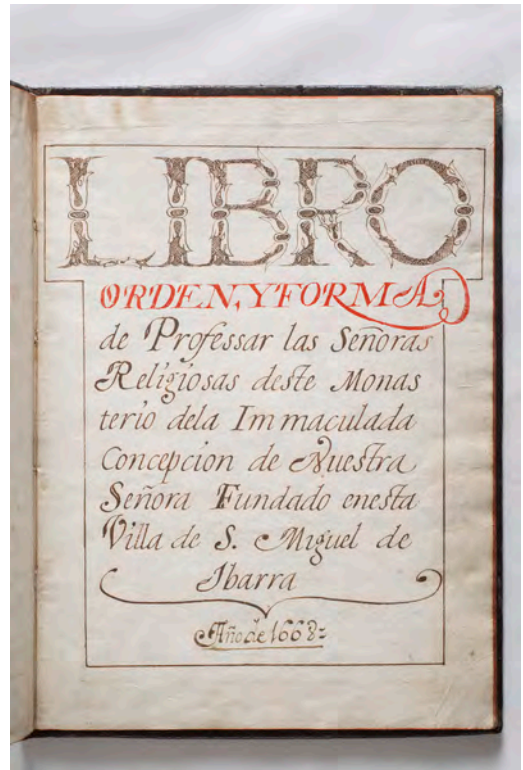


FIG. C1



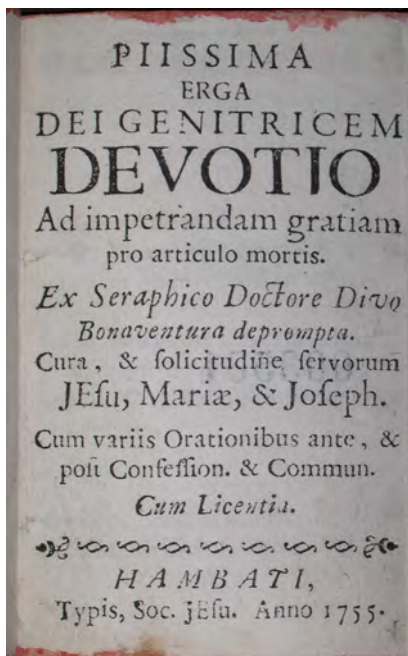
Período: Colonial
 Antecedentes de la Comunicación Visual: libro
 Pieza/producto: libro
 Título: "Primera ilustración difusora de paisajes ecuatorianos en Europa"
 Lugar y año de producción: Venecia, 1572
 Fuente: Archivo fotográfico Ortiz Alfonso, Quito, 2011, Benzoni, G., tomada de La *Historia del Mondo Nuovo*, pág. 5.

FIG. C2



Período: Colonial
 Antecedente de la Comunicación Visual: libro
 Pieza/producto: libro
 Título: "Orden y Forma de Professar"
 Lugar y año de producción: Ibarra, 1668
 Fuente: Biblioteca del Convento La Concepción. Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. C3



Período: Colonial
 Antecedentes de la Comunicación Visual: libro
 Pieza/producto: libro
 Título: "La Piísima", primera impresión hecha en Ecuador
 Lugar y año de producción: Ambato, 1755
 Fuente: archivo fotográfico Ortiz Alfonso, Quito, 2011

FIG. C4



Período: Colonial
 Antecedentes de la Comunicación Visual: libro
 Pieza/producto: libro
 Título: "La Piísima", primera impresión hecha en Ecuador
 Lugar y año de producción: Ambato, 1755
 Fuente: archivo fotográfico Ortiz Alfonso, Quito, 2011

FIG. C5



Período: Colonial
 Antecedente de la Comunicación Visual: libro
 Pieza/producto: libro de escrituras de censos
 Lugar y año de producción: Quito, 31 de enero de 1768
 Fuente: Biblioteca del Convento La Concepción. Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. C6



Período: Colonial
 Antecedente de la Comunicación Visual: libro
 Pieza/producto: libro de escrituras de censos
 Lugar y año de producción: Quito, 31 de enero de 1768
 Fuente: Biblioteca del Convento La Concepción. Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. C7



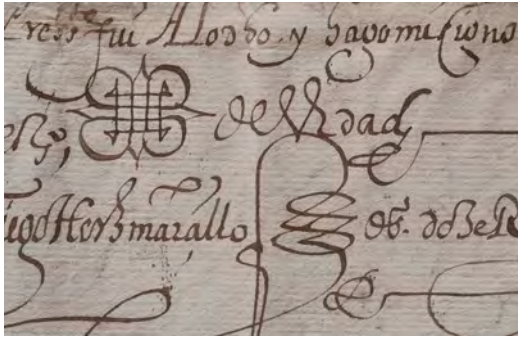
Período: Colonial
 Antecedente de la Comunicación Visual: libro
 Pieza/producto: libro de cuentas
 Fuente: Biblioteca del Convento La Concepción. Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. C8



Período: Colonial
 Antecedente de la Comunicación Visual: libro
 Pieza/producto: libro de anotaciones
 Técnica: repujado en cuero
 Fuente: Biblioteca del Convento La Concepción. Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. C9



Período: Colonial
 Antecedente de la Comunicación Visual: tipografía
 Pieza/producto: rúbricas en libro
 Técnica: manuscritos
 Fuente: Biblioteca del Convento La Concepción. Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. C10



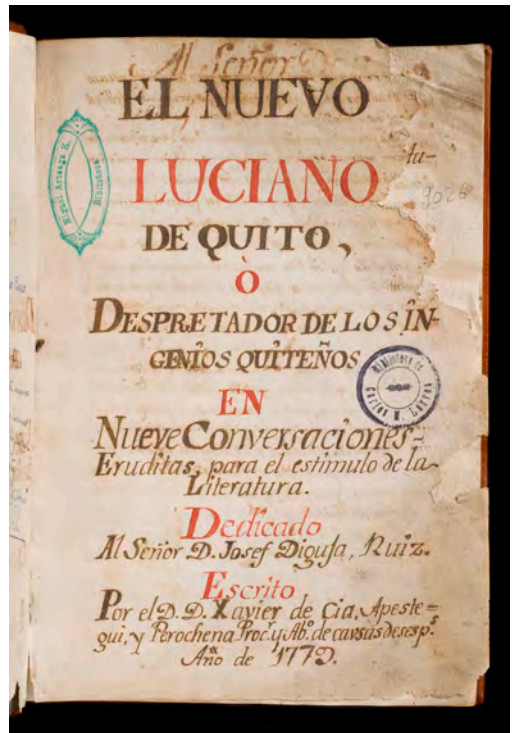
Período: Colonial
 Antecedente de la Comunicación Visual: libro
 Pieza/producto: libros
 Fuente: Biblioteca del Convento La Concepción. Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. C11



Período: Colonial
 Antecedente de la Comunicación Visual: libro
 Pieza/producto: lomo de libro
 Título: "Hiemal"
 Técnica: encuadernado en cuero
 Fuente: "Breviarium Romanum" 1698. Biblioteca del Convento La Concepción. Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. C12



Período: Colonial
 Antecedente de la Comunicación Visual: libro
 Pieza/producto: libro (manuscrito)
 Título: "El Nuevo Luciano de Quito o despretador de los ingenios quiteños"
 Diseño/autor: Eugenio Espejo
 Lugar y año de producción: Quito, 1779
 Fuente: Ministerio Coordinador de Patrimonio. Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. C13



Período: Colonial
 Antecedentes de la Comunicación Visual: libro
 Pieza/producto: grabado en libro
 Título: "Primera parte del viage"
 Diseño/autor: Juan Antonio de Ulloa
 Fuente: archivo fotográfico Ortiz Alfonso, Quito, 2011

FIG. C14



Período: Colonial
 Antecedentes de la Comunicación Visual: libro
 Pieza/producto: grabado en libro
 Título: "Libro Quarto: Viage desde el Puerto Perico a Guayaquil noticia de esta Navegacion; y defcripcion"
 Diseño/autor: Juan Antonio de Ulloa
 Fuente: archivo fotográfico Ortiz Alfonso, Quito, 2011

FIG. C15



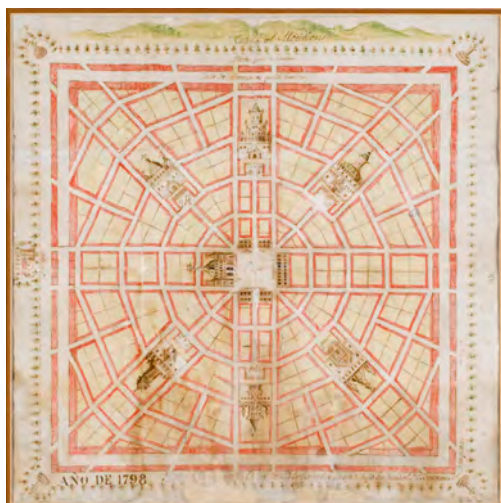
Período: Colonial
 Antecedentes de la Comunicación Visual: ícono
 Pieza/producto: grabado en libro
 Título: "Libro Quinto: Comprende el Viage desde Guayaquil hasta la Ciudad de Quito"
 Diseño/autor: Juan Antonio de Ulloa
 Fuente: archivo fotográfico Ortiz Alfonso, Quito, 2011

FIG. C16



Período: Colonial
 Antecedentes de la Comunicación Visual: ícono
 Pieza/producto: grabado
 Título: "Libro Sexto"
 Diseño/autor: Juan Antonio de Ulloa
 Fuente: archivo fotográfico Ortiz Alfonso, Quito, 2011

FIG. C17



Período: Colonial
 Antecedente de la Comunicación Visual: plano
 Pieza/producto: plano
 Título: "Plano para la ciudad de Riobamba"
 Diseño/autor: Bernardo Darquea
 Lugar y año de producción: Riobamba, 1798
 Fuente: archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. C18



Período: Colonial
 Antecedentes de la Comunicación Visual: ilustración
 Pieza/producto: ilustración
 Título: "Lámina sobre la vestimenta de Quito"
 Diseño/autor: Giulio Ferriario
 Lugar y año de producción: Italia, 1827
 Fuente: Archivo fotográfico Ortiz Alfonso, Quito, 2011, tomada de *Il costume antico e moderno di tutti i popoli dell'America*.

FIG. C19



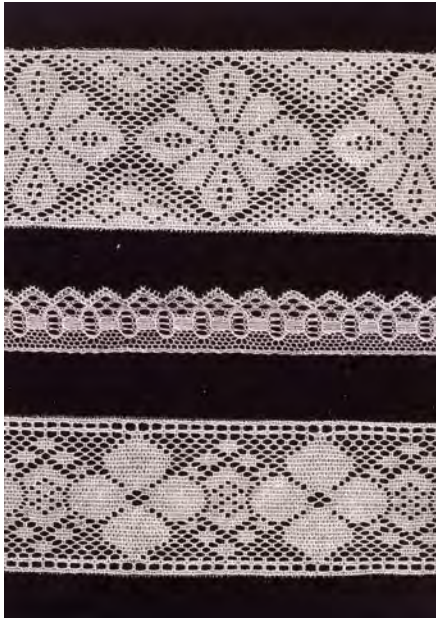
Período: Colonial
 Antecedentes de la Comunicación Visual: ilustración
 Pieza/producto: grabado
 Título: "Panorama de la ciudad y puerto de Guayaquil"
 Diseño/autor: Gaetano Osculati
 Lugar y año de producción: Milano, 1854
 Fuente: Archivo fotográfico Ortiz Alfonso, Quito, 2011 tomada de *Esplorazione delle Regioni Equatoriali lungo il Napo ed il fiume delle Amazzoni*, 1854, Milano.

FIG. C20



Período: Colonial
 Antecedentes de la Comunicación Visual: ilustración
 Pieza/producto: grabado
 Título: "Juego de los Incas en Cañar"
 Diseño/autor: Manuel Villavicencio
 Lugar y año de producción: Nueva York, 1858
 Fuente: Manuel. Archivo fotográfico Ortiz Alfonso, Quito, 2011 tomada de *Geografía de la República del Ecuador*, 1858, Villavicencio

FIG. C21



Período: Colonial
 Antecedentes de la Comunicación Visual: ícono
 Pieza/producto: encajes quiteños
 Diseño/autor: Eduard Whimper
 Lugar y año de producción: Londres, 1892
 Fuente: Archivo fotográfico Ortiz Alfonso, Quito, 2011 tomada de *Travels amongst the great Andes of Equator*, 1892, Londres, Eduard Whimper.

FIG. C22



Período: Colonial
 Antecedentes de la Comunicación Visual: ilustración
 Pieza/producto: grabado
 Título: "Ornamentation of Pottery"
 Diseño/autor: Eduard Whimper
 Lugar y año de producción: Londres, 1892
 Fuente: Archivo fotográfico Ortiz Alfonso, Quito, 2011 tomada de *Travels amongst the great Andes of Equator*, 1892, Londres, Eduard Whimper.

FIG. C23



Período: Colonial
 Antecedentes de la Comunicación Visual: ícono
 Pieza/producto: grabado
 Título: "Madre Santísima de la Luz"
 Fuente: tomada de Archivo fotográfico Ortiz Alfonso, Quito, 2011 *Historia del Ecuador*, Salvat, Vol.5, pág. 223.

FIG. C24



Período: Colonial
 Antecedentes de la Comunicación Visual: ícono
 Pieza/producto: grabado
 Título: "Alegoría de la provincia Jesuítica de Quito"
 Diseño/autor: Nicolás Goribar
 Fuente: archivo fotográfico Ortiz Alfonso, Quito, 2011

FIG. C25



Período: Colonial
 Antecedentes de la Comunicación Visual: ilustración
 Pieza/producto: grabado
 Título: "Ecuadorienne Earrings"
 Diseño/autor: Eduard Whimper
 Lugar y año de producción: Londres, 1892
 Fuente: Archivo fotográfico Ortiz Alfonso, Quito, 2011 tomada de *Travels amongst the great Andes of Equator*, 1892, Londres, Eduard Whimper.

FIG. C27



Período: Colonial
 Antecedentes de la Comunicación Visual: ilustración
 Pieza/producto: grabado
 Título: "Beetle-Wing Earring"
 Diseño/autor: Édouard André
 Fuente: Archivo fotográfico Ortiz Alfonso, Quito, 2011 tomada de Artículo "L'Amérique Équinoxiale" publicado en el tomo 45 de *Le Tour du Monde*, Paris, 1883.

FIG. C26



Período: Colonial
 Antecedentes de la Comunicación Visual: ilustración
 Pieza/producto: grabado
 Título: "Beetle-Wing Earring"
 Diseño/autor: Eduard Whimper
 Lugar y año de producción: Londres, 1892
 Fuente: Archivo fotográfico Ortiz Alfonso, Quito, 2011 tomada de *Travels amongst the great Andes of Equator*, 1892, Londres, Eduard Whimper.

FIG. C28



Período: Colonial
 Antecedentes de la Comunicación Visual: ilustración
 Pieza/producto: Ilustración
 Título: "Costumi di Quito"
 Ilustración: Ramón Salas
 Fuente: archivo fotográfico Ortiz Alfonso, Quito, 2011

FIG. C29



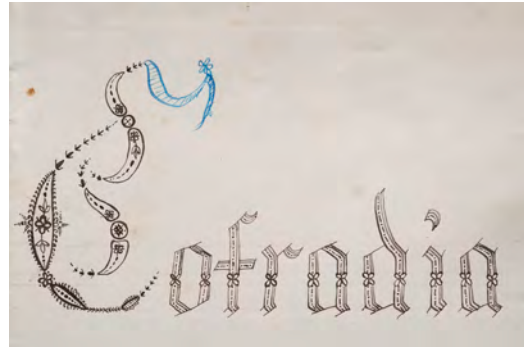
Período: Colonial
 Antecedentes de la Comunicación Visual: ilustración
 Pieza/producto: grabado con incorporación de texto
 Diseño/autor: Eduard Whimper
 Lugar y año de producción: Londres, 1892
 Fuente: Archivo fotográfico Ortiz Alfonso, Quito, 2011 tomada de *Travels amongst the great Andes of Equator*, 1892, Londres, Eduard Whimper.

FIG. C31



Período: Colonial
 Antecedente de la Comunicación Visual: ilustración
 Pieza/producto: ilustración
 Título: "Dame de Quito, allant à l'Eglise"
 Diseño/autor: Ernest Charton
 Fuente: Ministerio de Cultura. Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. C30



Período: Colonial
 Antecedente de la Comunicación Visual: tipografía
 Pieza/producto: tipografía
 Título: "Cofradía"
 Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011 tomada de Libro "Cofradía de la Inmaculada Concepción".

FIG. C32



Período: Colonial
 Antecedente de la Comunicación Visual: mapa
 Pieza/producto: mapa
 Título: "Plano de la Ciudad de San Francisco de Quito de Juan Pío Montúfar"
 Lugar y año de producción: S. XVIII
 Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011 tomada de Colección Centro Cultural Metropolitano. Museo Alberto Mena Caamaño.

FIG. C33



Período: Colonial
Antecedentes de la Comunicación Visual: ilustración
Pieza/producto: ilustración
Título: "Fillandria"
Ilustración: Xavier Cortés
Fuente: Archivo fotográfico Ortiz Alfonso, Quito, 2011 tomada de *Flora Guayaquilensis. La expedición Botánica de Juan Tafalla a la Real Audiencia de Quito 1799-1808*. Tomo II. Real Jardín Botánico de Madrid, Instituto para la conservación de la naturaleza (ICONA) Madrid, 1989.

FIG. C34



Período: Colonial
Antecedentes de la Comunicación Visual: ilustración
Pieza/producto: ilustración
Título: "Hura aculeata"
Ilustración: Xavier Cortés
Fuente: Archivo fotográfico Ortiz Alfonso, Quito, 2011 tomada de *Flora Guayaquilensis. La expedición Botánica de Juan Tafalla a la Real Audiencia de Quito 1799-1808*. Tomo II. Real Jardín Botánico de Madrid, Instituto para la conservación de la naturaleza (ICONA) Madrid, 1989.

FIG. C35



Período: Colonial
Antecedentes de la Comunicación Visual: ilustración
Pieza/producto: ilustración
Título: "Hibiscus"
Ilustración: Xavier Cortés
Fuente: Archivo fotográfico Ortiz Alfonso, Quito, 2011 tomada de *Flora Guayaquilensis. La expedición Botánica de Juan Tafalla a la Real Audiencia de Quito 1799-1808*. Tomo II. Real Jardín Botánico de Madrid, Instituto para la conservación de la naturaleza (ICONA) Madrid, 1989.

FIG. C36



Período: Colonial
Antecedentes de la Comunicación Visual: ilustración
Pieza/producto: ilustración
Título: "Myrodia cordata"
Ilustración: Xavier Cortés
Fuente: Archivo fotográfico Ortiz Alfonso, Quito, 2011 tomada de *Flora Guayaquilensis. La expedición Botánica de Juan Tafalla a la Real Audiencia de Quito 1799-1808*. Tomo II. Real Jardín Botánico de Madrid, Instituto para la conservación de la naturaleza (ICONA) Madrid, 1989.

FIG. C37



Período: Colonial
Antecedente de la Comunicación Visual: bellas artes
Pieza/producto: pintura
Título: "Arcangel San Gabriel con cornucopia"
Lugar y año de producción: Quito, Taller Miguel de Santiago, S. XVII
Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011. Museo Fray Pedro Gocial. Convento de San Francisco.

FIG. C39



Período: Colonial
Antecedente de la Comunicación Visual: icono
Pieza/producto: escultura
Título: "Virgen de la Escalera"
Técnica: grupo escultórico, madera tallada y policromada
Lugar y año de producción: Quito, finales siglo XVIII
Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011. Monasterio de Santa Catalina.

FIG. C38



Período: Colonial
Antecedente de la Comunicación Visual: icono
Pieza/producto: pintura
Título: "Intersección de la Inmaculada ante la muerte"
Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011. Convento de San Diego.

FIG. C40



Período: Colonial
Antecedente de la Comunicación Visual: icono
Pieza/producto: escultura
Título: "Ángel de la Luz"
Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011. Monasterio de Santa Clara.

FIG. C41



Período: Colonial
 Antecedente de la Comunicación Visual: icono
 Pieza/producto: capilla de Nuestra Señora del Rosario del Convento de Santo Domingo
 Lugar y año de producción: Quito
 Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. C42



Período: Colonial
 Antecedente de la Comunicación Visual: icono
 Pieza/producto: artesonado
 Técnica: talla en madera policromada
 Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011. Coro de la Iglesia de San Francisco.

FIG. C43



Período: Colonial
 Antecedente de la Comunicación Visual: icono
 Pieza/producto: repujado
 Título: "Sol". Detalle de frontal de plata de la Catedral
 Técnica: repujado, calada y cincelada
 Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011. Catedral Primada del Ecuador.

FIG. C44



Período: Colonial
 Antecedente de la Comunicación Visual: icono
 Pieza/producto: repujado, detalle frontal de plata de la Catedral
 Título: "Luna"
 Técnica: repujado, calada y cincelada
 Lugar y año de producción: S. XVIII
 Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011. Catedral Primada del Ecuador.

FIG. C45



Período: Colonial
 Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
 Pieza/producto: vasija de cerámica (cuenco vidriado)
 Técnica: cerámica circa
 Lugar y año de producción: Quito, Siglo XVIII
 Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011. Ministerio Coordinador de Patrimonio.

FIG. C46



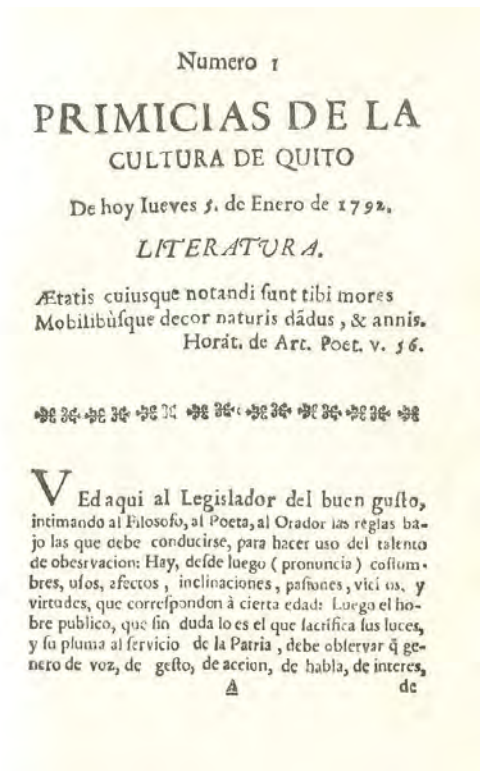
Período: Colonial
 Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
 Pieza/producto: pareja de queros
 Técnica: barniz de pasto, madera
 Lugar y año de producción: Siglo XVII
 Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011. Ministerio Coordinador de Patrimonio.

FIG. C47



Período: Colonial
 Antecedente de la Comunicación Visual: ícono
 Pieza/producto: escultura
 Título: "La Virgen recién nacida"
 Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011. Museo del Ministerio de Cultura.

FIG. C48



Período: Colonial
 Antecedente de la Comunicación Visual: periódico
 Pieza/producto: periódico
 Título: "Primicias de la Cultura de Quito"
 Diseño/autor: Francisco Javier Eugenio de Santa Cruz y Espejo
 Ilustración: por Raimundo de Salazar
 Técnica: impresión en prensa de madera
 Lugar y año de producción: Quito, 5 de enero de 1792
 Fuente: Biblioteca Ecuatoriana Aurelio Espinosa Pólit, consultado en Quito, julio, 2011

Antecedentes:
La
Independencia
y la Nueva
República

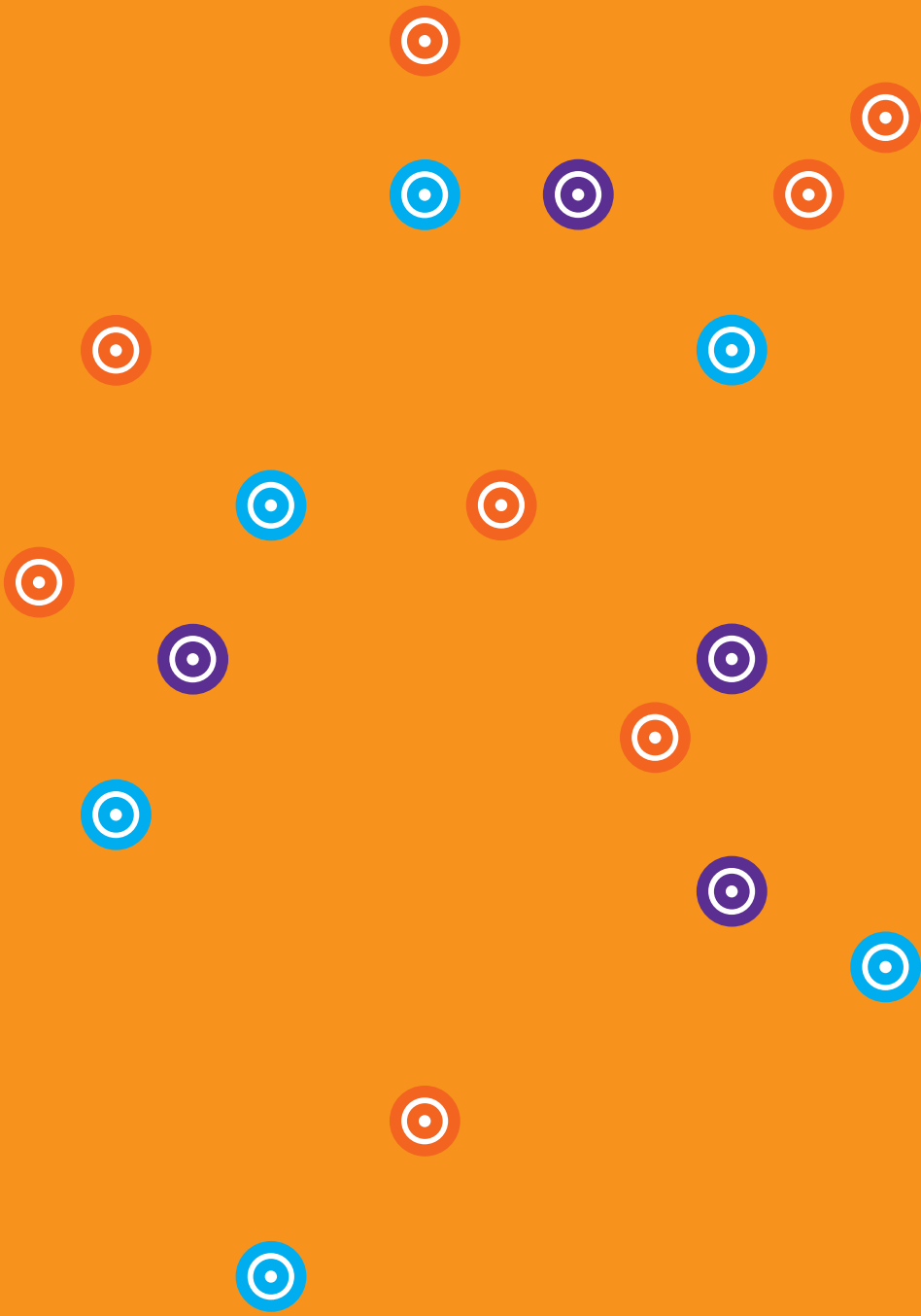
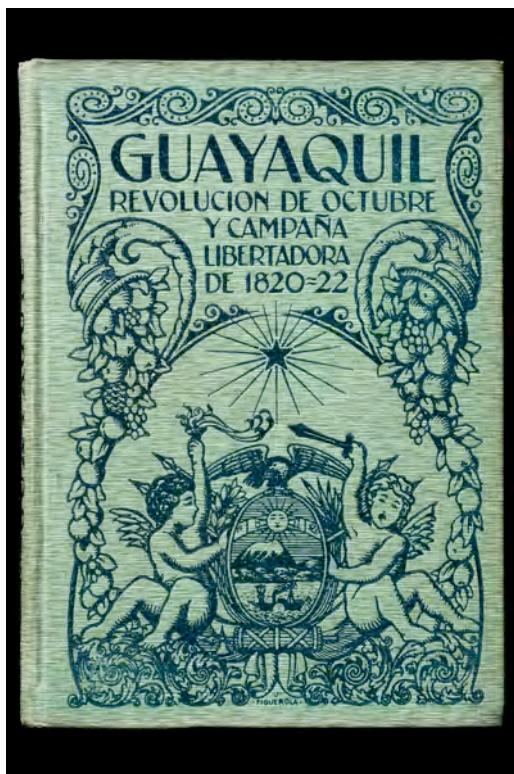


FIG. IR1



Período: Independencia y República
 Antecedente de la Comunicación Visual: libro
 Pieza/producto: portada de libro
 Título: "Guayaquil Revolución de octubre y campaña libertadora de 1820-22"
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 1820-1822
 Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. IR2



Período: Independencia y República
 Antecedente de la Comunicación Visual: libro
 Pieza/producto: libro
 Título: "Sagrado Corazón"
 Lugar y año de producción: Quito, 1843
 Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011 tomada de Libro "Manual de la Cofradía del Sagrado Corazón de Jesús". Biblioteca del Convento La Concepción.

FIG. IR3



Período: Independencia y República
 Antecedente de la Comunicación Visual: ilustración
 Pieza/producto: atlas de las pequeñas escrituras
 Título: "Chimborazo y Cariguanza en Humboldt Atlas der Kleinere Schriften"
 Lugar y año de producción: Stuttgart, 1853
 Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011. Fondo Jacinto Jijón y Caamaño, Ministerio de Cultura del Ecuador.

FIG. IR4



Período: Independencia y República
 Antecedente de la Comunicación Visual: mapa
 Pieza/producto: mapa Villavicencio
 Título: "Carta Corográfica República del Ecuador"
 Diseño/autor: Dr. Manuel Villavicencio
 Impresión: F. Mayer & Ca. Fulton
 Lugar y año de producción: Nueva York, 1858
 Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. IR5



Período: Independencia y República
Antecedente de la Comunicación Visual: impresión
Pieza/producto: billete
Título: "Un peso. Banco Particular de Descuento"
Lugar y año de producción: Circulación de Guayaquil, 1862
Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011. Fondo Filatélico, Museo Numismático, Banco Central del Ecuador.

FIG. IR6



Período: Independencia y República
Antecedente de la Comunicación Visual: impresión
Pieza/producto: billete
Título: "Cinco pesos. Banco Particular de Descuento"
Lugar y año de producción: Circulación de Guayaquil, 1864
Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011. Fondo Filatélico, Museo Numismático, Banco Central del Ecuador.

FIG. IR7



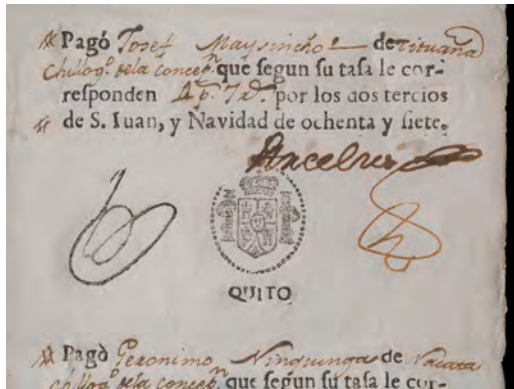
Período: Independencia y República
Antecedente de la Comunicación Visual: impresión
Pieza/producto: sello postal
Título: "Cuatro Reales rojo imperforado"
Diseño/autor: Manuel y Emilia Rivadeneira
Lugar y año de producción: Quito, 1866
Fuente: Archivo fotográfico Christoph Hirtz, Quito, 2011. Fondo Filatélico, Museo Numismático, Banco Central del Ecuador.

FIG. IR8



Período: Independencia y República
Antecedente de la Comunicación Visual: sello
Pieza/producto: detalle de papel sellado
Lugar y año de producción: 1879 - 1880
Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011. Biblioteca del Convento La Concepción.

FIG. IR9



Período: Independencia y República
 Antecedente de la Comunicación Visual: recibo
 Pieza/producto: recibo de pago
 Lugar y año de producción: Quito, 1887
 Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011. Biblioteca del Convento La Concepción.

FIG. IR10



Período Independencia y República
 Antecedentes de la Comunicación Visual: impresión
 Pieza/producto: medalla
 Título: "Exposición Nacional del Ecuador" emitida por la Municipalidad de Quito
 Lugar y año de producción: Quito, 1891
 Fuente: archivo fotográfico Ortiz Alfonso, 2011

FIG. IR11



Período: Independencia y República
 Antecedente de la Comunicación Visual: libro
 Pieza/producto: portada de libro
 Título: "Himno Nacional del Ecuador"
 Lugar y año de producción: 1895
 Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011. Biblioteca Ecuatoriana Aurelio Espinosa Pólit.

FIG. IR12



Período Independencia y República
 Antecedentes de la Comunicación Visual: libro
 Pieza/producto: portada de libro
 Título: "Capítulos que se le olvidaron a Cervantes"
 Diseño/autor: Obra póstuma de Juan Montalvo
 Lugar y año de producción: Barcelona, 1898
 Fuente: Archivo fotográfico Ortiz Alfonso, 2011

FIG. IR13



Período: Independencia y República
Antecedente de la Comunicación Visual: impresión
Pieza/producto: billete
Título: "Un sucre. Banco del Ecuador"
Impresión: American Bank Note Co.
Lugar y año de producción: especie monetaria emitida entre 1887 y 1901
Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011. Fondo Filatélico, Museo Numismático, Banco Central del Ecuador.

FIG. IR15



Período Independencia y República
Antecedentes de la Comunicación Visual: impresión
Pieza/producto: medalla
Título: "Centenario del 1er Grito de Independencia" emitida por el Ejército Ecuatoriano
Lugar y año de producción: Quito, 1909
Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, 2011

FIG. IR14



Período Independencia y República
Antecedentes de la Comunicación Visual: impresión
Pieza/producto: medalla
Título: "Centenario del 1er Grito de Independencia" emitida por la Municipalidad de Quito
Lugar y año de producción: Quito, 1909
Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, 2011

FIG. IR16



Período: Independencia y República
Antecedente de la Comunicación Visual: ilustración
Pieza/producto: ilustración
Diseño/autor: Joaquín Pinto
Técnica: tinta
Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011 tomada de Libro de Malacología "Fiune Malacologique de l'Equateur" de Auguste Cousin. Ministerio de Cultura.

Antecedentes:
Siglo XX
hasta década
de 1960

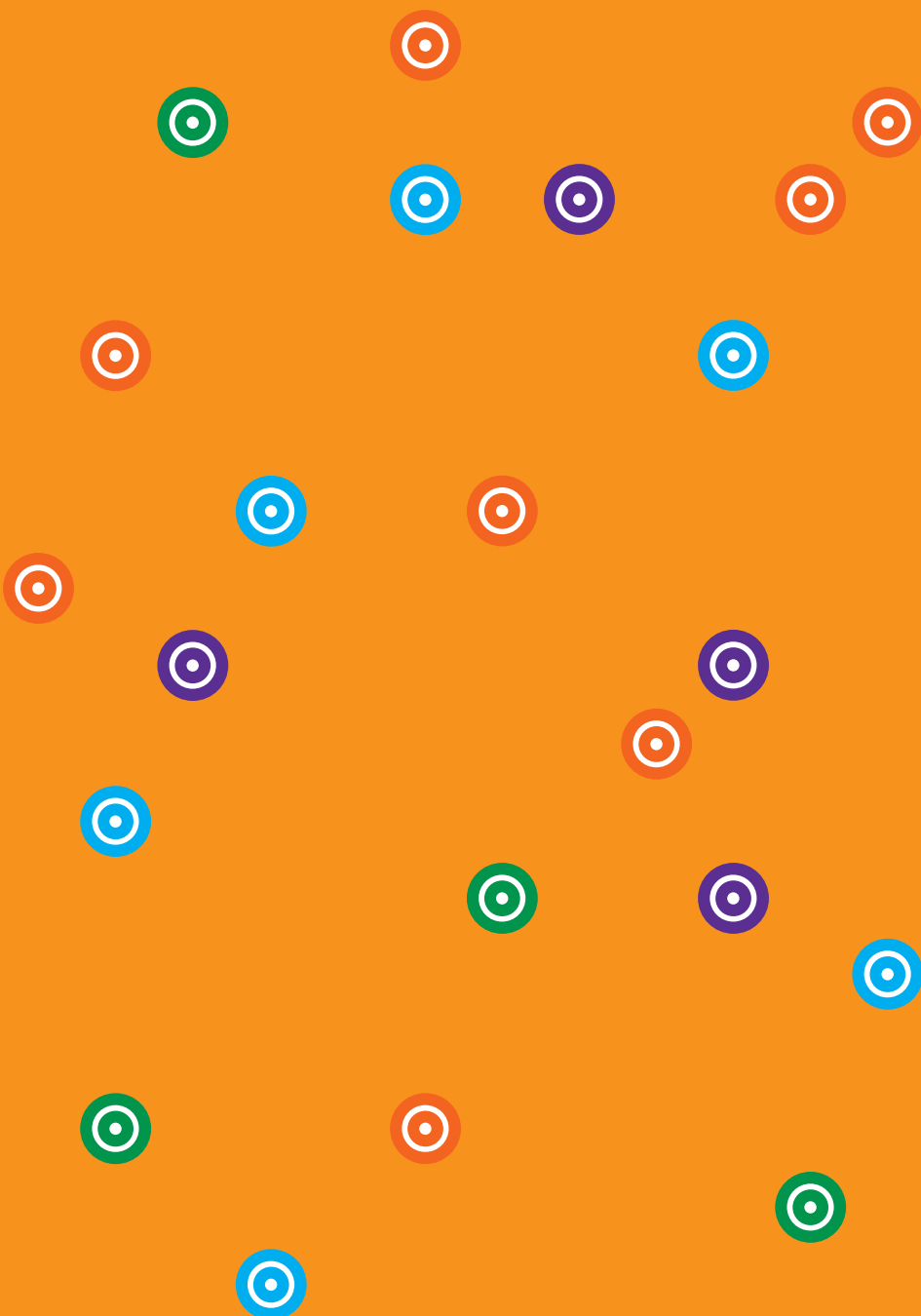


FIG. SXX1



Período: Siglo XX
 Antecedentes de la Comunicación Visual: ícono
 Pieza/producto: medalla
 Título: "Concurso de Publicidad Jorge Mantilla Ortega"
 Lugar y año de producción: Quito, 1906
 Fuente: Archivo fotográfico Ortiz Alfonso, Quito, 2011

FIG. SXX2



Período: Siglo XX
 Antecedente de la Comunicación Visual: impresión
 Pieza/producto: cinco centavos rosa y negro dentado
 Título: Serie "Inauguración del Ferrocarril Guayaquil - Quito"
 Lugar y año de producción: 1908
 Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011. Fondo Filatélico, Museo Numismático, Banco Central del Ecuador.

FIG. SXX3



Período: Siglo XX
 Antecedente de la Comunicación Visual: impresión
 Pieza/producto: un centavo café dentado
 Título: Serie "Inauguración del Ferrocarril Guayaquil - Quito"
 Lugar y año de producción: 1908
 Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011. Fondo Filatélico, Museo Numismático, Banco Central del Ecuador.

FIG. SXX4



Período: Siglo XX
 Antecedente de la Comunicación Visual: impresión
 Pieza/producto: billete
 Título: "Veinte sucres. Banco Comercial y Agrícola"
 Impresión: American Bank Note Co.
 Lugar y año de producción: 1915
 Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011. Fondo Filatélico, Museo Numismático, Banco Central del Ecuador.

FIG. SXX5



Período: Siglo XX
 Antecedente de la Comunicación Visual: bellas artes
 Pieza/producto: pintura
 Título: "La huida a Egipto"
 Diseño/autor: Víctor Mideros
 Técnica: óleo sobre lienzo
 Lugar y año de producción: Quito, 1931
 Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011. Convento Máximo de la Merced.

FIG. SXX7



Período: Siglo XX
 Antecedentes de la Comunicación Visual: impresión
 Pieza/producto: cono monetario
 Título: "Suces"
 Técnica: acero, níquel
 Impresión: Casa de Moneda: Huguenin Freres Le Locle, Suiza
 Lugar y año de producción: 1937
 Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011. Fondo Filatélico, Museo Numismático, Banco Central del Ecuador.

FIG. SXX6



Período: Siglo XX
 Antecedentes de la Comunicación Visual: impresión
 Pieza/producto: medalla
 Título: "Homenaje al Libertador"
 Diseño/autor: D. Arguello E.
 Cliente: Sociedad Bolivariana del Ecuador
 Lugar y año de producción: Quito, 1935
 Fuente: Archivo fotográfico Ortiz Alfonso, Quito, 2011

FIG. SXX8



Período: Siglo XX
 Antecedente de la Comunicación Visual: bellas artes
 Pieza/producto: pintura
 Título: "El Mayordomo"
 Diseño/autor: Manuel Rendón Seminario
 Técnica: óleo sobre lienzo
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 1940
 Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011. Ministerio de Cultura.

FIG. SXX9



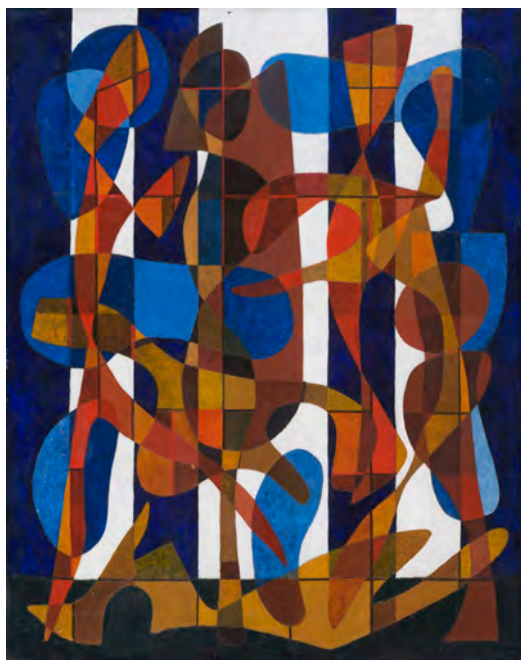
Período: Siglo XX
 Antecedentes de la Comunicación Visual: impresión
 Pieza/producto: medalla
 Título: "3er Congreso Médico Ecuatoriano Quito"
 Lugar y año de producción: Quito, 1942
 Fuente: Archivo fotográfico Ortiz Alfonso, Quito, 2011

FIG. SXX10



Período: Siglo XX
 Antecedente de la Comunicación Visual: impresión
 Pieza/producto: billete
 Título: "Cien sucres. Banco Central del Ecuador", espécimen
 Impresión: American Bank Note Co.
 Lugar y año de producción: 1928-1944
 Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011. Fondo Filatélico, Museo Numismático, Banco Central del Ecuador.

FIG. SXX11



Período: Siglo XX
 Antecedente de la Comunicación Visual: bellas artes
 Pieza/producto: pintura
 Título: "Juego entre Columnas"
 Diseño/autor: Manuel Rendón Seminario
 Técnica: óleo
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 1947
 Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011. Ministerio Coordinador de Patrimonio.

FIG. SXX12



Período: Siglo XX
 Antecedente de la Comunicación Visual: símbolo
 Pieza/producto: sombrero de copa
 Lugar y año de producción: Quito
 Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011. Ministerio Coordinador de Patrimonio.

FIG. SXX13



Período: Siglo XX
Antecedente de la Comunicación Visual: bellas artes
Pieza/producto: pintura
Título: "Caserío"
Diseño/autor: Luis Moscoso
Lugar y año de producción: Quito, 1951
Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. SXX14



Período: Siglo XX
Antecedente de la Comunicación Visual: bellas artes
Pieza/producto: pintura
Título: "Diapasón"
Diseño/autor: Araceli Gilbert
Lugar y año de producción: Guayaquil, 1953
Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011. Museo del Banco Central de Guayaquil.

FIG. SXX15



Período: Siglo XX
Antecedente de la Comunicación Visual: ilustración
Pieza/producto: grabado
Diseño/autor: Galo Galecio
Técnica: xilografía
Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. SXX16



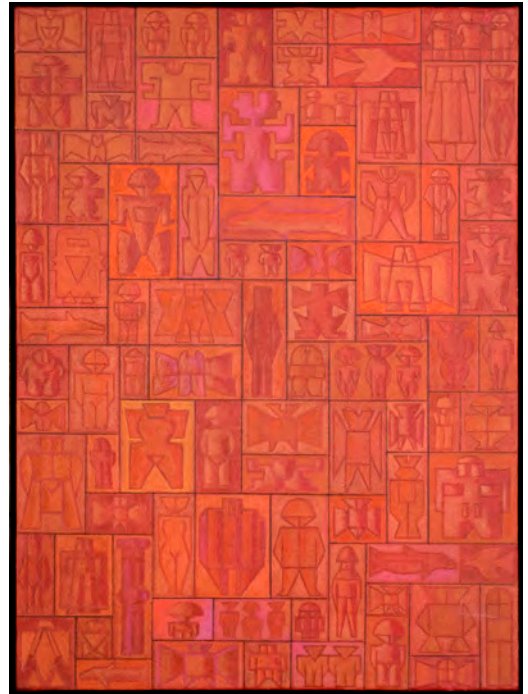
Período: Siglo XX
Antecedentes de la Comunicación Visual: impresión
Pieza/producto: medalla
Título: "Inauguración del nuevo edificio matriz Caja del Seguro"
Lugar y año de producción: Quito, 1959
Fuente: Archivo fotográfico Ortiz Alfonso, Quito, 2011

FIG. SXX17



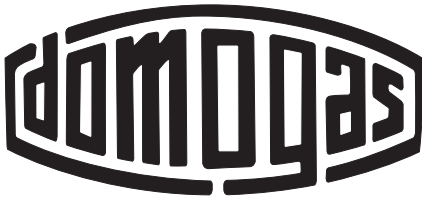
Período: Siglo XX
 Antecedentes de la Comunicación Visual: impresión
 Pieza/producto: medalla
 Título: "El Telégrafo"
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 1959
 Fuente: Archivo fotográfico Ortiz Alfonso, Quito, 2011

FIG. SXX18



Período: Siglo XX
 Antecedente de la Comunicación Visual: bellas artes
 Pieza/producto: pintura
 Título: "Estructura #25"
 Diseño/autor: Estuardo Maldonado
 Técnica: encausto y óleo sobre lienzo
 Lugar y año de producción: Quito, 1960
 Fuente: Colección particular. Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

FIG. SXX19



Período: Siglo XX
 Antecedentes de la Comunicación Visual: logotipo
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Domogas"
 Lugar y año de producción: logotipo publicado en aviso, Quito, 1966
 Fuente: Diario *El Comercio*, Quito, 1966

FIG. SXX20



Período: Siglo XX
 Antecedentes de la Comunicación Visual: logotipo
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Canal 6"
 Lugar y año de producción: logotipo publicado en aviso, Quito, 1966
 Fuente: Diario *El Comercio*, Quito, 1966

FIG. SXX21



Período: Siglo XX
Antecedentes de la Comunicación Visual: logotipo
Pieza/producto: logotipo
Título: "Tame"
Lugar y año de producción: logotipo publicado en aviso, Quito, 1966
Fuente: Diario *El Comercio*, consultado en Quito, 2011

FIG. SXX22



Período: Siglo XX
Antecedentes de la Comunicación Visual: logotipo
Pieza/producto: logotipo
Título: "Ecasa"
Lugar y año de producción: logotipo publicado en aviso, Quito, 1966
Fuente: Diario *El Comercio*, Quito, 1966

FIG. SXX23



Período: Siglo XX
Antecedentes de la Comunicación Visual: logotipo
Pieza/producto: logotipo
Título: "Supermercado La Favorita"
Lugar y año de producción: logotipo publicado en aviso, Quito, 1966
Fuente: Diario *El Comercio*, consultado en Quito, julio, 1966

FIG. SXX24



Período: Siglo XX
Antecedentes de la Comunicación Visual: logotipo
Pieza/producto: logotipo
Título: "Ecuacolor"
Lugar y año de producción: logotipo publicado en aviso, Quito, 1967
Fuente: Diario *El Comercio*, Quito, 1967

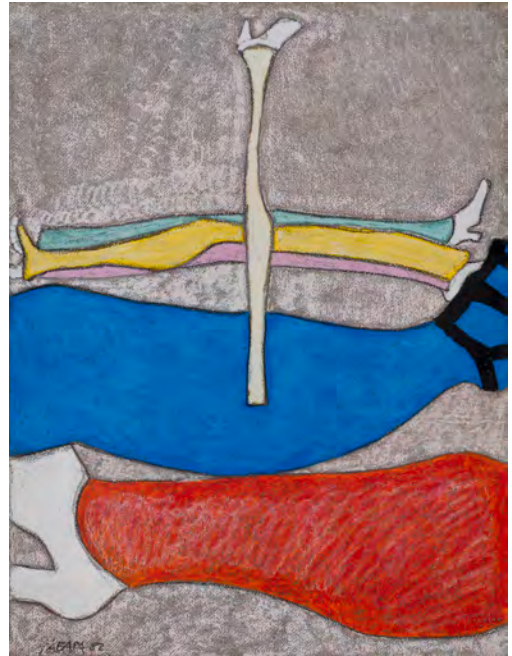
FIG. SXX25

Ecuatoriana

LA LINEA MAS CORDIAL DE LAS AMERICAS

Período: Siglo XX
Antecedentes de la Comunicación Visual: logotipo
Pieza/producto: logotipo
Título: "Ecuatoriana"
Lugar y año de producción: logotipo publicado en aviso, Quito, 1967
Fuente: Diario *El Comercio*, Quito, 1967

FIG. SXX26



Período: Siglo XX
Antecedente de la Comunicación Visual: bellas artes
Pieza/producto: pintura
Título: Serie "Pata-Pata"
Diseño/autor: Enrique Tábara
Lugar y año de producción: 1982
Fuente: Archivo fotográfico Christoph Hirtz, Quito, 2011

FIG. SXX27



Período: Siglo XX
Antecedente de la Comunicación Visual: bellas artes
Pieza/producto: collage
Título: "Sol Inti Sol, centro, luz, Taita Dios"
Diseño/autor: Oswaldo Viteri
Lugar y año de producción: Quito, 1989
Fuente: Archivo fotográfico Hirtz Christoph, Quito, 2011

Diseño
Gráfico:
Década
1970-1979



Fig. 70 - 1 CULTURAL 1



Década 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Gallo Capitán"
 Fuente: Revista *Cultura* No. 1, mayo-agosto de 1978, Banco Central del Ecuador

Fig. 70 - 2 ECONÓMICO 1



BANCO CAJA DE CREDITO AGRICOLA Y GANADERO

Década 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Banco Caja de Crédito Agrícola y Ganadero"
 Diseño/autor: Juan Lorenzo Barragán
 Cliente: Banco Caja de Crédito Agrícola y Ganadero
 Lugar y año de producción: Quito, 1979
 Premio o nominación: Primer Premio Concurso
 Fuente: Barragán, Juan Lorenzo

Fig. 70 - 3 SOCIAL 1



Década 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: isotipo
 Título: "Canal 2 TV"
 Cliente: Ecuavisa
 Lugar y año de producción: 1975
 Fuente: Burbano, Andrés

Fig. 70 - 4 SOCIAL 2



Década 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: isotipo
 Título: "Canal 8 TV"
 Diseño/autor: Rediseño elaborado por el Departamento de Dibujo del Canal 8
 Cliente: Ecuavisa
 Lugar y año de producción: 1979
 Fuente: Burbano, Andrés

Fig. 70 - 5 SOCIAL 3



Década 1970-1979
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: isotipo
Título: "Canal 2 TV"
Cliente: Gamavisión
Lugar y año de producción: 1972
Fuente: Burbano, Andrés

Fig. 70 - 6 SOCIAL 4



Década 1970-1979
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Canal Telenacional"
Cliente: Gamavisión
Lugar y año de producción: 1977
Fuente: Burbano, Andrés

Fig. 70 - 7 SOCIAL 5



Década 1970-1979
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Teleamazonas"
Cliente: Teleamazonas
Lugar y año de producción: 1973
Fuente: Burbano, Andrés

Fig. 70 - 8 SOCIAL 6



Década 1970-1979
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Teleamazonas"
Cliente: Teleamazonas
Lugar y año de producción: 1977
Fuente: Burbano, Andrés

Fig. 70 - 9 CULTURAL 2



Década 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Taller de Teatro Popular"
 Diseño/autor: Pilar Bustos
 Ilustración: Pilar Bustos
 Lugar y año de producción: Quito, 1970
 Fuente: Bustos, Pilar

Fig. 70 - 10 CULTURAL 3



Década 1970-1979
 Área del diseño gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Compañía Nacional de Danza"
 Diseño/autor: Pilar Bustos
 Lugar y año de producción: Quito, diciembre de 1977
 Fuente: Bustos, Pilar

Fig. 70 - 11 CULTURAL 4



Década 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "La Revolución Mexicana. Antecedentes y perspectivas"
 Diseño/autor: María Luz Calisto
 Ilustración: detalle de mural de Siqueiros
 Técnica: serigrafía
 Lugar y año de producción: México D.F., noviembre, 1979
 Premio o nominación: Premio Concurso Estudiantil, México D.F.
 Fuente: Calisto, María Luz

Fig. 70 - 12 CULTURAL 5

P.S.



Década 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "La honesta persona de Sechuan"
 Diseño/autor: María Luz Calisto
 Técnica: serigrafía
 Lugar y año de producción: México D.F., 1979
 Fuente: Calisto, María Luz

Fig. 70 - 13 SOCIAL 7



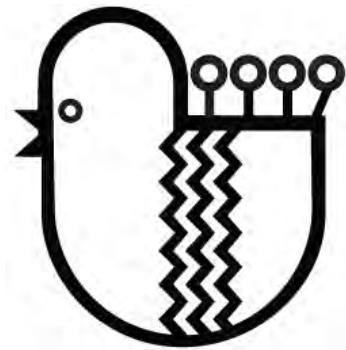
Década 1970-1979
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Editorial El Conejo"
Diseño/autor: Diego Cornejo
Dirección artística: Diego Cornejo
Ilustración: Diego Cornejo
Fuente: Cornejo, Diego

Fig. 70 - 14 CULTURAL 6



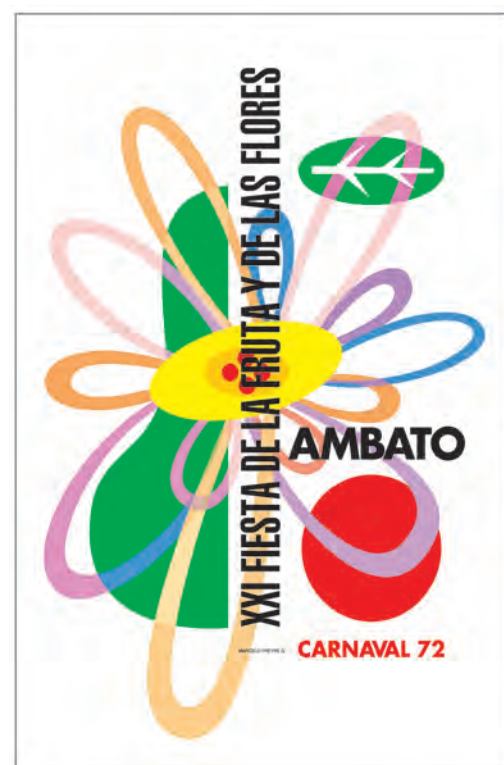
Década 1970-1979
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: isotipo de revista literaria
Título: "La Bufanda del Sol"
Diseño/autor: Guido Díaz
Dirección artística: Guido Díaz
Ilustración: Guido Díaz
Lugar y año de producción: Quito, 1972
Fuente: Díaz, Guido

Fig. 70 - 15 CULTURAL 7



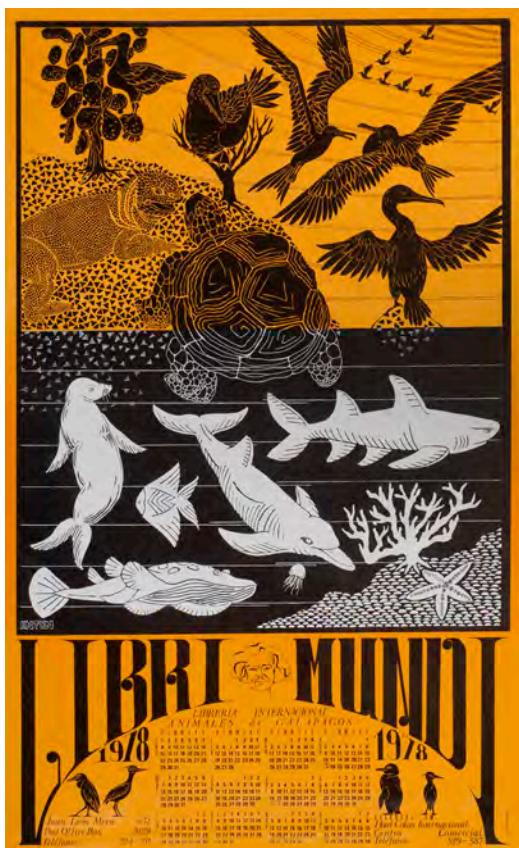
Década 1970-1979
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: isotipo
Título: "Festival de la Lira y la Pluma"
Diseño/autor: Guido Díaz
Lugar y año de producción: Quito, 1975
Fuente: Díaz, Guido

Fig. 70 - 16 ESTATAL 1



Década 1970-1979
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/producto: afiche
Título: "XXI Fiesta de la Fruta y de las Flores"
Diseño/autor: Marcelo Freyre
Lugar y año de producción: Ambato 1972
Fuente: Freyre, Marcelo

Fig. 70 - 17 **CULTURAL 8**



Década: 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: calendario
 Título: "Libri Mundi"
 Impresión: Imprenta Mariscal
 Lugar y año de producción: Quito, 1978
 Fuente: Archivo fotográfico Christoph Hirtz, Quito, 2011

Fig. 70 - 19 **CULTURAL 9**



Década: 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Libri Mundi"
 Lugar y año de producción: Desconocido
 Fuente: Archivo fotográfico Christoph Hirtz, Quito, 2011

Fig. 70 - 18 **SOCIAL 8**



Década 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: cómic
 Título: "El Tiempo Heroico"
 Diseño/autor: Nelson Jácome
 Dirección artística: Nelson Jácome
 Ilustración: Nelson Jácome
 Impresión: Diario El Comercio
 Cliente: Diario El Comercio
 Lugar y año de producción: Quito, 1970-1971
 Fuente: Tite, Jorge

Fig. 70 - 20 **ECONÓMICO 2**



EL MARCO DEL ARTE.

Década: 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Bupe"
 Diseño/autor: Vicente Larrea
 Lugar y año de producción: Quito, 1970
 Fuente: Bupe

Fig. 70 - 21 SOCIAL 9



Década: 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Radio Quito"
 Lugar y año de producción: logotipo publicado en aviso, Quito, 1970
 Fuente: Diario *El Comercio*, consultado en Quito, junio, 1970

P.S.

Fig. 70 - 22 ECONÓMICO 3



Década: 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: isotipo
 Título: "Grupo Noboa"
 Diseño/autor: Peter Mussfeldt
 Dirección artística: Peter Mussfeldt
 Ilustración: Peter Mussfeldt
 Agencia/estudio de diseño: NORLOP
 Cliente: Grupo Noboa
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 1970
 Fuente: Mussfeldt, Peter

Fig. 70 - 23 ECONÓMICO 4



Década: 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: isotipo
 Título: "Banco del Pacífico"
 Diseño/autor: Peter Mussfeldt
 Dirección artística: Peter Mussfeldt
 Ilustración: Peter Mussfeldt
 Agencia/estudio de diseño: Freelance
 Cliente: Banco del Pacífico
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 1972
 Fuente: Mussfeldt, Peter

P.S.

Fig. 70 - 24 ECONÓMICO 5



Década: 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: alfombra
 Título: "Pájaros"
 Diseño/autor: Peter Mussfeldt
 Dirección artística: Peter Mussfeldt
 Ilustración: Peter Mussfeldt
 Cliente: Peter Mussfeldt
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 1975
 Fuente: Mussfeldt, Peter

P.S.

Fig. 70 - 25 **ECONÓMICO 6**



Década: 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustraciones
 Título: "Tortuga Galápagos-Piquero-Pelicano"
 Diseño/autor: Peter Mussfeldt
 Dirección artística: Peter Mussfeldt
 Ilustración: Peter Mussfeldt
 Agencia/estudio de diseño: Freelance
 Cliente: Peter Mussfeldt
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 1976-1978
 Fuente: Mussfeldt, Peter

Fig. 70 - 27 **ESTATAL 2**



Década 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "TAME"
 Cliente: TAME
 Lugar y año de producción: logo publicado en aviso, Quito, 1970
 Fuente: Diario *El Comercio*, consultado en Quito, junio, 2011

Fig. 70 - 26 **ECONÓMICO 7**



Década 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: medalla
 Título: "Banco de los Andes"
 Lugar y año de producción: Quito, 1978
 Fuente: Archivo fotográfico Ortiz Alfonso, 2011

Fig. 70 - 28 **ESTATAL 3**



Década 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: isotipo
 Título: "Superintendencia de Compañías"
 Diseño/autor: Jorge Tite
 Cliente: Superintendencia de Compañías
 Lugar y año de producción: Quito, 1973
 Fuente: Tite, Jorge

Fig. 70 - 29 SOCIAL 10



Década 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Canal 8"
 Diseño/autor: Jorge Tite
 Cliente: Canal 8
 Lugar y año de producción: Quito, 1973
 Fuente: Tite, Jorge

P.S.

Fig. 70 - 30 SOCIAL 11



Década 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de revista La Pandilla de El Comercio
 Título: "La Pandilla No. 4"
 Ilustración: Jorge Tite
 Cliente: La Pandilla
 Lugar y año de producción: Quito, 7 de abril de 1972
 Fuente: Tite, Jorge

Fig. 70 - 31 ECONÓMICO 8



Década: 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en periódico El Universo
 Título: "Domogas"
 Lugar y año de producción: Guayaquil,
 Miércoles 2 de diciembre de 1970
 Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011.

Fig. 70 - 32 ECONÓMICO 9



Década 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en El Universo
 Título: "Llegó Papá Noel a la Filantrópica!"
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 4 de diciembre de 1970
 Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011

Fig. 70 - 33 **ECONÓMICO 10**



Década: 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en periódico El Universo
 Título: "Fin de Año-Tennis Club"
 Lugar y año de producción: Guayaquil, Lunes 7 de diciembre de 1970
 Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011.

Fig. 70 - 34 **ECONÓMICO 11**



Década: 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en periódico El Universo
 Título: "Ecasa"
 Lugar y año de producción: Guayaquil, Lunes 14 de diciembre de 1970
 Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011.

Fig. 70 - 35 **ECONÓMICO 12**



Década: 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en periódico El Universo
 Título: "Mecanos S.A.C."
 Lugar y año de producción: Guayaquil, Miércoles 16 de diciembre de 1970
 Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011.

Fig. 70 - 36 **ECONÓMICO 13**



Década: 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en periódico El Universo
 Título: "Full Speed"
 Lugar y año de producción: Guayaquil, Miércoles 9 de diciembre de 1970
 Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011.

Fig. 70 - 37 **ECONÓMICO 14**



Década: 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en periódico El Universo
 Título: "Tame"
 Lugar y año de producción: Guayaquil, Jueves 17 de diciembre de 1970
 Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011.

Fig. 70 - 38 **ECONÓMICO 15**



Década: 1970-1979
 Área del diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en periódico El Universo
 Título: "Leche La Avelina"
 Lugar y año de producción: Guayaquil, Viernes 18 de diciembre de 1970
 Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011.

Fig. 70 - 39 **ECONÓMICO 16**



Década: 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en periódico El Universo
 Título: "Fortex"
 Lugar y año de producción: Guayaquil, Sábado 19 de diciembre de 1970
 Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011.

Fig. 70 - 40 **ECONÓMICO 17**



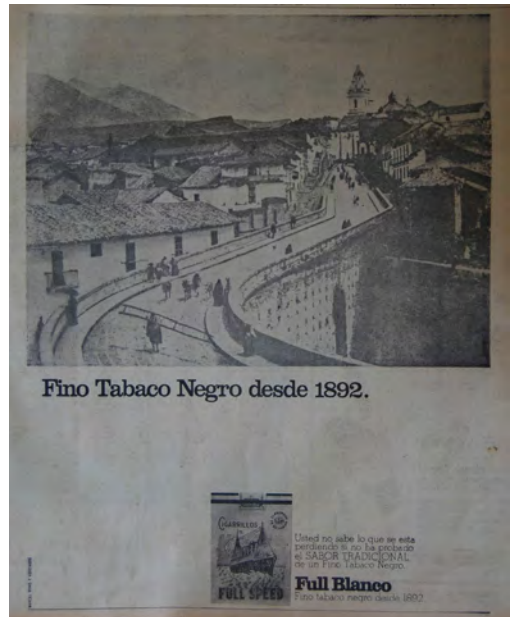
Década: 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en periódico El Universo
 Título: "Ama a tu prójimo"
 Lugar y año de producción: Guayaquil, Jueves 24 de diciembre de 1970
 Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011.

Fig. 70 - 41 SOCIAL 12



Década 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: portada en El Universo
 Título: "Para nuestros lectores los astros predicen Paz, Amor y Felicidad en esta Navidad..."
 Agencia/estudio de diseño: Ecuatorian Advertising Agency C. Ltda.
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 25 de diciembre de 1970
 Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011.

Fig. 70 - 42 ECONÓMICO 18



Década: 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en periódico El Universo
 Título: "Full Blanco"
 Lugar y año de producción: Guayaquil, Lunes 28 de diciembre de 1970
 Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011.

Fig. 70 - 43 ECONÓMICO 19



Década 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en periódico El Universo
 Título: "Viaje al pagar la 10a. cuota, disfrute del 0049"
 Cliente: "Ecuatoriana"
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 29 de diciembre de 1970
 Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011.

Fig. 70 - 44 ECONÓMICO 20



Década 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en periódico El Universo
 Título: "Zhumir"
 Cliente: Zhumir
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 30 de diciembre de 1970
 Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011.

Fig. 70 - 45 ECONÓMICO 21



Década 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en periódico El Universo
 Título: "Les deseamos un prospero Año Nuevo-Manzana"
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 31 de diciembre de 1970
 Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011

Fig. 70 - 46 ECONÓMICO 22



Década 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en periódico El Universo
 Título: "Comience el año 1971 brindando con Gran Duval"
 Agencia/estudio de diseño: Publicidad Internacional Cía. Ltda.
 Cliente: Gran Duval
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 31 de diciembre de 1970
 Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011

Fig. 70 - 47 ECONÓMICO 23



Década 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en periódico El Universo
 Título: "El nuevo calor que hace la vida mejor"
 Cliente: ECASA
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 2 de febrero de 1975
 Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011

Fig. 70 - 48 ECONÓMICO 24



Década 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en periódico El Universo
 Título: "Almacenes de música J. D. Feraud Guzmán"
 Agencia/estudio de diseño: Ecuadorian
 Cliente: "Almacenes de música J. D. Feraud Guzmán"
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 5 de febrero de 1975
 Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011

Fig. 70 - 49 **ECONÓMICO 25**

P.S.

Fig. 70 - 50 **ESTATAL 4**



Década 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en periódico El Universo
 Título: "Refrigeradurex"
 Cliente: Refrigeradurex
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 14 de febrero de 1975
 Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011



Década: 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en periódico El Universo
 Título: "Ministerio de Agricultura"
 Lugar y año de producción: Guayaquil, Domingo 16 de febrero de 1975
 Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011

Fig. 70 - 51 **ESTATAL 5**

Fig. 70 - 52 **ESTATAL 6**



Década 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en periódico El Universo
 Título: "3 años de obras IETEL"
 Cliente: IETEL
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 16 de febrero de 1975
 Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011



Década 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en periódico El Universo
 Título: "Abastecer al País de arroz y maíz es nuestra misión"
 Cliente: Ministerio de Agricultura y Ganadería
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 16 de febrero de 1975
 Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011

Fig. 70 - 53 **ESTATAL 7**



Década 1970-1979
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/producto: aviso en periódico El Universo
Título: "El nuevo Ecuador esta en marcha..."
Cliente: Ministerio de Finanzas
Lugar y año de producción: Guayaquil, 21 de febrero de 1975
Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011

P.S.

Fig. 70 - 54 **ECONÓMICO 26**



Década 1970-1979
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/producto: aviso en periódico El Universo
Título: "Recuerde. No deje de llevar un colchón Primor en sus vacaciones"
Cliente: Colchón Primor
Lugar y año de producción: Guayaquil, 21 de febrero de 1975
Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011

Fig. 70 - 55 **ECONÓMICO 27**



Década 1970-1979
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/producto: aviso en periódico El Universo
Título: "Fuente de Soda El Tiburón"
Cliente: Fuente de Soda el Tiburón
Lugar y año de producción: Guayaquil, 21 de febrero de 1975
Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011

P.S.

Fig. 70 - 56 **ECONÓMICO 28**



Década 1970-1979
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/producto: aviso en periódico El Universo
Título: "Hoy gratis"
Cliente: Durex
Lugar y año de producción: Guayaquil, 23 de febrero de 1975
Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011

Fig. 70 - 57 **ECONÓMICO 29**



Década 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en periódico El Universo
 Título: "Tenga un buen aire ejecutivo"
 Cliente: Importadora Comercial Salem
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 23 de febrero de 1975
 Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011

Fig. 70 - 58 **ECONÓMICO 30**



Década 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en periódico El Universo
 Título: "Estamos en la red más prometedor: 18 años"
 Cliente: Radio Cristal
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 24 de febrero de 1975
 Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011

Fig. 70 - 59 **EDUCATIVO 1**

P.S.



Década 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en periódico El Universo
 Título: "Textos LNS"
 Cliente: Librerías LNS
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 25 de febrero de 1975
 Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011

Fig. 70 - 60 **POLÍTICO 1**

P.S.



Década 1970-1979
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Che Guevara"
 Diseño/autor: Manuel Vieira
 Ilustración: Manuel Vieira
 Impresión: serigrafía
 Lugar y año de producción: Quito, 1970
 Fuente: Cornejo, Diego

Fig. 70 - 61 **ECONÓMICO 31**



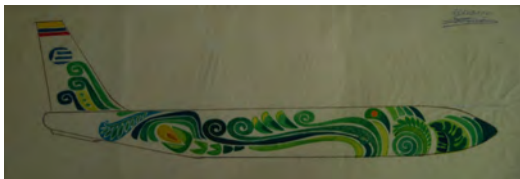
Década 1970-1979
Área del Diseño Gráfico: ilustración
Pieza/producto: díptico publicitario
Título: "La Casa del Sol"
Diseño/autor: Jaime Villa
Dirección artística: Jaime Villa
Ilustración: Jaime Villa
Técnica: litografía
Cliente: Galería de Arte Pachacamac
Lugar y año de producción: Guayaquil, 1973
Premio o nominación: Primer Premio
Fuente: Villa, Jaime

Fig. 70 - 62 **ESTATAL 8**



Década 1970-1979
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: ilustración de aviones
Título: "Guayas" (arriba) "Napo" (abajo)
Diseño/autor: Jaime Villa
Ilustración: Jaime Villa
Técnica: Lacas anti térmicas (pintura especial para aviones)
Cliente: Ecuatoriana de Aviación
Lugar y año de producción: Israel, 1975
Fuente: Villa, Jaime

Fig. 70 - 63 **ESTATAL 9**



Década 1970-1979
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: ilustración para aviones
Título: "Napo"
Diseño/autor: Jaime Villa
Dirección artística: Jaime Villa
Ilustración: Jaime Villa
Técnica: Lacas anti térmicas (pintura especial para aviones)
Cliente: Ecuatoriana de Aviación
Lugar y año de producción: Israel, 1975
Fuente: Villa, Jaime

Fig. 70 - 64 **ESTATAL 10**



Década 1970-1979
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: ilustración para aviones
Título: "Guayas"
Diseño/autor: Jaime Villa
Dirección artística: Jaime Villa
Ilustración: Jaime Villa
Técnica: Lacas anti térmicas (pintura especial para aviones)
Cliente: Ecuatoriana de Aviación
Lugar y año de producción: Israel 1975
Fuente: Villa, Jaime

Diseño
Gráfico:
Década
1980-1989



Fig. 80 - 1 CULTURAL 1



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: portada de disco
 Título: "Promesas Temporales"
 Diseño/autor: Juan Lorenzo Barragán
 Agencia/estudio de diseño: Azuca
 Cliente: Promesas Temporales
 Lugar y año de producción: Quito, 1984
 Fuente: Barragán Juan Lorenzo

Fig. 80 - 2 CULTURAL 2

P.S.



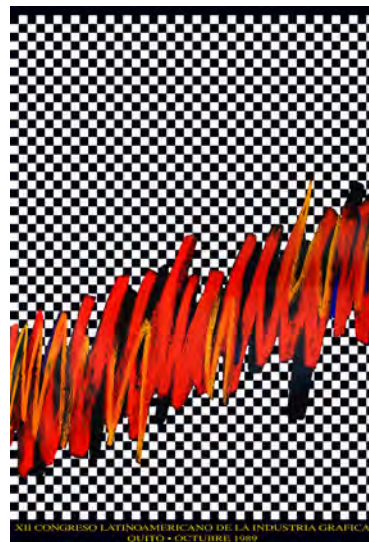
Década: 1980-1989
 Área del diseño gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Acto sin palabras"
 Diseño/autor: Juan Lorenzo Barragán
 Agencia/estudio de diseño: Azuca
 Lugar y año de producción: Quito, 1988
 Fuente: Barragán, Juan Lorenzo

Fig. 80 - 3 CULTURAL 3



Década: 1980-1989
 Área del diseño gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Mary Wigman"
 Diseño/autor: Juan Lorenzo Barragán
 Agencia/estudio de diseño: Azuca
 Lugar y año de producción: Quito, 1989
 Fuente: Barragán, Juan Lorenzo

Fig. 80 - 4 CULTURAL 4



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "XII Congreso latinoamericano de la Industria Gráfica"
 Diseño/autor: Juan Lorenzo Barragán
 Agencia/estudio de diseño: Azuca
 Cliente: Imprenta Mariscal
 Lugar y año de producción: Quito, 1989
 Premio o nominación: Segunda Mención en la Primera Bienal del Afiche en Ecuador, ADG, Quito, 1994.
 Fuente: Barragán, Juan Lorenzo

Fig. 80 - 5 CULTURAL 5



Década: 1980-1989
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: isotipo
Título: "Asociación de Grabadores del Ecuador"
Diseño/autor: Paula Barragán
Cliente: Asociación de Grabadores del Ecuador
Lugar y año de producción: Quito, 1980
Premio o nominación: 1er premio AGE
Fuente: Barragán, Paula

Fig. 80 - 7 CULTURAL 7



Década: 1980-1989
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/producto: afiche
Título: "Festival de Música Negra"
Diseño/autor: Paula Barragán y Juan Lorenzo Barragán
Ilustración: Paula Barragán
Agencia/estudio de diseño: Azuca
Cliente: Centro Cultural San Sebastián
Lugar y año de producción: Quito, 1984
Premio o nominación: Primer Premio Bienal del Afiche en Ecuador, ADG, Quito, 1994
Fuente: Barragán, Paula

Fig. 80 - 6 CULTURAL 6



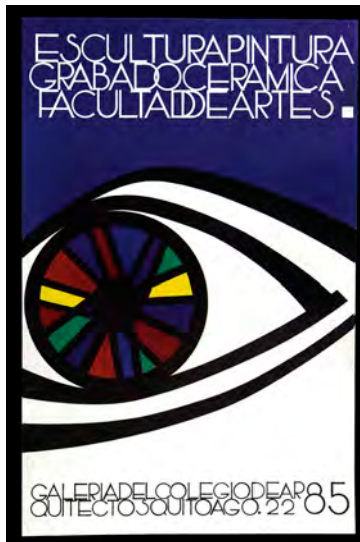
Década: 1980-1989
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/producto: afiche
Título: "Doña Rosita la soltera"
Diseño/autor: Paula Barragán
Agencia/estudio de diseño: Azuca
Cliente: Malayerba
Lugar y año de producción: Quito, 1984
Premio o nominación: Primera Mención Bienal del Afiche en Ecuador, ADG, Quito, 1994
Fuente: Barragán, Paula

Fig. 80 - 8 ESTATAL 1



Década: 1980-1989
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Parque Botánico de Quito"
Diseño/autor: Paula Barragán
Agencia/estudio de diseño:
Cliente: Parque Botánico de Quito
Lugar y año de producción: Quito, 1989
Fuente: Barragán, Paula

Fig. 80 - 9 CULTURAL 8



Década 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/Producto: afiche
 Título: "Escultura, grabado, cerámica-Facultad de Artes"
 Diseño/autor: Paula Barragán
 Lugar y Año de Producción: Quito, 1985
 Fuente: Barragán, Paula

Fig. 80 - 11 CULTURAL 10



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/Producto: afiche
 Título: "Mujeres"
 Diseño/autor: Pilar Bustos
 Ilustración: Pilar Bustos
 Técnica: serigrafía
 Cliente: Malayerba
 Lugar y año de producción: Quito, 1981
 Fuente: Bustos, Pilar

Fig. 80 - 10 CULTURAL 9



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/Producto: logotipo
 Título: "Editorial La Quimera"
 Diseño/autor: Pilar Bustos
 Cliente: Editorial La Quimera
 Lugar y año de producción: Quito, 1980
 Fuente: Bustos, Pilar

Fig. 80 - 12 CULTURAL 11



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/Producto: afiche
 Título: "Pedro Navaja"
 Diseño/autor: Pilar Bustos
 Ilustración: Pilar Bustos
 Técnica: serigrafía
 Cliente: Danza Experimental Contemporánea
 Lugar y año de producción: Quito, 1982
 Fuente: Bustos, Pilar

P.S.

Fig. 80 - 13 CULTURAL 12



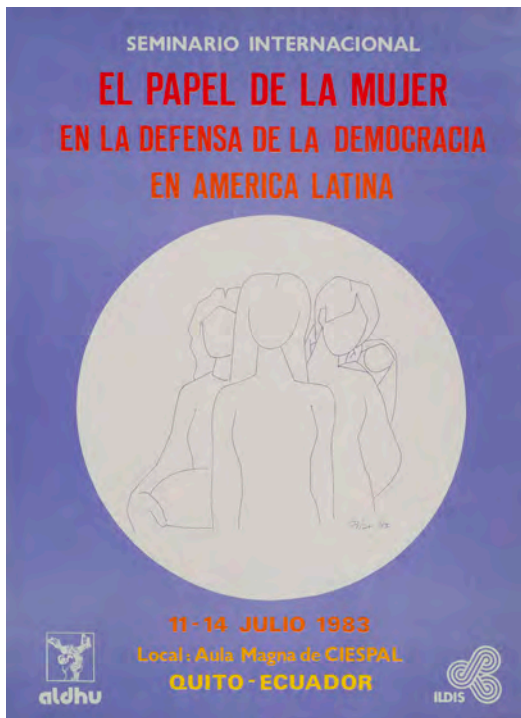
Década 1980-1989
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/Producto: afiche
Título: "Muestra de Dibujos"
Diseño/autor: Pilar Bustos
Ilustración: Pilar Bustos
Lugar y Año de Producción: Quito, 1981
Fuente: Bustos, Pilar

Fig. 80 - 14 CULTURAL 13



Década 1980-1989
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/Producto: afiche
Título: "Manuela Saenz"
Diseño/autor: Pilar Bustos
Ilustración: Pilar Bustos
Lugar y Año de Producción: Quito, 1986
Fuente: Bustos, Pilar

Fig. 80 - 15 SOCIAL 1



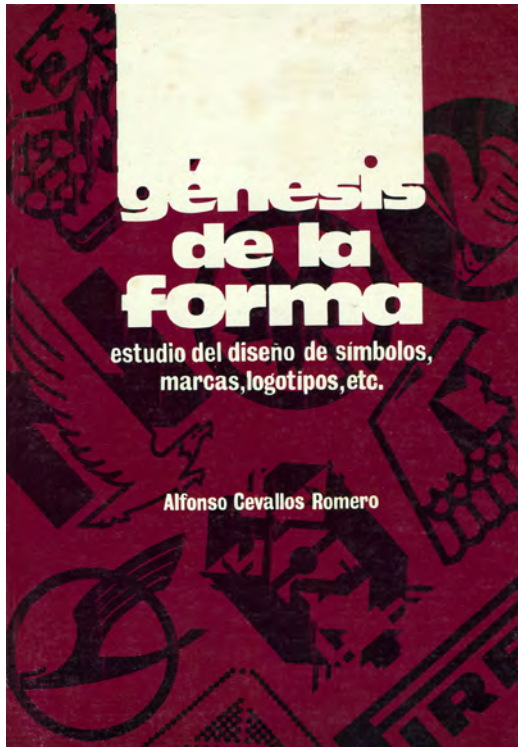
Década: 1980-1989
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/producto: afiche
Título: "El papel de la mujer en la defensa de la democracia en América Latina"
Diseño/autor: Pilar Bustos
Ilustración: Pilar Bustos
Cliente: ALDHU, ILDIS
Lugar y año de producción: Quito, 1983
Fuente: Archivo fotográfico Christoph Hirtz, Quito, 2011

Fig. 80 - 16 CULTURAL 14



Década: 1980-1989
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/producto: portada de disco
Título: "Tercer Festival de la Canción Latinoamericana"
Diseño/autor: María Luz Calisto
Lugar y año de producción: Quito, 1984
Fuente: Calisto, María Luz

Fig. 80 - 17 EDUCATIVO 1



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: libro
 Título: "Génesis de la forma"
 Diseño/autor: Alfonso Cevallos
 Técnica: offset
 Impresión: Talleres Colorking
 Lugar y año de producción: Ibarra, noviembre de 1984
 Fuente: Cevallos, Alfonso, *Génesis de la forma*, Universidad Católica del Ecuador/ Sede Ibarra, Ibarra, 1984.

Fig. 80 - 19 POLÍTICO 1



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: isotipo
 Título: "Frente de Bases, Partido Izquierda Democrática"
 Diseño/autor: Alfonso Cevallos
 Cliente: Partido Izquierda Democrática
 Lugar y año de producción: Quito, 1987
 Fuente: Cevallos, Alfonso

Fig. 80 - 18 ECONÓMICO 1



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "High Tech"
 Diseño/autor: Alfonso Cevallos
 Cliente: Discoteca High Tech
 Lugar y año de producción: Quito, 1984
 Fuente: Cevallos, Alfonso

Fig. 80 - 20 ESTATAL 2



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Miscelánea Histórica Ecuatoriana. Revista Banco Central del Ecuador"
 Diseño/autor: Alfonso Cevallos
 Cliente: Banco Central del Ecuador
 Lugar y año de producción: Quito, 1988
 Fuente: Cevallos, Alfonso

Fig. 80 - 21 **ESTATAL 3**



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Ocepa-Artesanías Ecuatorianas"
 Lugar y año de producción: logotipo publicado en aviso, Quito, 1980
 Fuente: Diario *El Comercio*, consultado en junio, 2011

Fig. 80 - 22 **CULTURAL 15**



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Una araña en el rincón"
 Lugar y año de producción: Quito, 1980
 Fuente: Archivo Histórico, Ministerio de Cultura del Ecuador, Quito, 2011.

Fig. 80 - 23 **CULTURAL 16**



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Un ataúd abandonado"
 Lugar y año de producción: Quito, 1980
 Fuente: Archivo Histórico, Ministerio de Cultura del Ecuador, Quito, 2011.

Fig. 80 - 24 **POLÍTICO 2**



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Caminamos hacia el progreso"
 Lugar y año de producción: 1981
 Fuente: Archivo Histórico, Ministerio de Cultura del Ecuador, Quito, 2011.

Fig. 80 - 25 **CULTURAL 17**



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Joaquín Pinto Exposición Antológica"
 Lugar y año de producción: Quito, diciembre de 1983
 Fuente: Archivo Histórico, Ministerio de Cultura del Ecuador, Quito, 2011.

Fig. 80 - 26 **POLÍTICO 3**



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "iD hacia la justicia social con libertad"
 Impresión: Editorial Gallo capitán C. A.
 Lugar y año de producción: Otavalo, 1983
 Fuente: Archivo Histórico, Ministerio de Cultura del Ecuador, Quito, 2011.

Fig. 80 - 27 **POLÍTICO 4**

P.S.



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Rodrigo el pueblo está contigo"
 Lugar y año de producción: 1984
 Fuente: Archivo Histórico, Ministerio de Cultura del Ecuador, Quito, 2011.

Fig. 80 - 28 **POLÍTICO 5**



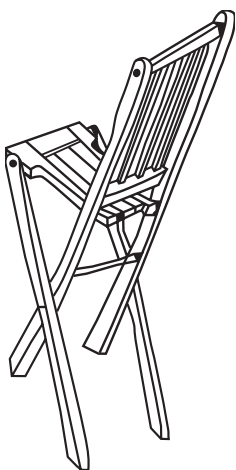
Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "El Ecuador es mi partido"
 Lugar y año de producción: 1984
 Fuente: Archivo Histórico, Ministerio de Cultura del Ecuador, Quito, 2011.

Fig. 80 - 29 **POLÍTICO 6**



Década: 1980-1989
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/producto: afiche
Título: "René Maugé"
Lugar y año de producción: 1988
Fuente: Archivo Histórico, Ministerio de Cultura del Ecuador, Quito, 2011.

Fig. 80 - 31 **CULTURAL 18**



Década: 1980-1989
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: isotipo
Título: "Isabel Bustos, Compañía de Danza"
Diseño/autor: Guido Díaz
Lugar y año de producción: Quito, 1982
Fuente: Díaz, Guido

Fig. 80 - 30 **POLÍTICO 7**



Década: 1980-1989
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/producto: afiche
Título: "Ponte pilas..."
Fuente: Archivo Histórico, Ministerio de Cultura del Ecuador, Quito, 2011.

Fig. 80 - 32 **CULTURAL 19**



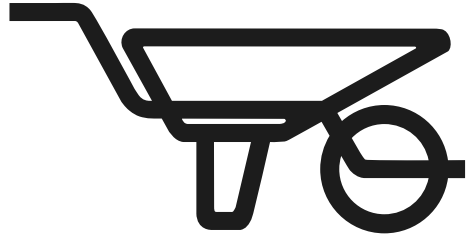
Década: 1980-1989
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/producto: afiche
Título: "Danza Experimental Contemporánea"
Diseño/autor: Guido Díaz
Ilustración: Guido Díaz
Cliente: Danza Experimental Contemporánea
Lugar y año de producción: Quito, 1982
Fuente: Díaz, Guido

Fig. 80 - 33 SOCIAL 2



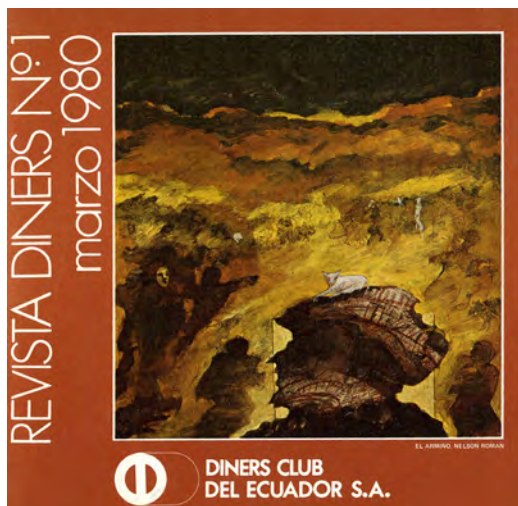
Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Índice, Centro de Diseño"
 Diseño/autor: Guido Díaz
 Lugar y año de producción: Quito, 1982
 Fuente: Díaz, Guido

Fig. 80 - 34 ECONÓMICO 2



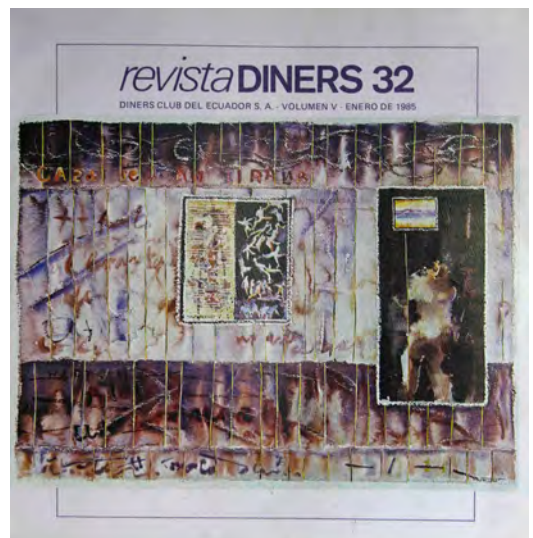
Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: isotipo
 Título: "Urbana Compañía Constructora"
 Diseño/autor: Guido Díaz
 Lugar y año de producción: Quito, 1982
 Fuente: Díaz, Guido

Fig. 80 - 35 CULTURAL 20



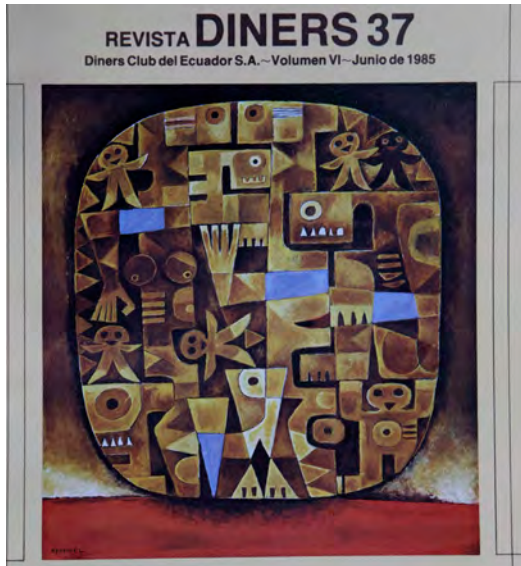
Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de revista
 Título: "Revista Diners" No.1
 Impresión: Imprenta Mariscal
 Cliente: Diners Club del Ecuador
 Lugar y año de producción: Quito, marzo de 1980
 Fuente: Revista *Diners*, Quito, 2011

Fig. 80 - 36 CULTURAL 21



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de revista
 Título: "Revista Diners" No. 32
 Diseño/autor: Omar Ospina
 Impresión: Imprenta Mariscal
 Agencia/estudio de diseño: Grupo Esquina
 Cliente: Revista Diners
 Lugar y año de producción: Quito, enero de 1985
 Fuente: Dinediciones, Quito, 2011

Fig. 80 - 37 CULTURAL 22



Década 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/Producto: portada de revista
 Título: "Revista Diners" No. 37
 Diseño/autor: Grupo Esquina
 Dirección Artística: Jaime Zalamea
 Agencia/Estudio de Diseño: Grupo Esquina
 Cliente: Dinediciones
 Lugar y Año de Producción: Quito, junio de 1985
 Fuente: Dinediciones, Quito, 2011

Fig. 80 - 38 CULTURAL 23



Década 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/Producto: portada de revista
 Título: "Revista Diners" No. 41
 Diseño/autor: Grupo Esquina
 Dirección Artística: Jaime Zalamea
 Agencia/Estudio de Diseño: Grupo Esquina
 Cliente: Dinediciones
 Lugar y Año de Producción: Quito, octubre de 1985
 Fuente: Dinediciones, Quito, 2011

Fig. 80 - 39 CULTURAL 24



Década 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/Producto: portada de revista
 Título: "Revista Diners" No. 43
 Diseño/autor: Grupo Esquina
 Dirección Artística: Jaime Zalamea
 Agencia/Estudio de Diseño: Grupo Esquina
 Cliente: Dinediciones
 Lugar y Año de Producción: Quito, diciembre de 1985
 Fuente: Dinediciones, Quito, 2011

Fig. 80 - 40 CULTURAL 25



Década 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/Producto: portada de revista
 Título: "Revista Diners" No. 48
 Diseño/autor: Grupo Esquina
 Dirección Artística: Jaime Zalamea
 Agencia/Estudio de Diseño: Grupo Esquina
 Cliente: Dinediciones
 Lugar y Año de Producción: Quito, mayo de 1986
 Fuente: Dinediciones, Quito, 2011

Fig. 80 - 41 CULTURAL 26



Década 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/Producto: portada de revista
 Título: "Revista Diners" No. 52
 Diseño/autor: Azuca
 Dirección Artística: Juan Lorenzo Barragán
 Agencia/Estudio de Diseño: Azuca
 Cliente: Dinediciones
 Lugar y Año de Producción: Quito, septiembre de 1986
 Fuente: Dinediciones, Quito, 2011

Fig. 80 - 42 CULTURAL 27



Década 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/Producto: portada de revista
 Título: "Revista Diners" No. 54
 Diseño/autor: Azuca
 Dirección Artística: Juan Lorenzo Barragán
 Agencia/Estudio de Diseño: Azuca
 Cliente: Dinediciones
 Lugar y Año de Producción: Quito, noviembre de 1986
 Fuente: Dinediciones, Quito, 2011

Fig. 80 - 43 SOCIAL 3



Década 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/Producto: isotipo
 Título: "Ecuavisa"
 Cliente: Ecuavisa
 Lugar y Año de Producción: 1986
 Fuente: Burbano, Andrés

Fig. 80 - 44 SOCIAL 4



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de periódico
 Título: "Diario Hoy" No. 5
 Lugar y año de producción: Quito, 11 de junio de 1982
 Fuente: Biblioteca Nacional Eugenio Espejo, Casa de la Cultura Ecuatoriana, consultado en Quito, mayo, 2011.

Fig. 80 - 45 SOCIAL 5



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en periódico
 Título: "Diario Hoy" No. 5
 Lugar y año de producción: Quito, 11 de junio de 1982
 Fuente: Biblioteca Nacional Eugenio Espejo, Casa de la Cultura Ecuatoriana, consultado en Quito, mayo, 2011.

Fig. 80 - 46 SOCIAL 6



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de periódico
 Título: "Diario Hoy" No. 22
 Lugar y año de producción: Quito, 28 de junio de 1982
 Fuente: Biblioteca Nacional Eugenio Espejo, Casa de la Cultura Ecuatoriana, consultado en Quito, mayo, 2011.

Fig. 80 - 47 ECONÓMICO 3



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en diario Hoy No. 22
 Título: "Nace El Bosque"
 Lugar y año de producción: Quito, 28 de junio de 1982
 Fuente: Biblioteca Nacional Eugenio Espejo, Casa de la Cultura Ecuatoriana, consultado en Quito, mayo, 2011.

Fig. 80 - 48 ECONÓMICO 4



Década: 1980-1989
 Área del diseño gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en El Comercio
 Título: "Quedan pocas cosas que no han subido de precio"
 Lugar y fecha de producción: Quito, 11 de junio de 1982
 Fuente: Biblioteca Nacional Eugenio Espejo, Casa de la Cultura Ecuatoriana, consultado en Quito, mayo, 2011

Fig. 80 - 49 SOCIAL 7



Década 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/Producto: afiche
 Título: "Concurso hípico Club Tungurahua"
 Diseño/Autor: Marcelo Freyre
 Lugar y Año de Producción: Ambato, 1983
 Fuente: Freyre, Marcelo

Fig. 80 - 50 SOCIAL 8



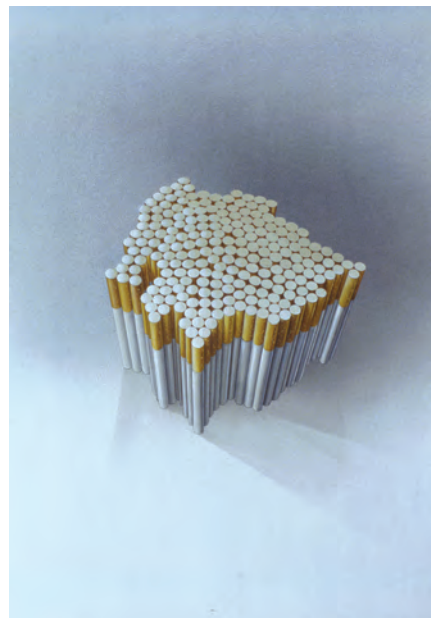
Década 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/Producto: afiche
 Título: "Conferencia Rotaria"
 Diseño/Autor: Marcelo Freyre
 Lugar y Año de Producción: Ambato, 1983
 Fuente: Freyre, Marcelo

Fig. 80 - 51 SOCIAL 9



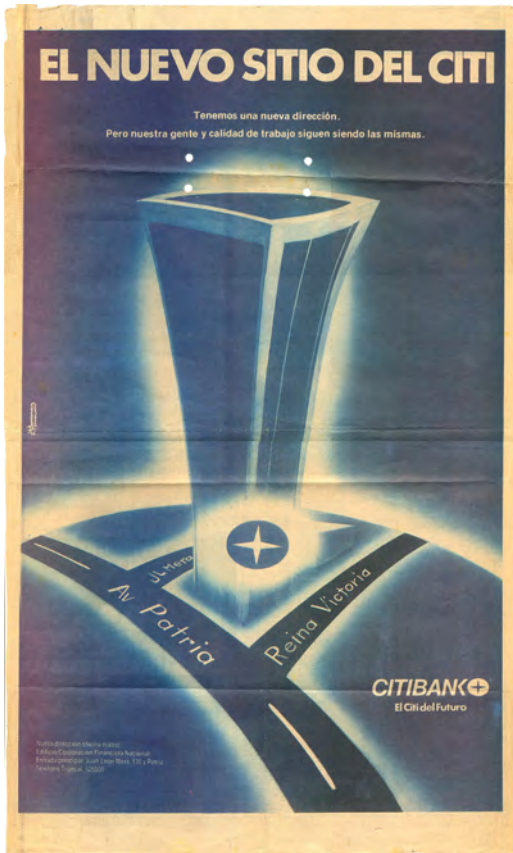
Década 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/Producto: afiche
 Título: "Congreso Ordinario Fenebanfo"
 Diseño/Autor: Marcelo Freyre
 Lugar y Año de Producción: 1987
 Fuente: Freyre, Marcelo

Fig. 80 - 52 ECONÓMICO 5



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración para aviso
 Ilustración: Jorge Freire
 Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico
 Cliente: Tanasa
 Lugar y año de producción: Quito, 1988
 Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 80 - 53 **ECONÓMICO 6**



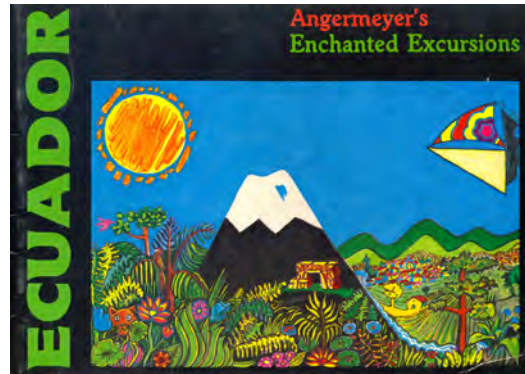
Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en El Comercio
 Título: "El nuevo sitio del Citi"
 Diseño/autor: Roberto Frisone
 Ilustración: Roberto Frisone
 Agencia/estudio de diseño: Publiagencia
 Cliente: Citibank
 Lugar y año de producción: Quito, 1980
 Fuente: Frisone, Roberto

Fig. 80 - 55 **ECONÓMICO 7**



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Casablanca"
 Diseño/autor: Roberto Frisone
 Cliente: Casablanca
 Lugar y año de producción: Quito, 1980
 Fuente: Frisone, Roberto

Fig. 80 - 54 **CULTURAL 28**



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: portada de folleto
 Título: "Ecuador"
 Diseño/autor: Roberto Frisone
 Ilustración: Roberto Frisone
 Agencia/estudio de diseño:
 Cliente: Angermeyer Excursions
 Lugar y año de producción: Quito, 1980
 Fuente: Frisone, Roberto

Fig. 80 - 56 **CULTURAL 29**



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "El retablillo de don Cristóbal"
 Diseño/autor: Roberto Frisone
 Ilustración: Roberto Frisone
 Lugar y año de producción: Quito, 1980
 Fuente: Frisone, Roberto

P.S.

Fig. 80 - 57 **ECONÓMICO 8**



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en El Comercio
 Título: "El Barón"
 Diseño/autor: Roberto Frisone
 Agencia/estudio de diseño: Publiagencia
 Cliente: El Barón
 Lugar y año de producción: Quito, 1984
 Fuente: Frisone, Roberto

Fig. 80 - 59 **ECONÓMICO 10**



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Sbandra"
 Diseño/autor: Roberto Frisone
 Cliente: Sbandra
 Lugar y año de producción: Quito, 1986
 Fuente: Frisone, Roberto

Fig. 80 - 58 **ECONÓMICO 9**



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Publiagencia"
 Diseño/autor: Roberto Frisone
 Cliente: Publiagencia
 Lugar y año de producción: Quito, 1984
 Fuente: Frisone, Roberto

Fig. 80 - 60 **ECONÓMICO 11**



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Herramientas agrícolas Ecuandino"
 Fuente: Archivo fotográfico Christoph Hirtz, Quito, 201

Fig. 80 - 61 CULTURAL 30

P.S.



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Mapa Ecuador"
 Ilustración: M. Ribadeneira
 Lugar y año de producción: Quito, 1984
 Fuente: Archivo fotográfico Christoph Hirtz, Quito, 2011

Fig. 80 - 62 CULTURAL 31



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Mudanzas presenta: Ecuador for Export"
 Ilustración: Luigi Stornaiolo
 Impresión: Imprenta Mariscal
 Cliente: Mudanzas, José Vacas
 Lugar y año de producción: 1984-1985
 Fuente: Archivo fotográfico Christoph Hirtz, Quito, 2011

Fig. 80 - 63 EDUCATIVO 2

P.S.



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración para afiche
 Ilustración: Nelson Jácome
 Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico
 Cliente: CAAP (Centro Andino de Acción Popular)
 Lugar y año de producción: Quito, 1989
 Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 80 - 64 EDUCATIVO 3



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración para afiche
 Ilustración: Nelson Jácome
 Cliente: CAAP (Centro Andino de Acción Popular)
 Lugar y año de producción: Quito, 1989
 Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 80 - 65 **POLÍTICO 8**



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "No a la corrupción de la justicia"
 Diseño/autor: Antonio Mena
 Lugar y año de producción: Quito, 1984
 Premio o nominación: Mención "Quinta Bienal del Afiche en Ecuador", ADG, Quito, 1994
 Fuente: Mena, Antonio

Fig. 80 - 67 **SOCIAL 11**



Década 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/Producto: isotipo
 Título: "CIESEL"
 Diseño/autor: Rómulo Moya Peralta
 Dirección Artística: Rómulo Moya Peralta
 Ilustración: Rómulo Moya Peralta
 Agencia/Estudio de Diseño: Trama
 Cliente: Centro Estudios e investigaciones sociales Buenos Aires
 Lugar y Año de Producción: Quito, 1982
 Fuente: Moya, Rómulo

Fig. 80 - 66 **SOCIAL 10**

P.S.



Década 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/Producto: logotipo
 Título: "Gamavisión"
 Diseño/Autor: Carlos Moreno
 Dirección Artística: Marcelo Rivas Saénz
 Cliente: Gamavisión
 Lugar y Año de Producción: 1985
 Fuente: Burbano, Andrés

Fig. 80 - 68 **SOCIAL 12**



SALVEMOS NUESTRO CONDORES

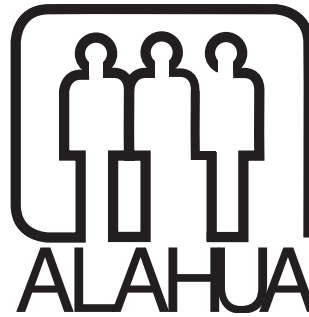
Década 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/Producto: logotipo
 Título: "Salvemos nuestros Cóndores"
 Diseño/autor: Rómulo Moya Peralta
 Dirección Artística: Rómulo Moya Peralta
 Ilustración: Rómulo Moya Peralta
 Agencia/Estudio de Diseño: Trama
 Cliente: Fundación Salvemos Nuestros Condores
 Lugar y Año de Producción: Quito, 1988
 Fuente: Moya, Rómulo

Fig. 80 - 69 SOCIAL 13



Década 1980-1989
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/Producto: logotipo
Título: "Fundación Cotopaxi"
Diseño/autor: Rómulo Moya Peralta
Dirección Artística: Rómulo Moya Peralta
Ilustración: Rómulo Moya Peralta
Agencia/Estudio de Diseño: Trama
Cliente: Fundación Cotopaxi, Latacunga
Lugar y Año de Producción: Quito, 1989
Fuente: Moya, Rómulo

Fig. 80 - 70 SOCIAL 14



Década: 1980-1989
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Alahua, Promotora Hábitat"
Diseño/autor: Rómulo Moya
Lugar y año de producción: Quito, 1982
Fuente: Moya, Rómulo

Fig. 80 - 71 SOCIAL 15



Década: 1980-1989
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: isotipo
Título: "Campeonato Sudamericano de Golf"
Diseño/autor: Peter Mussfeldt
Dirección artística: Peter Mussfeldt
Ilustración: Peter Mussfeldt
Agencia/estudio de diseño: NORLOP
Cliente: Guayaquil Country Club
Lugar y año de producción: Guayaquil, 1980
Fuente: Mussfeldt, Peter

Fig. 80 - 72 ECONÓMICO 12



Década: 1980-1989
Área del Diseño Gráfico: ilustración
Pieza/producto: ilustración
Título: "León Marino"
Diseño/autor: Peter Mussfeldt
Dirección artística: Peter Mussfeldt
Ilustración: Peter Mussfeldt
Cliente: Peter Mussfeldt
Lugar y año de producción: Guayaquil, 1982
Fuente: Mussfeldt, Peter

Fig. 80 - 73 **ECONÓMICO 13**

P.S.

Fig. 80 - 74 **ECONÓMICO 14**



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: isotipo
 Título: "Banco Popular"
 Diseño/autor: Peter Mussfeldt
 Dirección artística: Peter Mussfeldt
 Ilustración: Peter Mussfeldt
 Agencia/estudio de diseño: Freelance
 Cliente: Banco Popular
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 1985
 Fuente: Mussfeldt, Peter

Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: isotipo
 Título: "La Moneda"
 Diseño/autor: Peter Mussfeldt
 Dirección artística: Peter Mussfeldt
 Ilustración: Peter Mussfeldt
 Agencia/estudio de diseño: Freelance
 Cliente: Agencia de viajes "La Moneda"
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 1987
 Fuente: Mussfeldt, Peter

Fig. 80 - 75 **SOCIAL 16**

Fig. 80 - 76 **SOCIAL 17**



Década 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: medalla
 Título: "Juan Pablo II con los pueblos indígenas del Ecuador"
 Lugar y año de producción: Latacunga, 1985
 Fuente: Archivo fotográfico Ortiz Alfonso, 2011

Década 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: medalla
 Título: "Beata Mercedes Molina y Ayala, fundadora de las Marianitas"
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 1985
 Fuente: Archivo fotográfico Ortiz Alfonso, 2011

Fig. 80 - 77 **ECONÓMICO 15**



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso
 Título: "Gracias por elegir la cordialidad Ecuatoriana"
 Ilustración: Jorge Tite
 Agencia/estudio de diseño: VIP Publicidad
 Cliente: Ecuatoriana de Aviación
 Lugar y año de producción: Quito, 1983
 Fuente: Tite, Jorge

Fig. 80 - 79 **ECONÓMICO 17**



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración para calendario
 Ilustración: Jorge Tite
 Técnica: aerógrafo
 Agencia/estudio de diseño: VIP Publicidad
 Cliente: Ferreterías Kywi
 Lugar y año de producción: Quito, 1983
 Fuente: Tite, Jorge

Fig. 80 - 78 **ECONÓMICO 16**



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso
 Título: "Navidad Jack's Snacks"
 Ilustración: Jorge Tite
 Técnica: aerógrafo
 Agencia/estudio de diseño: Vip Publicidad
 Cliente: Jack's Snacks
 Lugar y año de producción: Quito, 1983
 Fuente: Tite, Jorge

Fig. 80 - 80 **ECONÓMICO 18**



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso
 Título: "Banco Popular del Ecuador"
 Ilustración: Jorge Tite
 Técnica: aerógrafo
 Agencia/estudio de diseño: VIP Publicidad
 Cliente: Banco Popular del Ecuador
 Lugar y año de producción: Quito, 1984
 Fuente: Tite, Jorge

Fig. 80 - 81 **ECONÓMICO 19**



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración para aviso
 Título: "Cerveza Latina"
 Ilustración: Jorge Tite
 Técnica: aerógrafo
 Agencia/estudio de diseño: VIP Publicidad
 Cliente: Cerveza Latina
 Lugar y año de producción: Quito, 1985
 Fuente: Tite, Jorge

Fig. 80 - 82 **SOCIAL 18**



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de revista La Cometa de Diario Hoy
 Título: "La Cometa No. 25"
 Ilustración: Jorge Tite
 Cliente: revista La Cometa de Diario Hoy
 Lugar y año de producción: Quito, 1985
 Fuente: Tite, Jorge

Fig. 80 - 84 **ESTATAL 4**



Fig. 80 - 83 **ECONÓMICO 20**



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: empaque
 Título: "Konitos"
 Diseño/autor: Jorge Tite
 Ilustración: Jorge Tite
 Técnica: aerógrafo
 Cliente: Nestlé
 Lugar y año de producción: Quito, 1987
 Fuente: Tite, Jorge



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Ecuador primero, la deuda externa después"
 Diseño/autor: Jorge Tite
 Ilustración: Jorge Tite
 Técnica: aerógrafo
 Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico
 Cliente: Grupo de Trabajo sobre Deuda Externa y Desarrollo
 Lugar y año de producción: Quito, 1988
 Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 80 - 85 CULTURAL 32



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración para suplemento de Diario Hoy
 Diseño/autor: Jorge Tite
 Ilustración: Jorge Tite
 Técnica: aerógrafo
 Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico
 Cliente: Diario Hoy
 Lugar y año de producción: Quito, 1988
 Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 80 - 87 SOCIAL 19



GAMAVISIÓN

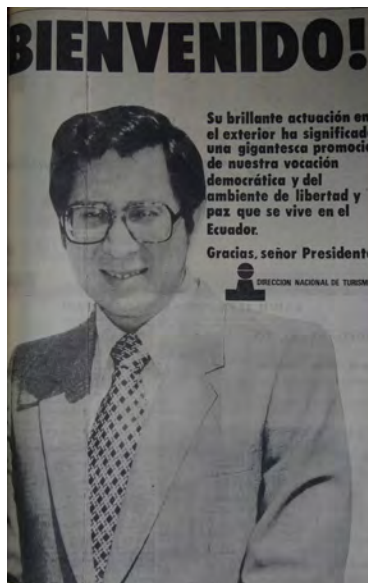
Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Gamavisión"
 Diseño/autor: Jorge Tite
 Cliente: Gamavisión
 Lugar y año de producción: Quito, 1989
 Fuente: Tite, Jorge

Fig. 80 - 86 ECONÓMICO 21



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en El Comercio
 Título: "Ahora en Guayaquil, Banco de los Andes"
 Diseño/autor: Jorge Tite
 Ilustración: Jorge Tite
 Técnica: aerógrafo
 Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico
 Cliente: Banco de los Andes
 Lugar y año de producción: Quito, 1989
 Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 80 - 88 POLÍTICO 9



Década: 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: aviso en periódico El Universo
 Título: "Bienvenido"
 Lugar y año de producción: Guayaquil, Martes 23 de febrero de 1980
 Fuente: Diario *El Universo*, consultado en Guayaquil, mayo, 2011.

Fig. 80 - 89 SOCIAL 20



Década 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/Producto: afiche
 Título: "Adopta un árbol"
 Diseño/Autor: Jaime Villa
 Ilustración: Jaime Villa
 Técnica: litografía
 Cliente: La Cemento Nacional
 Lugar y Año de Producción: Guayaquil, 1980
 Fuente: Villa, Jaime

Fig. 80 - 90 CULTURAL 33



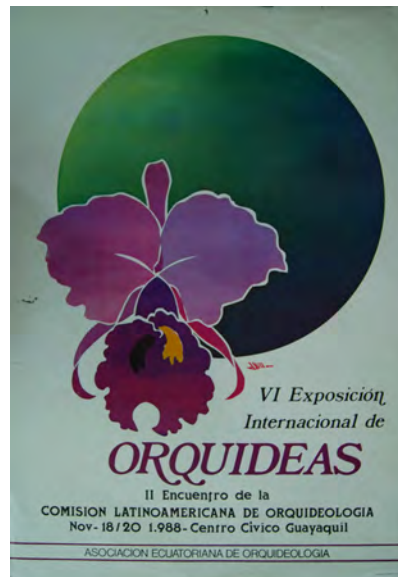
Década 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/Producto: afiche
 Título: "Exposición Internacional de Orquídeas"
 Diseño/Autor: Jaime Villa
 Ilustración: Jaime Villa
 Técnica: litografía
 Cliente: Asociación Ecuatoriana de Orquideología
 Lugar y Año de Producción: Guayaquil, 1982
 Fuente: Villa, Jaime

Fig. 80 - 91 CULTURAL 34



Década 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/Producto: afiche
 Título: "El Oriente Ecuatoriano es Belleza"
 Diseño/Autor: Jaime Villa
 Ilustración: Jaime Villa
 Técnica: litografía
 Cliente: Armada del Ecuador
 Lugar y Año de Producción: Guayaquil, 1985
 Fuente: Villa, Jaime

Fig. 80 - 92 CULTURAL 35



Década 1980-1989
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/Producto: afiche
 Título: Exposición Internacional de Orquídeas
 Diseño/Autor: Jaime Villa
 Ilustración: Jaime Villa
 Técnica: Litografía
 Cliente: Asociación Ecuatoriana de Orquideología
 Lugar y Año de Producción: Guayaquil, 1988
 Fuente: Villa, Jaime

Fig. 80 - 93 CULTURAL 36

Libri Mundi

Década 1980-1989
Área del diseño gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Libri Mundi"
Diseño/autor: Jaime Zalamea
Agencia/estudio de diseño: Grupo Esquina
Cliente: Ediciones Libri Mundi
Lugar y año de producción: Quito, 1980
Fuente: Zalamea, Jaime

Fig. 80 - 94 CULTURAL 37



EDICIONES LIBRI MUNDI
ENRIQUE GROSSE-LUEMERN

Década 1980-1989
Área del diseño gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Ediciones Libri Mundi Enrique Grosse-Luemern"
Diseño/autor: Jaime Zalamea
Agencia/Estudio de diseño: Grupo Esquina
Cliente: Libri Mundi
Lugar y año de producción: Quito, 1980
Fuente: Zalamea, Jaime

Fig. 80 - 95 ECONÓMICO 22

Seseribó

Década: 1980-1989
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Seseribó Salsoteca"
Diseño/autor: Margarita Vogel
Cliente: Seseribó Salsoteca
Lugar y año de producción: Quito, 1983
Fuente: Seseribó Salsoteca, Quito, 2008

Fig. 80 - 96 ECONÓMICO 23



Década: 1980-1989
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Metropolitan Touring"
Diseño/autor: Jaime Zalamea
Agencia/estudio de diseño: Grupo Esquina
Cliente: Metropolitan Touring
Lugar y año de producción: Quito, 1985
Fuente: Zalamea, Jaime



Diseño
Gráfico:
Década
1990-1999

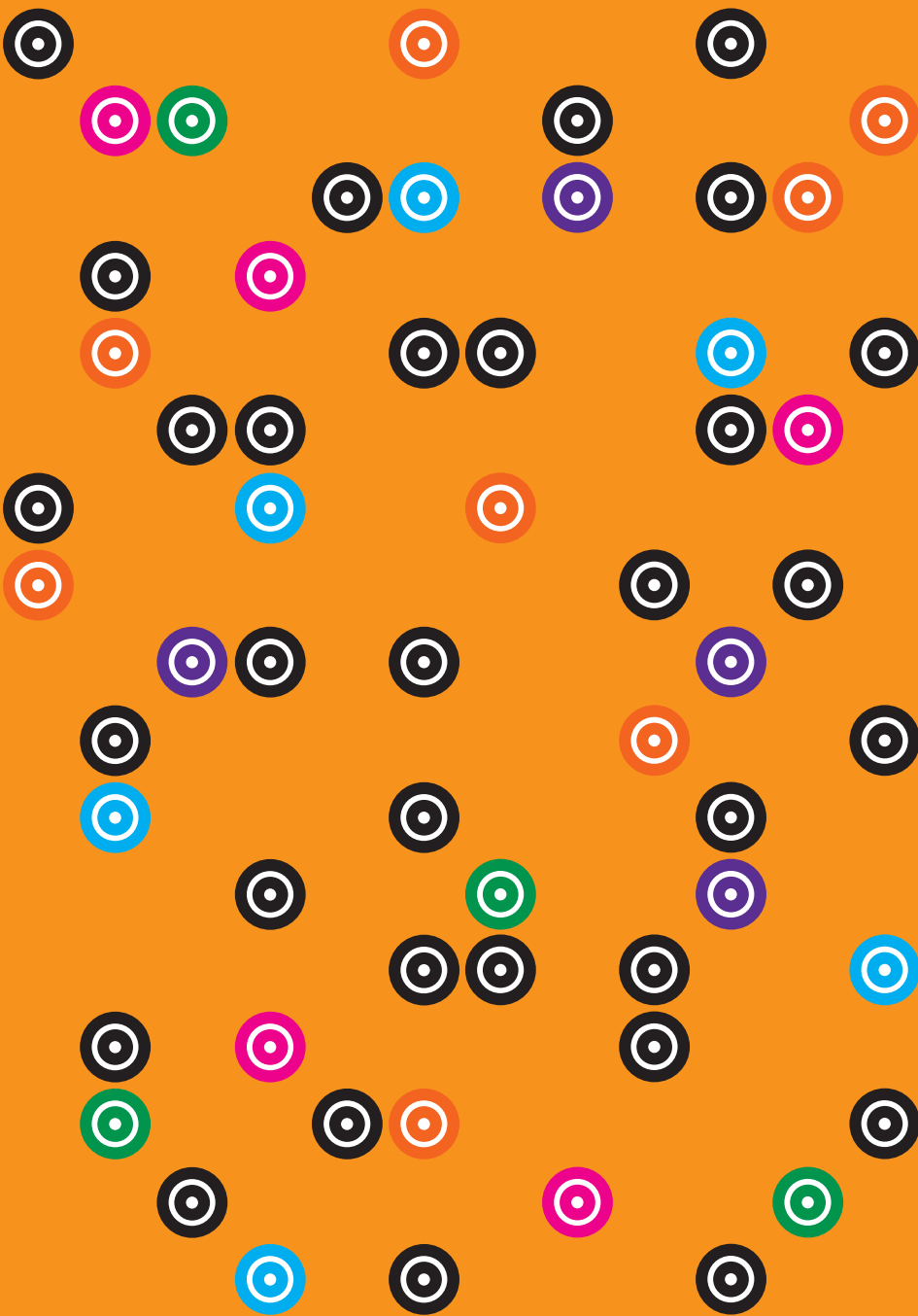


Fig. 90 - 1 CULTURAL 1



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: periódico
 Título: "Papagayo"
 Diseño/autor: Asociación Diseñadores Gráficos de Pichincha
 Lugar y año de producción: Quito, diciembre de 1991
 Fuente: Asociación Diseñadores Gráficos

Fig. 90 - 2 CULTURAL 2



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Semana del Diseño Gráfico, Primera Bienal del Afiche, ADG"
 Diseño/autor: Asociación Diseñadores Gráficos de Pichincha
 Lugar y año de producción: Quito, 1994
 Fuente: Asociación Diseñadores Gráficos, Quito, 1994

Fig. 90 - 3 CULTURAL 3



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: publicación
 Título: "Revista ADG"
 Diseño/autor: Asociación Diseñadores Gráficos de Pichincha
 Lugar y año de producción: Quito, marzo de 1995
 Fuente: Asociación Diseñadores Gráficos, Diseño Gráfico en Ecuador, Revista ADG, Quito

Fig. 90 - 4 CULTURAL 4



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: libro
 Título: "Viaje por el País del Sol"
 Diseño/autor: Asociación Diseñadores Gráficos, ADG
 Lugar y año de producción: Quito, marzo de 1995
 Fuente: Asociación Diseñadores Gráficos, *Viaje por el país del Sol*, Quito, ADG, 1996

Fig. 90 - 5 CULTURAL 5



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: periódico
 Título: "Periódico ADG" No. 4
 Diseño/autor: Asociación Diseñadores Gráficos de Pichincha
 Lugar y año de producción: Quito, septiembre de 1996
 Fuente: Asociación Diseñadores Gráficos

Fig. 90 - 7 CULTURAL 7



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: periódico
 Título: "Papagayo" No. 14
 Diseño/autor: Asociación Diseñadores Gráficos
 Lugar y año de producción: Quito, septiembre de 1999
 Fuente: Asociación Diseñadores Gráficos

Fig. 90 - 6 CULTURAL 6



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: periódico
 Título: "Periódico ADG" No. 1
 Diseño/autor: Asociación Diseñadores Gráficos de Pichincha
 Lugar y año de producción: Quito, junio de 1996
 Fuente: Asociación Diseñadores Gráficos

Fig. 90 - 8 ECONÓMICO 1



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Sake, Sushi Bar"
 Diseño/autor: Ánima
 Ilustración: Albert Montt/Ánima
 Agencia/estudio de diseño: Ánima
 Cliente: Restaurante Sake
 Lugar y año de producción: Quito, 1997
 Fuente: Iturralde, Pablo

Fig. 90 - 9 **ECONÓMICO 2**



Década: 1990-1999
 Área del diseño gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Gustadina"
 Diseño/autor: Ánima
 Agencia/estudio de diseño: Anima
 Cliente: If. Pronaca
 Lugar y año de producción: Quito, 1997
 Fuente: Iturralde, Pablo

Fig. 90 - 10 **CULTURAL 8**

P.S.



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Ratas, ratones, rateros"
 Diseño/autor: Ánima
 Dirección artística: Ánima
 Ilustración: Ana Isabel Galarza/Ánima
 Fotografía: Lorena Cordero
 Agencia/estudio de diseño: Ánima
 Cliente: Sebastián Cordero/Cabeza Hueca Producciones
 Lugar y año de producción: Quito, 1998
 Premio o nominación: Segundo Lugar, Categoría Afiche. "Tercera Bial de Diseño Gráfico en Ecuador," ADG, 2000". Nominación al mejor cartel 21 Festival de Cine de La Habana, Cuba 1999
 Fuente: Iturralde, Pablo

Fig. 90 - 11 **CULTURAL 9**



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Ratas, ratones, rateros"
 Diseño/autor: Ánima
 Dirección artística: Ánima
 Ilustración: Ana Isabel Galarza / Ánima
 Fotografía: Lorena Cordero
 Agencia/estudio de diseño: Ánima
 Cliente: Sebastián Cordero/Cabeza Hueca Producciones
 Lugar y año de producción: Quito, 1998
 Fuente: Iturralde, Pablo

Fig. 90 - 12 **POLÍTICO 1**



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Tiro al banco"
 Diseño/autor: Ánima
 Dirección artística: Ánima
 Ilustración: Pablo Iturralde/Ánima
 Agencia/estudio de diseño: Ánima
 Cliente: El Pobre Diablo
 Lugar y año de producción: Quito, 1999
 Fuente: Iturralde, Pablo

Fig. 90 - 13 CULTURAL 10



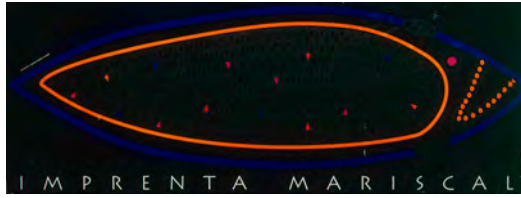
Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "AXXIS"
 Diseño/autor: Daniela Arias
 Impresión: Imprenta Mariscal
 Agencia/estudio de diseño: Grafitti - Imprenta Mariscal
 Cliente: Revista AXXIS
 Lugar y año de producción: Quito, 1990
 Premio o nominación: Segundo Premio, "Primera Bienal del Afiche en Ecuador, ADG", 1994
 Fuente: Arias, Daniela

Fig. 90 - 15 ECONÓMICO 4



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: Memoria
 Título: "Memoria Supermaxi"
 Diseño/autor: Daniela Arias
 Dirección artística: Daniela Arias
 Agencia/estudio de Diseño: Grafitti-Imprenta Mariscal
 Cliente: Supermercados "La Favorita"
 Lugar y año de producción: Quito, 1996
 Fuente: Arias, Daniela

Fig. 90 - 14 ECONÓMICO 3



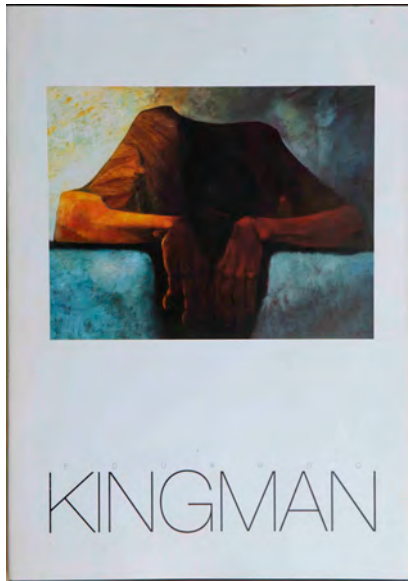
Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Imprenta Mariscal"
 Diseño/autor: Daniela Arias
 Impresión: Imprenta Mariscal
 Agencia/estudio de diseño: Grafitti - Imprenta Mariscal
 Cliente: Imprenta Mariscal
 Lugar y año de producción: Quito, 1996
 Premio o nominación: Mención de Honor, "Segunda Bienal del Afiche en Ecuador", ADG, 1996
 Fuente: Arias, Daniela

Fig. 90 - 16 ECONÓMICO 5



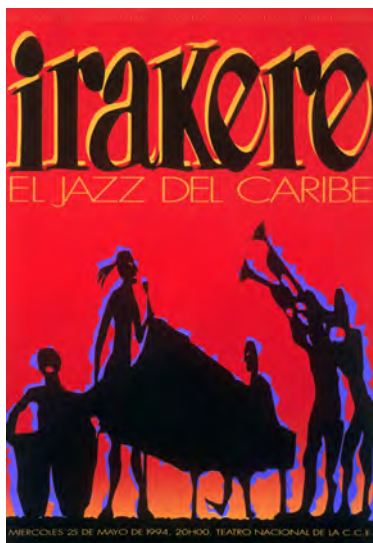
Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Arias Design Group"
 Diseño/autor: Daniela Arias
 Cliente: Arias Design
 Lugar y año de producción: Quito, 1998
 Fuente: Arias Daniela

Fig. 90 - 17 CULTURAL 11



Década: 1990-1999
 Área del diseño gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: libro
 Título: "Eduardo Kingman"
 Diseño/autor: Daniela Arias
 Fotografía: Kira Tolkmitt
 Impresión: Imprenta Mariscal
 Cliente: Pontificia Universidad Católica del Ecuador
 Lugar y año de producción: Quito, 1998
 Premio o nominación: Mejor de la división, Premier Print Awards, Estados Unidos
 Fuente: Arias, Daniela

Fig. 90 - 19 CULTURAL 13



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Irakere"
 Diseño/autor: Juan Lorenzo Barragán
 Agencia/estudio de diseño: Azuca
 Lugar y año de producción: Quito, 1994
 Fuente: Barragán, Juan Lorenzo

Fig. 90 - 18 CULTURAL 12



Década: 1990-1999
 Área del diseño gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: libro
 Título: "Eduardo Kingman"
 Diseño/autor: Daniela Arias
 Fotografía: Kira Tolkmitt
 Impresión: Imprenta Mariscal
 Cliente: Pontificia Universidad Católica del Ecuador
 Lugar y año de producción: Quito, 1998
 Premio o nominación: Mejor de la división, Premier Print Awards, Estados Unidos
 Fuente: Arias, Daniela

Fig. 90 - 20 ESTATAL 1



Mariscal



Villaflora



Colina



Ejido



Florón



Mariana de Jesús



Alameda



Santo Domingo



Recoleta

Década: 1990-1999
 Área del diseño gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: paradas del Trole
 Título: "Trole"
 Diseño/autor: equipo Azuca: Alberto Montt, Paula Barragán, Juan Lorenzo Barragán, Diego Corrales
 Agencia/estudio de diseño: Azuca
 Lugar y año de producción: Quito, 1995
 Fuente: Barragán, Juan Lorenzo

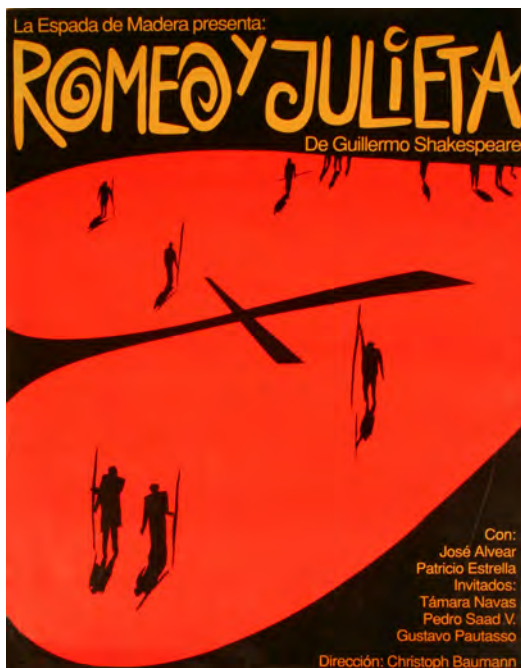
Fig. 90 - 21 **ECONÓMICO 6**

P.S. ©



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Bohno"
 Diseño/autor: Juan Lorenzo Barragán
 Agencia/estudio de diseño: Azuca
 Cliente: Bohno
 Lugar y año de producción: Quito, 1996
 Fuente: Barragán, Juan Lorenzo

Fig. 90 - 23 **CULTURAL 15**



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Romeo y Julieta"
 Diseño/autor: Paula Barragán
 Cliente: Christoph Baumann
 Lugar y año de producción: Quito, 1990
 Premio o nominación: Mención de Honor, "Segunda Bial del Afiche en Ecuador, ADG", 1996
 Fuente: Barragán, Paula

Fig. 90 - 22 **CULTURAL 14**



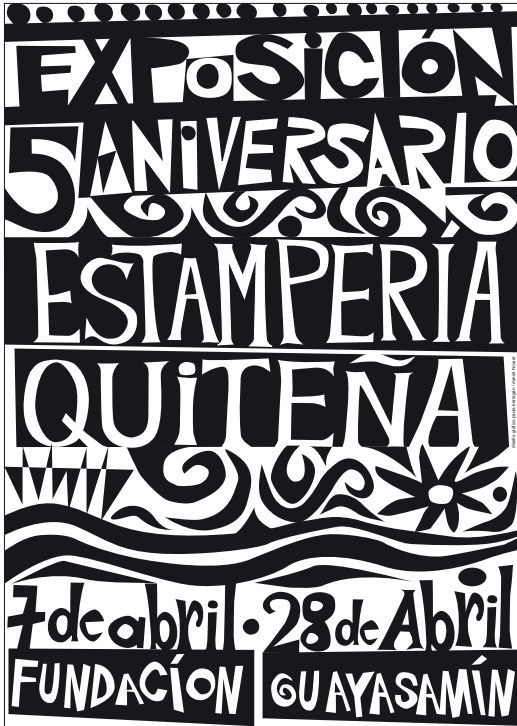
Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de revista
 Título: "Sin Límites No. 2"
 Diseño/autor: Juan Pablo Barragán
 Lugar y año de producción: Quito, julio de 1997
 Fuente: Revista Sin Límites No. 2, Quito, Vía Consultores/Fundación Nuestro Jóvenes, 1997

Fig. 90 - 24 **CULTURAL 16**



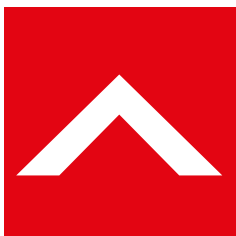
Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "La Estamperia Quiteña"
 Diseño/autor: Paula Barragán, Ana Fernández
 Cliente: Asociación de Grabadores del Ecuador
 Lugar y año de producción: Quito, 1990
 Fuente: Barragán, Paula

Fig. 90 - 25 CULTURAL 17



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Quinto Aniversario Estampería Quiteña"
 Diseño/autor: Paula Barragán
 Cliente: Estampería Quiteña
 Lugar y año de producción: Quito, 1999
 Fuente: Barragán, Paula

Fig. 90 - 27 ECONÓMICO 8



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: isotipo
 Título: "Mutualista Pichincha"
 Diseño/autor: Max Benavides
 Cliente: Mutualista Pichincha
 Lugar y año de producción: Quito, 1991

P.S.

Fig. 90 - 26 ECONÓMICO 7



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Metropolitan Touring"
 Diseño/autor: Max Benavides
 Cliente: Metropolitan Touring
 Lugar y año de producción: Quito, 1990

Fig. 90 - 28 SOCIAL 1



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Fundación Natura"
 Diseño/autor: Max Benavides
 Cliente: Fundación Natura
 Lugar y año de producción: Quito, 1991

Fig. 90 - 29 **CULTURAL 18**



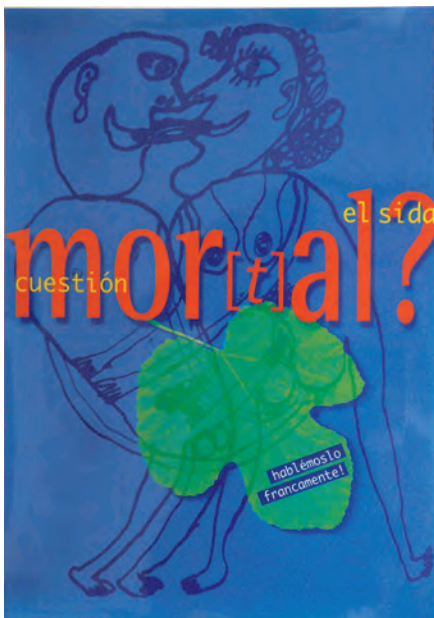
Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Semana Cultural Eco '92"
 Diseño/autor: Max Benavides
 Cliente: Fundación Natura
 Lugar y año de producción: Quito, 1992
 Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, Diseño Gráfico en Ecuador, Revista ADG, Quito, ADG, 1995, p. 29

Fig. 90 - 30 **CULTURAL 19**



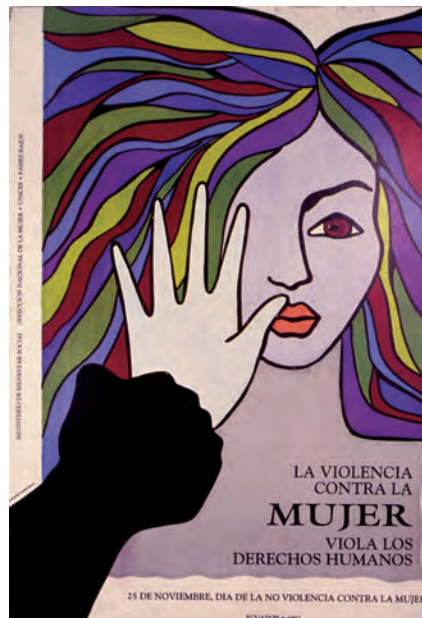
Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Progreso Centenario"
 Diseño/autor: Max Benavides
 Cliente: El Progreso
 Lugar y año de producción: Quito, 1992
 Premio o nominación: Mención de Honor, "Primera Bial del Afiche en Ecuador", ADG, 1994
 Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, Diseño Gráfico en Ecuador, Revista ADG, Quito, ADG, 1995, p. 26

Fig. 90 - 31 **SOCIAL 2**



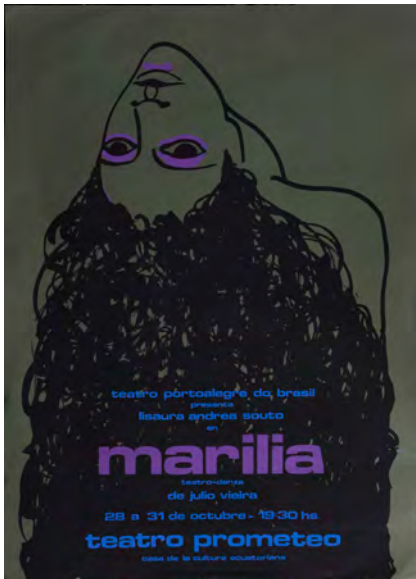
Década: 1990-1999
 Área del diseño gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "El Sida cuestión mor(t)al?"
 Diseño/autor: Sabine Bothner
 Lugar y año de producción: Quito, 1996
 Premio o nominación: Segundo Lugar, "Segunda Bial del Afiche en Ecuador", ADG, 1996
 Fuente: Bothner, Sabine

Fig. 90 - 32 **SOCIAL 3**



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "La violencia contra la Mujer, viola los derechos humanos"
 Diseño/autor: Leonor Bravo
 Lugar y año de producción: Quito, 1992
 Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, Diseño Gráfico en Ecuador, Revista ADG, Quito, ADG, 1995, p. 29

Fig. 90 - 33 CULTURAL 20



Década 1990-1999
 Área del diseño gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: Marilia
 Diseño/autor: Pilar Bustos
 Ilustración: Pilar Bustos
 Lugar y año de producción: Quito, 1990
 Fuente: Bustos, Pilar

Fig. 90 - 34 CULTURAL 21



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "8 de marzo"
 Diseño/autor: Pilar Bustos
 Ilustración: Pilar Bustos
 Lugar y año de producción: Quito, 1993
 Fuente: Bustos, Pilar

Fig. 90 - 35 CULTURAL 22



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/Producto: afiche
 Título: "Subasta Consuelo Benavides"
 Diseño/autor: Pilar Bustos
 Dirección artística:
 Ilustración: Pilar Bustos
 Lugar y año de producción: Quito, 1994
 Fuente: Bustos, Pilar

Fig. 90 - 36 POLÍTICO 2



Década: 1990-1999
 Área del diseño gráfico: ilustración
 Pieza/producto: caricatura Concurso "Para que no se olvide, jornadas cívicas del 5, 6 y 7 de febrero"
 Diseño/autor: Francisco Cajas (Pancho)
 Lugar y año de producción: Quito, 1997
 Premio o nominación: Mención de Honor, Categoría Ilustración, Cómico y Caricatura, Concurso *Para que no se olvide*
 Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos

Fig. 90 - 37 **ECONÓMICO 9**



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Rivadeneira Barriga Arq."
 Diseño/autor: Gisela Calderón, Jorge Tite
 Ilustración: Jorge Tite
 Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico
 Cliente: Rivadeneira Barriga Arq.
 Lugar y año de producción: Quito, 1990
 Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 90 - 39 **SOCIAL 5**



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "La diarrea es muerte. Trabajemos juntos por la vida"
 Diseño/autor: Gisela Calderón
 Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico
 Cliente: Centro Andino de Acción Popular, CAAP
 Lugar y año de producción: Quito, 1993
 Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 90 - 38 **SOCIAL 4**

P.S.



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Corrupción iatatay!"
 Diseño/autor: Gisela Calderón, Patricio Túa
 Dirección artística: Gisela Calderón
 Ilustración: Patricio Túa
 Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico
 Cliente: CEDEP/ILDIS/ESQUEL/Fundación José Peralta
 Lugar y año de producción: Quito, 1993
 Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 90 - 40 **ECONÓMICO 10**



Década: 1990-1999
 Área del diseño gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: isotipo
 Título: "Corporación Técnica Financiera"
 Diseño/autor: Gisela Calderón
 Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico
 Cliente: Corporación Técnica Financiera
 Lugar y año de producción: Quito, 1994
 Fuente: Calderón, Gisela

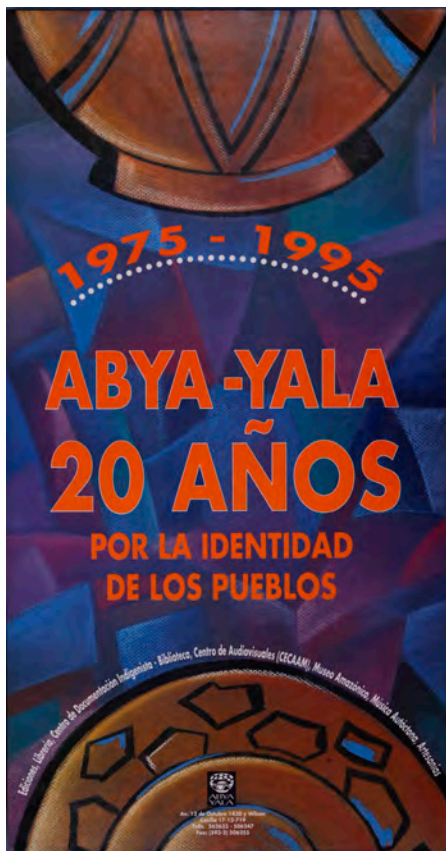
Fig. 90 - 41 **ECONÓMICO 11**



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Enlace Sociedad Financiera"
 Diseño/autor: Gisela Calderón
 Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico
 Cliente: Enlace Sociedad Financiera
 Lugar y año de producción: Quito, 1995
 Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 90 - 43 **CULTURAL 23**

P.S.



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Abya-Yala 20 años"
 Diseño/autor: Jaime Salvador, Gisela Calderón
 Ilustración: Jaime Salvador
 Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico
 Cliente: Abya-Yala
 Lugar y año de producción: Quito, 1995
 Fuente: Caldererón, Gisela

Fig. 90 - 42 **ECONÓMICO 12**



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "GYP Aeróbica"
 Diseño/autor: Gisela Calderón
 Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico
 Cliente: GYP Aeróbica
 Lugar y año de producción: Quito, 1995
 Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 90 - 44 **SOCIAL 6**



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "La Luna 99.3 FM"
 Diseño/autor: Gisela Calderón, Jaime Salvador
 Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico
 Cliente: La Luna 99.3 FM
 Lugar y año de producción: Quito, 1997
 Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 90 - 45 SOCIAL 7



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Tribuna Ecuatoriana de Consumidores y Usuarios"
 Diseño/autor: Gisela Calderón
 Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico
 Cliente: Tribuna Ecuatoriana de Consumidores y Usuarios
 Lugar y año de producción: Quito, 1998
 Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 90 - 47 SOCIAL 9



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración para afiche
 Ilustración: Jaime Salvador
 Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico
 Cliente: Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio, FEPP
 Lugar y año de producción: Quito, 1995
 Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 90 - 46 SOCIAL 8



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "¿Engañado? Reclame! La ley del consumidor lo protege"
 Diseño/autor: Gisela Calderón
 Ilustración: Jaime Salvador
 Impresión: Impresora Flores
 Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico
 Cliente: Tribuna Ecuatoriana de Consumidores y Usuarios
 Lugar y año de producción: Quito, 1999
 Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 90 - 48 SOCIAL 10



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Domund '97"
 Ilustración: Patricio Túa
 Técnica: pastel
 Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico
 Cliente: Obras Misionales Pontificias
 Lugar y año de producción: Quito, 1997
 Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 90 - 49 SOCIAL 11



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de revista
 Título: "Ecuador Debate" No. 30
 Diseño/autor: Gisela Calderón
 Ilustración: Jaime Salvador
 Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico
 Cliente: Centro Andino de Acción Popular, CAAP
 Lugar y año de producción: Quito, diciembre de 1993
 Fuente: Calderón, Gisela

P.S.

Fig. 90 - 50 SOCIAL 12



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de revista
 Título: "Ecuador Debate" No. 32
 Diseño/autor: Gisela Calderón
 Ilustración: Jaime Salvador
 Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico
 Cliente: Centro Andino de Acción Popular, CAAP
 Lugar y año de producción: Quito, agosto de 1994
 Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 90 - 51 SOCIAL 13



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de revista
 Título: "Ecuador Debate" No. 33
 Diseño/autor: Gisela Calderón
 Ilustración: Jaime Salvador
 Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico
 Cliente: Centro Andino de Acción Popular, CAAP
 Lugar y año de producción: Quito, diciembre de 1994
 Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 90 - 52 SOCIAL 14



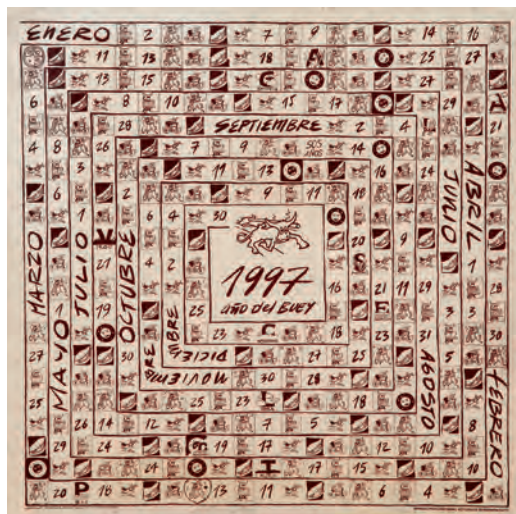
Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de revista
 Título: "Ecuador Debate" No. 34
 Diseño/autor: Gisela Calderón
 Ilustración: Jaime Salvador
 Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico
 Cliente: Centro Andino de Acción Popular, CAAP
 Lugar y año de producción: Quito, abril de 1995
 Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 90 - 53 SOCIAL 15



Década 1990- 1999
 Área del diseño gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de libro
 Título: "Cántico Cósmico"
 Diseño/autor: Gisela Calderón
 Ilustración: Patricio Túa
 Impresión: Gráficas Modelo
 Agencia/estudio de diseño: Magenta
 Cliente: Abya Ayala
 Lugar y año de producción: Quito, 1995
 Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 90 - 54 CULTURAL 24



Década 1990-1999
 Área del diseño gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: calendario
 Título: "1997 año del Buen"
 Diseño/autor: Gisela Calderón, María Luz Calisto
 Ilustración: Gisela Calderón, María Luz Calisto, Jaime Salvador, Patricio Túa, Juan Méndez
 Técnica: serigrafía
 Impresión: Grafissimo
 Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico/Punto Diseño
 Lugar y año de producción: Quito, 1997
 Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 90 - 55 CULTURAL 25

P.S.

Fig. 90 - 56 CULTURAL 26



Década 1990-1999
 Área del diseño gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: calendario
 Título: "1998 año del Tigre"
 Diseño/autor: Gisela Calderón, María Luz Calisto
 Ilustración: Gisela Calderón, María Luz Calisto, Jaime Salvador, Patricio Túa, Juan Méndez
 Técnica: serigrafía
 Impresión: Grafissimo
 Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico/Punto Diseño
 Lugar y año de producción: Quito, 1998
 Fuente: Calderón, Gisela

Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Los Músicos de Bremen" (obra de teatro)
 Diseño/autor: María Luz Calisto - Gabriela Borja
 Técnica: serigrafía
 Impresión: Offset
 Agencia/estudio de diseño: Punto Diseño
 Cliente: Corporación Mudanzas
 Lugar y año de producción: Quito, 1993
 Fuente: Calisto, María Luz

Fig. 90 - 57 **ECONÓMICO 13**



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Trading del Pacífico"
 Diseño/autor: Gabriela Borja
 Agencia/estudio de diseño: Punto Diseño
 Cliente: Trading del Pacífico
 Lugar y año de producción: Quito, 1993
 Fuente: Calisto, María Luz

Fig. 90 - 58 **ECONÓMICO 14**



Década 1990-1999
 Autor: María Luz Calisto
 Agencia/estudio de diseño: Punto Diseño
 Cliente: Tangaré
 Lugar y año de producción: Quito, 1993
 Fuente: Calisto, María Luz

Fig. 90 - 59 **SOCIAL 16**



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Punto Diseño"
 Diseño/autor: María Luz Calisto, Gabriela Borja
 Técnica: manual y digital
 Agencia/estudio de diseño: Punto Diseño
 Cliente: Punto Diseño
 Lugar y año de producción: 1993
 Fuente: Calisto, María Luz

Fig. 90 - 60 **ECONÓMICO 15**



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Flormare-Exportadora de Flores"
 Diseño/autor: María Luz Calisto, Gabriela Borja
 Técnica: Digital
 Agencia/estudio de diseño: Punto Diseño
 Cliente: Flormare
 Lugar y año de producción: Quito, 1993
 Fuente: Calisto, María Luz

Fig. 90 - 61 SOCIAL 17



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Parque Nacional Yasuni"
 Diseño/autor: María Luz Calisto, Gabriela Borja
 Agencia/estudio de diseño: Punto Diseño
 Cliente: Fundación Natura-The Nature Conservancy-INEFAN
 Lugar y año de producción: Quito, 1993
 Fuente: Calisto, María Luz

Fig. 90 - 63 ESTATAL 2



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: tríptico y logotipo
 Título: "Primero la Lectura"
 Diseño/autor: María Luz Calisto, Juan Méndez
 Agencia/estudio de diseño: Punto Diseño
 Cliente: Ministerio de Educación Cultura y Deporte - UNICEF
 Lugar y año de producción: Quito, 1994
 Fuente: Calisto, María Luz

Fig. 90 - 62 SOCIAL 18



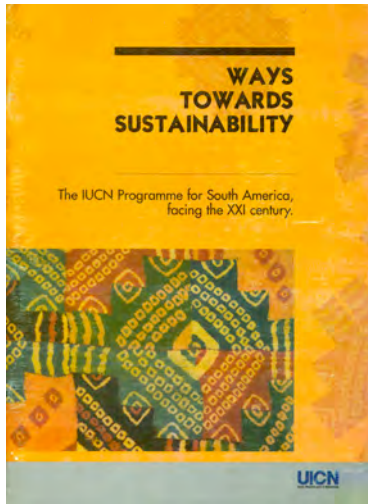
Década 1990-1999
 Área del diseño gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada
 Título: "Manual de Información para la Infancia (SIPI), manual de procedimientos"
 Diseño/autor: María Luz Calisto, Juan Méndez
 Agencia/estudio de diseño: Punto Diseño
 Cliente: Instituto Americano del Niño
 Lugar y año de producción: Quito, 1994
 Fuente: Calisto, María Luz

Fig. 90 - 64 SOCIAL 19



Década 1990-1999
 Área del diseño gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de libro
 Título: "La institución policial y los derechos humanos de las mujeres"
 Diseño/autor: María Luz Calisto, Juan Méndez
 Ilustración: Olga Cuéllar Serrano
 Impresión: Argudo Hermanos
 Agencia/estudio de diseño: Punto Diseño
 Cliente: UNIFEM
 Lugar y año de producción: Quito, 1995
 Fuente: Calisto, María Luz

Fig. 90 - 65 SOCIAL 20



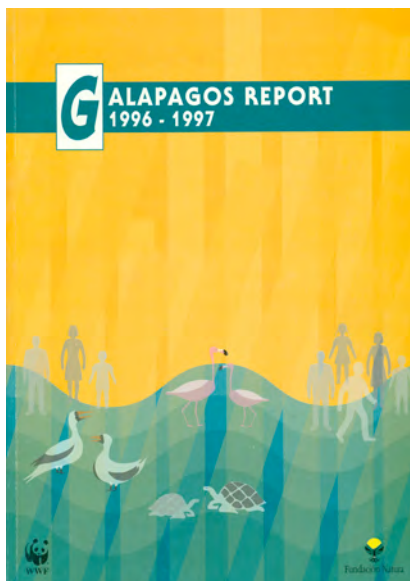
Década 1990- 1999
 Área del diseño gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de libro
 Título: "Ways towards sustainability"
 Diseño/autor: María Luz Calisto
 Ilustración: Detalle tomado de tapiz de la cultura Wari, Nazca, Perú.
 Impresión: Nuestra Amazonía
 Agencia/estudio de diseño: Punto Diseño
 Cliente: Unión Mundial para la Naturaleza- Oficina regional para América del Sur
 Lugar y año de producción: Quito, 1996
 Fuente: Calisto, María Luz

Fig. 90 - 66 SOCIAL 21



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Tu vida, tu cuerpo, tu decisión"
 Diseño/autor: María Luz Calisto, Juan Méndez
 Impresión: serigrafía
 Agencia/estudio de diseño: Punto Diseño
 Lugar y año de producción: Quito, octubre 1996
 Premio o nominación: Mención de Honor Categoría El Sida. "Segunda Bienal del Afiche en Ecuador, ADG", Quito, 1996.
 Fuente: Calisto, María Luz

Fig. 90 - 67 SOCIAL 22



Década 1990- 1999
 Área del diseño gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de libro
 Título: "Galapagos Report 1996- 1997"
 Diseño/autor: María Luz Calisto, Juan Méndez
 Impresión: Nuestra Amazonía
 Agencia/estudio de diseño: Punto Diseño
 Cliente: Fundación Natura, World Wide Foundation (WWF)
 Lugar y año de producción: Quito, 1997
 Fuente: Calisto, María Luz

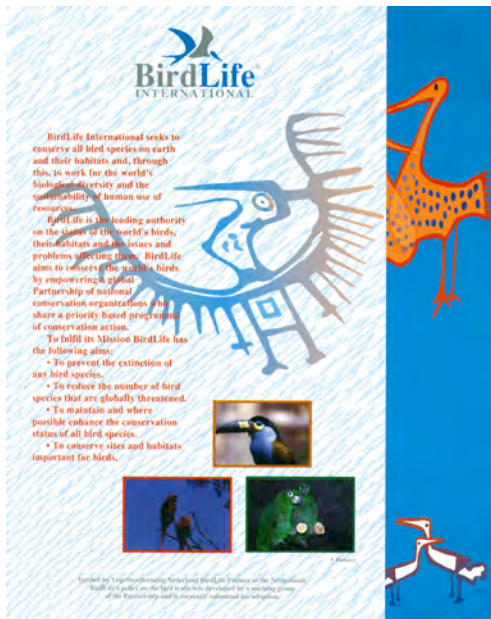
Fig. 90 - 68 SOCIAL 23



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Facultad de Ciencias Humanas"
 Diseño/autor: María Luz Calisto - Juan Méndez
 Agencia/estudio de diseño: Punto Diseño
 Cliente: Pontificia Universidad Católica del Ecuador
 Lugar y año de producción: Quito, 1996
 Fuente: Calisto, María Luz

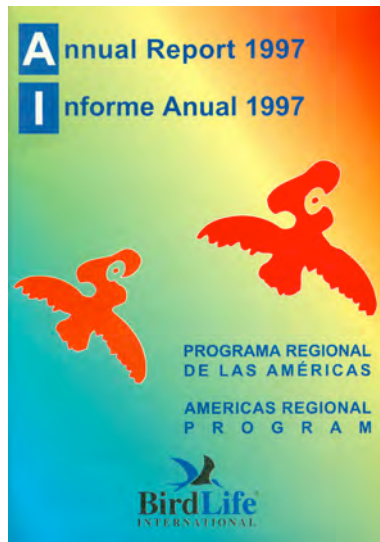
Fig. 90 - 69 SOCIAL 24

P.S.



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: díptico
 Título: "Bird Life International"
 Diseño/autor: María Luz Calisto, Juan Méndez
 Técnica: Digital
 Agencia/estudio de diseño: Punto Diseño
 Cliente: Bird Life International
 Lugar y año de producción: Quito, 1996
 Fuente: Calisto, María Luz

Fig. 90 - 70 SOCIAL 25



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: informe de actividades
 Título: "Informe anual 1997"
 Diseño/autor: María Luz Calisto, Juan Méndez
 Técnica: Digital
 Agencia/estudio de diseño: Punto Diseño
 Cliente: Bird Life International
 Lugar y año de producción: Quito, 1997
 Fuente: Calisto, María Luz

Fig. 90 - 71 ECONÓMICO 16



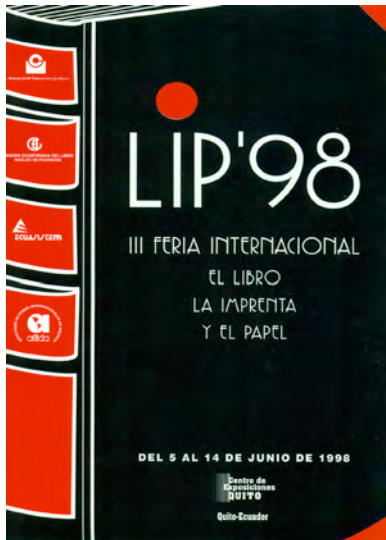
Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "El Magnolio"
 Diseño/autor: Nicolás Vela
 Dirección artística: María Luz Calisto
 Agencia/estudio de diseño: Punto Diseño
 Cliente: El Magnolio
 Lugar y año de producción: Quito, 1997
 Fuente: Calisto, María Luz

Fig. 90 - 72 SOCIAL 26



Década 1990-1999
 Área del diseño gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de libro
 Título: "Las mujeres en la planificación forestal del Ecuador"
 Diseño/autor: María Luz Calisto, Juan Méndez
 Impresión: Producciones Digitales UPS
 Agencia/estudio de diseño: Punto Diseño
 Cliente: Proyecto FAO- INEFAN- Holanda
 Lugar y año de producción: Quito, 1997
 Fuente: Calisto, María Luz

Fig. 90 - 73 **CULTURAL 27**



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Lip '98"
 Diseño/autor: María Luz Calisto , Juan Méndez
 Técnica: Digital
 Agencia/estudio de diseño: Punto Diseño
 Cliente: Lip '98
 Lugar y año de producción: Quito, junio de 1998
 Fuente: Calisto, María Luz

P.S.

Fig. 90 - 74 **ECONÓMICO 17**



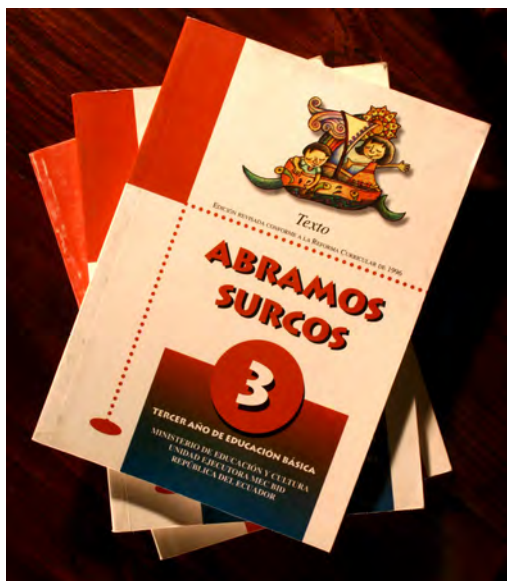
Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: ilustración para loncheras
 Título: "Club Amigos de los Animales"
 Diseño/autor: María Luz Calisto, Juan Méndez, Johana Jiménez
 Agencia/estudio de diseño: Punto Diseño
 Cliente: Fundación Natura- Qualiplastic Cia. Ltda.
 Lugar y año de producción: Quito, 1998
 Fuente: Calisto, María Luz

Fig. 90 - 76 **SOCIAL 27**



Década 1990- 1999
 Área del diseño gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de libro
 Título: "Programación de protección al menor"
 Diseño/autor: María Luz Calisto, Juan Méndez, Johana Jiménez
 Impresión: Nuestra Amazonía
 Agencia/estudio de diseño: Punto Diseño
 Cliente: Holt International Children's Services Ecuador
 Lugar y año de producción: Quito, 1999
 Fuente: Calisto, María Luz

Fig. 90 - 75 **EDUCATIVO 1**



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: libros escolares
 Título: "Abramos Surcos"
 Diseño/autor: María Luz Calisto, Juan Méndez
 Agencia/estudio de diseño: Punto Diseño
 Cliente: Ministerio de Educación y Cultura - Unidad Ejecutora MEC-BID
 Lugar y año de producción: Quito, 1998
 Fuente: Calisto, María Luz

P.S.

Fig. 90 - 77 SOCIAL 28



Década 1990- 1999
 Área del diseño gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: contraportada de libro
 Título: "Programación de protección al menor"
 Diseño/autor: María Luz Calisto, Juan Méndez, Johana Jiménez
 Impresión: Nuestra Amazonía
 Agencia/estudio de diseño: Punto Diseño
 Cliente: Holt International Children's Services Ecuador
 Lugar y año de producción: Quito, 1999
 Fuente: Calisto, María Luz

Fig. 90 - 78 CULTURAL 28



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Frente de Danza Independiente"
 Diseño/autor: Dsigno Carrera
 Cliente: Frente de Danza Independiente
 Lugar y año de producción: Quito, 1994
 Fuente: Archivo fotográfico Christoph Hirtz, Quito, 2011

Fig. 90 - 79 CULTURAL 29



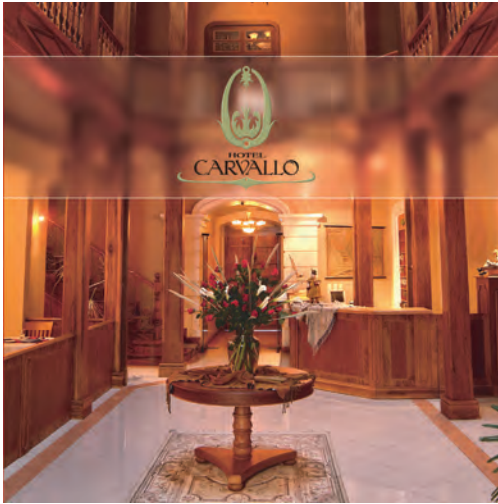
Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "La Misión"
 Diseño/autor: Dsigno Carrera
 Ilustración: Marcelo Aguirre
 Impresión: Editorial Ecuador
 Agencia/estudio de diseño: Dsigno Carrera
 Cliente: Asociación Humboldt, Instituto Goethe de Munich, Facultad de Artes, Universidad Central
 Lugar y año de producción: Quito, 1995
 Fuente: Archivo fotográfico Christoph Hirtz, Quito, 2011

Fig. 90 - 80 CULTURAL 30



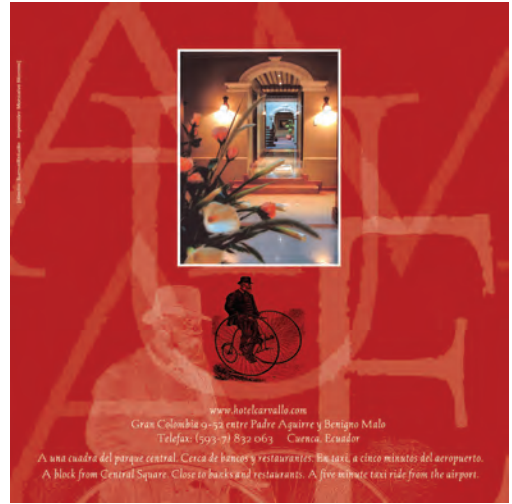
Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "SIDA"
 Diseño/autor: Dsigno Carrera
 Impresión: Editorial Ecuador
 Agencia/estudio de diseño: Dsigno Carrera
 Lugar y año de producción: Quito, 1996
 Fuente: Archivo fotográfico Christoph Hirtz, Quito, 2011

Fig. 90 - 81 **ECONÓMICO 18**



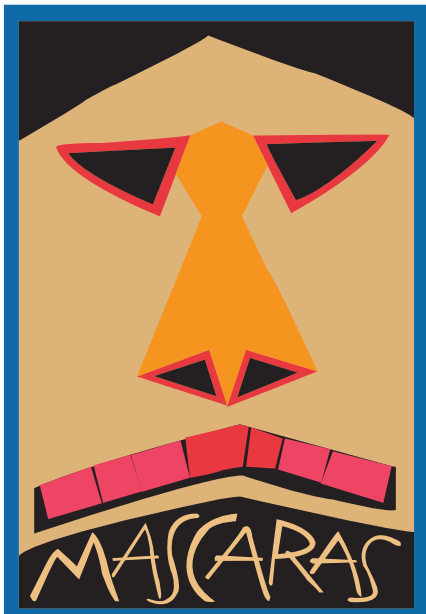
Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: portada de tríptico
 Título: "Hotel Carvallo"
 Diseño/autor: Galo Carrión
 Ilustración: Galo Carrión
 Fotografía: Juan Pablo Merchán/Sebastián Ordoñez/Galo Carrión
 Impresión: Offset full color
 Agencia/estudio de diseño: SurrealEstudio
 Cliente: Hotel Carvallo
 Lugar y año de producción: Cuenca, 1999
 Fuente: Carrión, Galo

Fig. 90 - 82 **ECONÓMICO 19**



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: contraportada de tríptico
 Título: "Hotel Carvallo"
 Diseño/autor: Galo Carrión
 Ilustración: Galo Carrión
 Fotografía: Juan Pablo Merchán/Sebastián Ordoñez/Galo Carrión
 Impresión: Offset full color
 Agencia/estudio de diseño: SurrealEstudio
 Cliente: Hotel Carvallo
 Lugar y año de producción: Cuenca, 1999
 Fuente: Carrión, Galo

Fig. 90 - 83 **CULTURAL 31**



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Máscaras"
 Diseño/autor: Amalfi Cerpa
 Lugar y año de producción: Quito, 1996
 Premio o nominación: Mención de Honor, taller de Kari Piippo
 Fuente: Cerpa, Amalfi

Fig. 90 - 84 **CULTURAL 32**



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "I Festival Iberoamericano de Cine"
 Diseño/autor: Glauber Guerra, Amalfi Cerpa
 Dirección artística: Glauber Guerra, Amalfi Cerpa
 Cliente: Embajada de Brasil y Embajada de España en Quito
 Lugar y año de producción: Quito, 1997
 Premio o nominación: Primer Premio Afiche e Imagen del Festival
 Fuente: Cerpa, Amalfi

Fig. 90 - 85 CULTURAL 33



Década: 1990-1999
 Área del diseño gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración
 Título: "El Malabarista"
 Diseño/autor: Amalfi Cerpa
 Técnica: collage, lápiz de color y acuarela
 Lugar y año de producción: Quito, 1999
 Fuente: Cerpa, Amalfi

Fig. 90 - 86 EDUCATIVO 2



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: ilustración
 Título: "Vitamina A"
 Ilustración: Edgardo Reyes Suárez, Óscar Medina Cerpa, Amalfi Cerpa Jiménez
 Técnica: collage, lapiz de color y acuarela
 Cliente: Embajada de Brasil y Embajada de España en Quito
 Lugar y año de producción: Quito, 1999
 Fuente: Cerpa, Amalfi

Fig. 90 - 87 CULTURAL 34



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: ilustración
 Título: "Tierra de Gigantes"
 Ilustración: Edgardo Reyes Suárez, Óscar Medina Cerpa, Amalfi Cerpa Jiménez
 Técnica: collage, lapiz de color y acuarela
 Cliente: Embajada de Brasil y Embajada de España en Quito
 Lugar y año de producción: Quito, 1999
 Fuente: Cerpa, Amalfi

Fig. 90 - 88 SOCIAL 29



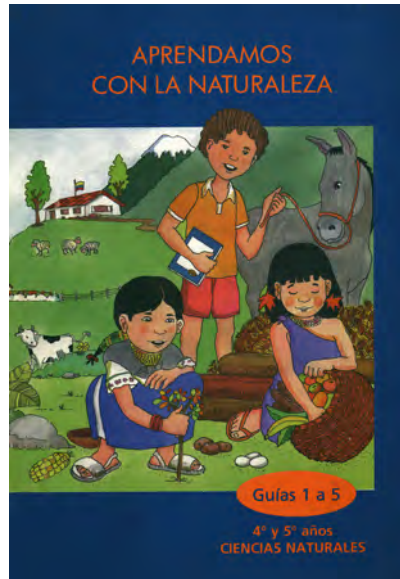
Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de libro
 Título: "Derecho a tener derecho"
 Diseño/autor: Amalfi Cerpa, Edgardo Reyes
 Impresión: Editora Agudo Hnos.
 Agencia/estudio de diseño:
 Lugar y año de producción: Quito, 1998
 Fuente: Cerpa, Amalfi

Fig. 90 - 89 SOCIAL 30



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración
 Título: "Pasa en avión"
 Diseño/autor: Edgardo Reyes, Oscar Medina, Amalfi Cerpa
 Ilustración: Edgardo Reyes, Oscar Medina, Amalfi Cerpa
 Técnica: collage, lápiz de color y acuarela
 Lugar y año de producción: Quito, 1999
 Fuente: Cerpa, Amalfi

Fig. 90 - 90 SOCIAL 31



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de libro
 Título: "Guía de autoaprendizaje de escuelas unidocentes"
 Diseño/autor: Edgardo Reyes
 Impresión: Imprenta Santa Rita
 Lugar y año de producción: Quito, 1997
 Fuente: Cerpa, Amalfi

Fig. 90 - 91 SOCIAL 32



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración para periódico
 Diseño/autor: Amalfi Cerpa, Edgardo Reyes, Instituto de Artes Visuales
 Lugar y año de producción: Quito, 1998
 Fuente: Cerpa, Amalfi

Fig. 90 - 92 SOCIAL 33



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: ilustración
 Diseño/autor: Edgardo Reyes, Instituto de Artes Visuales
 Lugar y año de producción: Quito, 1998
 Fuente: Cerpa, Amalfi

Fig. 90 - 93 CULTURAL 35



Década: 1990-1999
 Área del diseño gráfico: cómic
 Pieza/producto: cómic
 Título: "Historia del Ecuador. Los días buenos de la patria"
 Diseño/autor: Edgar Cevallos
 Dirección artística: Edgar Cevallos
 Ilustración: Edgar Cevallos, Manuel Romero
 Agencia/estudio de diseño: Cinearte
 Lugar y año de producción: Quito, 1990
 Fuente: Cevallos, Edgar

Fig. 90 - 94 ESTATAL 3



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/Product: afiche
 Título: "Hagamos el compromiso de más árboles sembrar"
 Diseño/autor: Edgar Cevallos
 Dirección artística: Edgar Cevallos
 Ilustración: Manuel Romero
 Agencia/estudio de diseño: Cinearte
 Cliente: Municipio de Quito, Alcaldía de Rodrigo Paz,
 Dpto. de Comunicación, Enrique Proaño
 Lugar y año de producción: Quito, 1991-1992
 Fuente: Romero, Manuel y Cevallos, Edgar

Fig. 90 - 95 ESTATAL 4



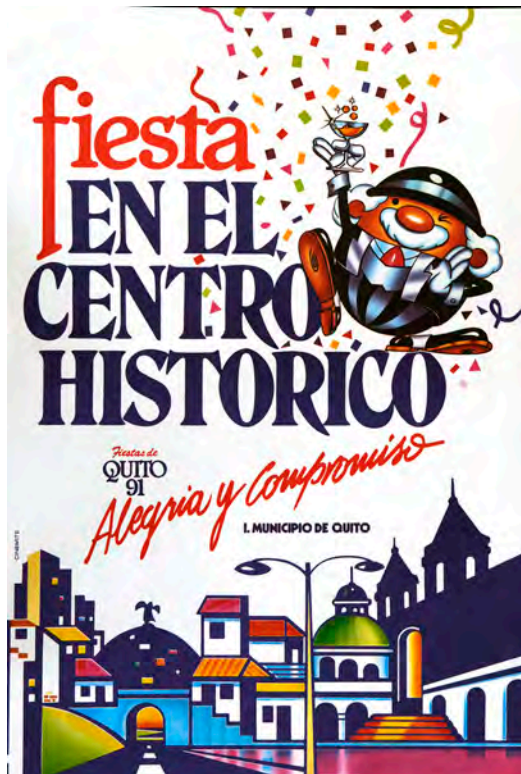
Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/Product: afiche
 Título: "América en el corazón"
 Diseño/autor: Edgar Cevallos
 Dirección artística: Edgar Cevallos
 Ilustración: Manuel Romero, Sixto Ruiz
 Impresión: Imprenta Monsalve Moreno
 Agencia/estudio de diseño: Cinearte
 Cliente: Municipio de Quito, Alcaldía de Rodrigo Paz,
 Coordinación Samia Peñaherrera
 Lugar y año de producción: Quito, 1991
 Fuente: Romero, Manuel y Cevallos, Edgar

Fig. 90 - 96 ESTATAL 5



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/Product: afiche
 Título: "Devolvamos a Quito su alegría"
 Diseño/autor: Edgar Cevallos
 Dirección artística: Edgar Cevallos
 Ilustración: Manuel Romero
 Agencia/estudio de diseño: Cinearte
 Cliente: Municipio de Quito, Alcaldía de Rodrigo Paz,
 Dpto. de Comunicación, Enrique Proaño
 Lugar y año de producción: Quito, 1991-1992
 Fuente: Romero, Manuel y Cevallos, Edgar

Fig. 90 - 97 ESTATAL 6



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/Producto: afiche
 Título: "Fiesta en el Centro Histórico"
 Dirección artística: Edgar Cevallos
 Ilustración: Manuel Romero
 Agencia/estudio de diseño: Cinearte
 Cliente: Municipio de Quito, Alcaldía de Rodrigo Paz,
 Dpto. de Comunicación, Enrique Proaño
 Lugar y año de producción: Quito, 1991-1992
 Fuente: Romero, Manuel y Cevallos, Edgar

Fig. 90 - 98 ESTATAL 7



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/Producto: afiche
 Título: "Hola! yo soy Máximo y aquí estoy"
 Diseño/autor: Edgar Cevallos
 Dirección artística: Edgar Cevallos con asesoramiento de Disney
 Ilustración: Manuel Romero, Sixto Ruiz
 Agencia/estudio de diseño: Cinearte
 Cliente: Unicef
 Lugar y año de producción: Quito, 1994
 Fuente: Romero, Manuel y Cevallos, Edgar

Fig. 90 - 99 ECONÓMICO 20



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "ITABSA"
 Diseño/autor: Diego Corrales
 Dirección artística: Juan Lorenzo Barragán
 Agencia/estudio de diseño: Azuca
 Cliente: ITABSA
 Lugar y año de producción: Quito, 1991
 Fuente: Corrales, Diego

Fig. 90 - 100 ECONÓMICO 21



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Sal y Pimienta"
 Diseño/autor: Diego Corrales
 Dirección artística: Juan Lorenzo Barragán
 Agencia/estudio de diseño: Azuca
 Cliente: Hotel Colón
 Lugar y año de producción: Quito, 1991
 Fuente: Corrales, Diego

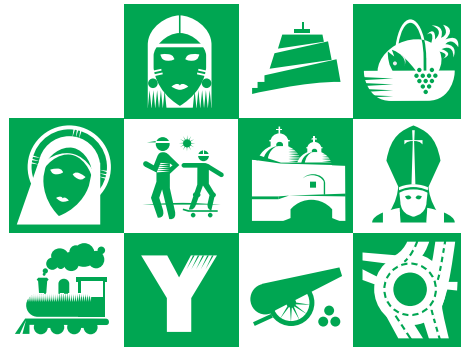
Fig. 90 - 101 CULTURAL 36



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Maya Ediciones"
 Diseño/autor: Diego Corrales
 Dirección artística: Juan L.orenzo Barragán
 Agencia/estudio de diseño: Azuca
 Cliente: Maya Ediciones
 Lugar y año de producción: Quito, 1992
 Fuente: Corrales, Diego

P.S.

Fig. 90 - 102 ESTATAL 8



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo y sistema de pictogramas
 Título: "Trole"
 Diseño/autor: Diego Corrales
 Dirección artística: Diego Corrales
 Agencia/estudio de diseño: Cygnus
 Cliente: Azuca
 Lugar y año de producción: Quito, 1996
 Fuente: Corrales, Diego

Fig. 90 - 103 ECONÓMICO 22



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Marcelo"
 Diseño/autor: Diego Corrales
 Agencia/estudio de diseño: Cygnus
 Cliente: Marcelo
 Lugar y año de producción: Quito, 1996
 Fuente: Corrales, Diego

Fig. 90 - 104 CULTURAL 37



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Segunda Bienal del Afiche en Ecuador, ADG"
 Diseño/autor: Diego Corrales
 Cliente: ADG
 Lugar y año de producción: Quito, 1996
 Premio o nominación: Primer Premio, Categoría afiche e imagen
 "Segunda Bienal del Afiche en Ecuador", ADG, 1996
 Fuente: ADG, Asociación de Diseñadores Gráficos, Quito.

Fig. 90 - 105 SOCIAL 34



Década: 1990-1999
 Área del diseño gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Sembrar"
 Diseño/autor: Santiago Crespo
 Cliente: Fundación Sembrar
 Lugar y año de producción: Quito, 1999
 Premio o nominación: Mención de Honor ADG
 Fuente: Crespo, Santiago

Fig. 90 - 106 ECONÓMICO 23

P.S.



Década: 1990-1999
 Área del diseño gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Servipagos"
 Diseño/autor: Santiago Crespo
 Cliente: Prodbanco y Banco Popular
 Lugar y año de producción: Quito, 1999
 Fuente: Crespo, Santiago

Fig. 90 - 107 ECONÓMICO 24



Década: 1990-1999
 Área del diseño gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Sports Planet"
 Diseño/autor: Santiago Crespo
 Cliente: Esteban Paz
 Lugar y año de producción: Quito, 1998
 Fuente: Crespo, Santiago

Fig. 90 - 108 ECONÓMICO 25



Década: 1990-1999
 Área del diseño gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Seguros Oriente"
 Diseño/autor: Santiago Crespo
 Cliente: Seguros Oriente
 Lugar y año de producción: Quito, 1999
 Fuente: Crespo, Santiago

Fig. 90 - 109 CULTURAL 38



Década 1990-1999
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/producto: disco compacto
Título: "Grupo TUIRA"
Diseño/autor: Enzo Cucalón
Dirección artística: Rossana Costa
Agencia/estudio de diseño: La Naranja Mecánica
Cliente: Grupo Tuirá (Romulo Castro, compositor de Rubén Blades)
Lugar y año de producción: 1996
Fuente: Cucalón, Enzo

Fig. 90 - 110 ECONÓMICO 26



Década: 1990-1999
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/producto: calendario
Título: "Agenda Cable Onda"
Diseño/autor: Enzo Cucalón
Agencia/estudio de diseño: La Naranja Mecánica
Lugar y año de producción: Quito, 1997
Fuente: Cucalón, Enzo

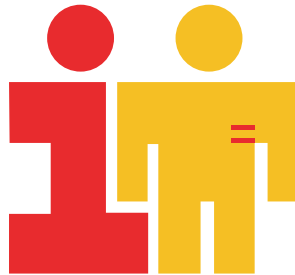
Fig. 90 - 111 SOCIAL 35



Década: 1990-1999
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/producto: calendario
Título: "Atlas Salud"
Diseño/autor: Enzo Cucalón, Rossana Costa
Agencia/estudio de diseño: La Naranja Mecánica
Lugar y año de producción: Quito, 1997
Fuente: Cucalón, Enzo

Fig. 90 - 112 ESTATAL 9

P.S.



Década: 1990-1999
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: isotipo
Título: "Información al soldado"
Diseño/autor: Jorge Encinas
Agencia/estudio de diseño: Free Lance
Cliente: Ministerio de Defensa, España
Lugar y año de producción: Quito-Madrid 1993
Fuente: Encinas, Jorge

Fig. 90 - 113 EDUCATIVO 3



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Le Pierrot Atelier"
 Diseño/autor: Jorge Encinas
 Agencia/estudio de diseño: Free Lance
 Cliente: Guardería Le Pierrot Atelier
 Lugar y año de producción: Quito 1996
 Fuente: Encinas, Jorge

Fig. 90 - 114 ECONÓMICO 27



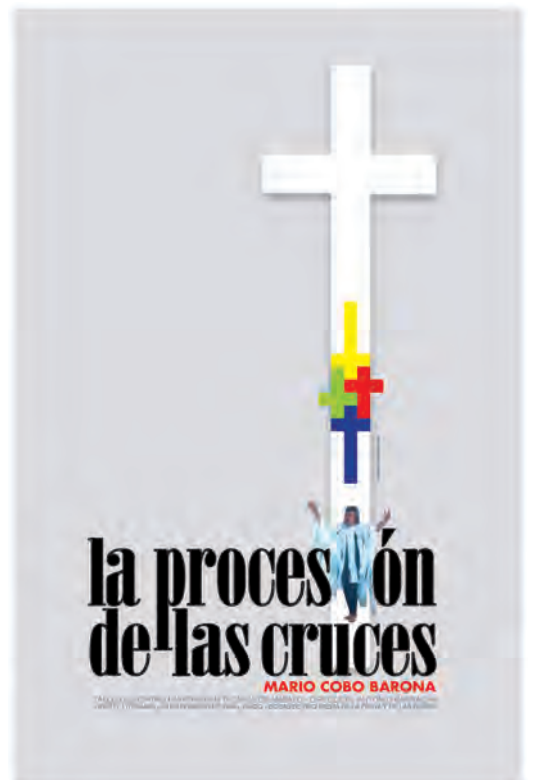
Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Geppetto"
 Diseño/autor: Jorge Encinas
 Cliente: Geppetto
 Lugar y año de producción: Quito, 1998
 Fuente: Encinas, Jorge

Fig. 90 - 115 EDUCATIVO 4



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Ciudad en vivo.com"
 Diseño/autor: Jorge Encinas
 Cliente: Guardería Le Pierrot Atelier
 Lugar y año de producción: Quito, 1999
 Fuente: Encinas, Jorge

Fig. 90 - 116 SOCIAL 36



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "La procesión de las cruces"
 Diseño/autor: Marcelo Freyre
 Lugar y año de producción: Ambato, 25 de febrero de 1999
 Fuente: Freyre, Marcelo

Fig. 90 - 117 **POLÍTICO 3**



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Fuera Bucaram"
 Lugar y año de producción: 1997
 Fuente: Archivo Histórico, Ministerio de Cultura del Ecuador, Quito, 2011

Fig. 90 - 118 **POLÍTICO 4**



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Para que no se olvide, jornadas cívicas del 5, 6 y 7 de febrero"
 Diseño/autor: Sabine Bothner
 Lugar y año de producción: Quito, 1997
 Premio o nominación: Primer Premio, Categoría afiche e imagen de concurso *Para que no se olvide*, jornadas cívicas del 5, 6 y 7 de febrero, ADG
 Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, Quito

Fig. 90 - 119 **POLÍTICO 5**



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración
 Título: "Caretario"
 Diseño/autor: Tito Molina y Adolfo Macías
 Lugar y año de producción: Quito, 1997
 Premio o nominación: Primer Premio, Categoría Expresión Gráfica y Afiche, Concurso *Para que no se olvide*, jornadas cívicas del 5, 6 y 7 de febrero" ADG
 Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, Quito

Fig. 90 - 120 **POLITICO 6**

P.S.



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: camiseta Concurso "Para que no se olvide, jornadas cívicas del 5, 6 y 7 de febrero"
 Título: "Que vuelvan... pero presos"
 Diseño/autor: María Luz Calisto
 Agencia/estudio de diseño: Punto Diseño
 Lugar y año de producción: Quito, febrero 1997
 Premio o nominación: Mención de Honor, Categoría Expresión Gráfica y Afiche, Concurso *Para que no se olvide*, jornadas cívicas del 5, 6 y 7 de febrero, ADG
 Fuente: Calisto, María Luz

Fig. 90 - 121 **POLÍTICO 7**



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración Concurso "Para que no se olvide, jornadas cívicas del 5, 6 y 7 de febrero"
 Título: "Un rey Momo en Carondelet"
 Diseño/autor: Polibio Eduardo Pereira
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 1997
 Premio o nominación: Mención de Honor, Categoría Ilustración, Concurso *Para que no se olvide*, jornadas cívicas del 5, 6 y 7 de febrero, ADG
 Fuente: ADG, Asociación de Diseñadores Gráficos, Quito

Fig. 90 - 122 **POLÍTICO 8**



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: tapiz Concurso "Para que no se olvide, jornadas cívicas del 5, 6 y 7 de febrero"
 Título: "Flores de Febrero"
 Diseño/autor: Carmen Vicente
 Lugar y año de producción: Quito, 1997
 Premio o nominación: Mención Especial Concurso *Para que no se olvide*, jornadas cívicas del 5, 6 y 7 de febrero, ADG
 Fuente: ADG, Asociación de Diseñadores Gráficos

Fig. 90 - 123 **POLÍTICO 9**



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: caja Concurso "Para que no se olvide, jornadas cívicas del 5, 6 y 7 de febrero"
 Título: "Valientes hombres de mi Patria"
 Diseño/autor: Ana Fernández
 Lugar y año de producción: Quito, 1997
 Premio o nominación: Mención Especial Concurso *Para que no se olvide*, jornadas cívicas del 5, 6 y 7 de febrero, ADG
 Fuente: ADG, Asociación de Diseñadores Gráficos, Quito

Fig. 90 - 124 **CULTURAL 39**



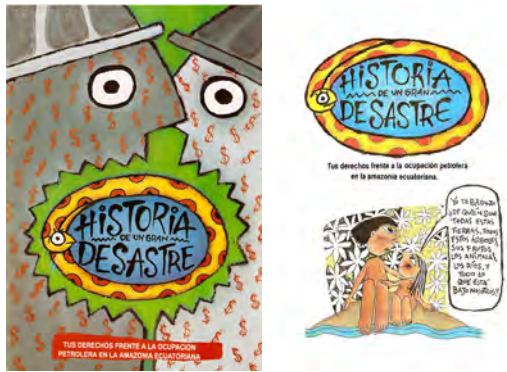
Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Encuentro Latinoamericano de Objeción de Conciencia"
 Diseño/autor: Mónica Garcés
 Lugar y año de producción: Quito, 1997
 Fuente: Archivo fotográfico Christoph Hirtz, Quito, 2011

Fig. 90 - 125 SOCIAL 37



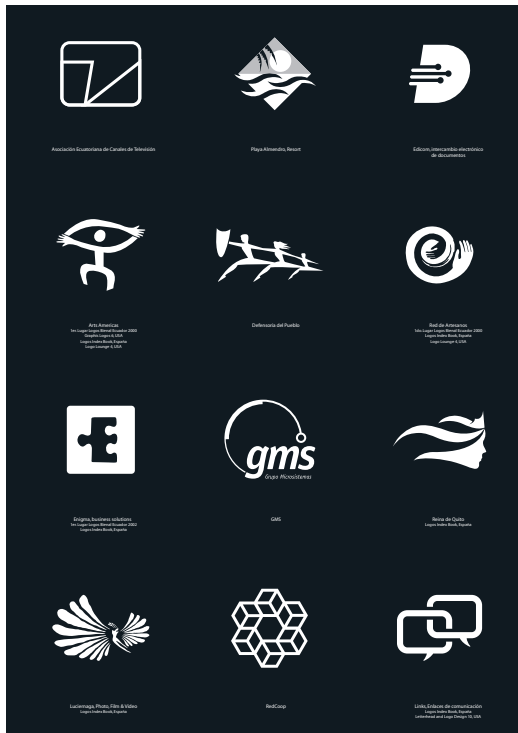
Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: portada de libro
 Título: "Amazonia por la vida"
 Diseño/autor: Geraldine Gillmore
 Lugar y año de producción: Quito, 1991-1995
 Fuente: Gillmore, Geraldine

Fig. 90 - 126 CULTURAL 40



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: contraportada de libro
 Título: "Historia de un gran desastre"
 Diseño/autor: Geraldine Gillmore
 Lugar y año de producción: Quito, 1991-1995
 Fuente: Gillmore, Geraldine

Fig. 90 - 128 ECONÓMICO 28



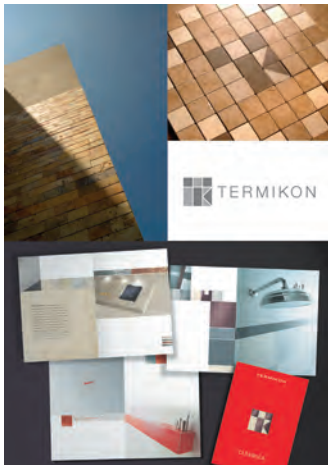
Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: isotipos
 Diseño/autor: Silvio Giorgi and Sandro Giorgi
 Dirección artística: Silvio Giorgi
 Ilustración: Silvio Giorgi
 Impresión: Offset
 Agencia/estudio de diseño: Latinbrand
 Cliente: Asociacion Ecuatoriana de Canales de Television, Playa Almendro, Edicom, Arts Americas, Defensoria del Pueblo, Red de Artesanos, Enigma, GMS, Reina de Quito, Luciernaga, RedCoop, Links.
 Lugar y año de producción: Quito, 1993-1999
 Fuente: Giorgi, Silvio

Fig. 90 - 127 CULTURAL 41



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: páginas interiores de libro
 Título: "Historia de un gran desastre"
 Diseño/autor: Geraldine Gillmore
 Lugar y año de producción: Quito, 1991-1995
 Fuente: Gillmore, Geraldine

Fig. 90 - 129 **ECONÓMICO 29**



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: Imagen Corporativa
 Título: "Termikon"
 Diseño/autor: Silvio Giorgi y Sandro Giorgi
 Dirección artística: Silvio Giorgi
 Ilustración: Silvio Giorgi
 Fotografía: Olivier Auverlau
 Impresión: Offset
 Agencia/estudio de diseño: Latinbrand
 Cliente: Termikon
 Lugar y año de producción: Quito, 1998
 Premio o nominación: Primer premio, categoría Folletos. Cuarta Bienal de Diseño, Ecuador 2002
 Fuente: Giorgi, Silvio

Fig. 90 - 131 **CULTURAL 42**



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Hugo Idrovo Solo"
 Diseño/autor: Pablo Iturralde
 Ilustración: Pablo Iturralde (edición)
 Fotografía: Man Ray/Bolo Franco
 Agencia/estudio de diseño: Pablo Iturralde
 Cliente: Hugo Idrovo/Miles Producciones
 Lugar y año de producción: Quito, 1996
 Fuente: Iturralde, Pablo

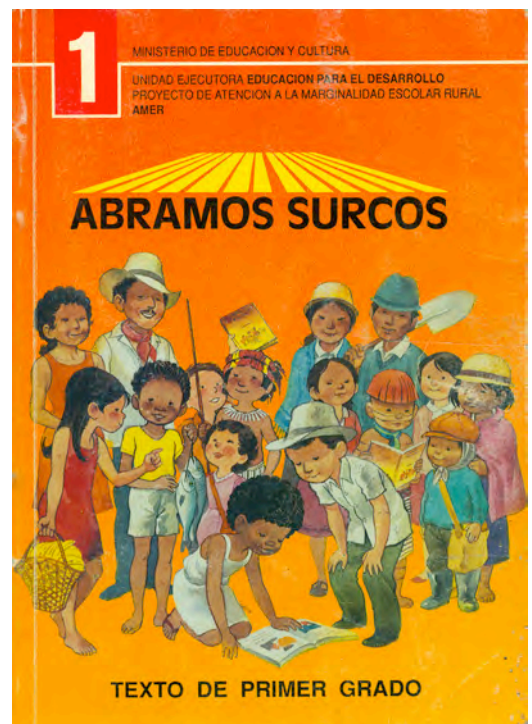
P.S.

Fig. 90 - 130 **ECONÓMICO 30**



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Banco de Loja"
 Diseño/autor: Diego Gonzales
 Dirección artística: Diego Gonzales
 Agencia/estudio de diseño: Delta Publicidad
 Cliente: Banco de Loja
 Lugar y año de producción: Quito, 1996
 Fuente: Gonzales, Diego

Fig. 90 - 132 **EDUCATIVO 5**



Década 1990 - 1999
 Área del diseño gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de libro
 Título: "Abramos Surcos"
 Diseño/autor: Nelson Jácome
 Cliente: Ministerio de Educación y Cultura - AMER
 Lugar y año de producción: Quito, 1992
 Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 90 - 133 SOCIAL 38



Década 1990-1999
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: isotipo
Título: "Mundial de Fútbol Sub 17"
Diseño/autor: Raúl Jaramillo
Dirección artística:
Ilustración: Raúl Jaramillo
Agencia/estudio de diseño: Versus
Cliente: Federación Ecuatoriana de Fútbol
Lugar y año de producción: Guayaquil, 1995
Fuente: Jaramillo, Raúl

Fig. 90 - 134 ECONÓMICO 31



Década 1990-1999
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: isotipo
Título: "Sol de Cancún"
Diseño/autor: Raúl Jaramillo
Dirección artística:
Ilustración: Raúl Jaramillo
Impresión: serigrafía
Agencia/estudio de diseño: Versus
Cliente: PEER de C.V. / México DF
Lugar y año de producción: Guayaquil, 1996
Fuente: Jaramillo, Raúl

Fig. 90 - 135 ECONÓMICO 32



Década 1990-1999
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Flamingo Plaza- Cancún"
Diseño/autor: Raúl Jaramillo
Ilustración: Raúl Jaramillo
Agencia/estudio de diseño: Versus
Cliente: Centro Comercial Flamingo Plaza-Cancún
Lugar y año de producción: Guayaquil, 1997
Fuente: Jaramillo, Raúl

Fig. 90 - 136 ESTATAL 10



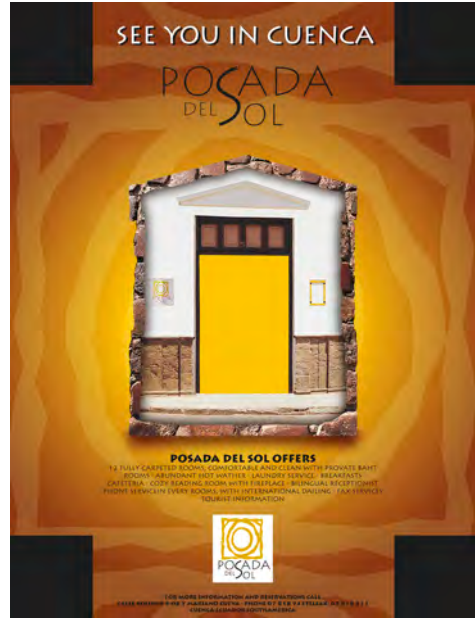
Década 1990-1999
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Marca País Perú"
Diseño/autor: Raúl Jaramillo
Ilustración: Raúl Jaramillo
Agencia/estudio de diseño: Versus
Cliente: PromPerú/Ministerio de Turismo
Lugar y año de producción: Guayaquil, 1999
Fuente: Jaramillo, Raúl

Fig. 90 - 137 SOCIAL 39



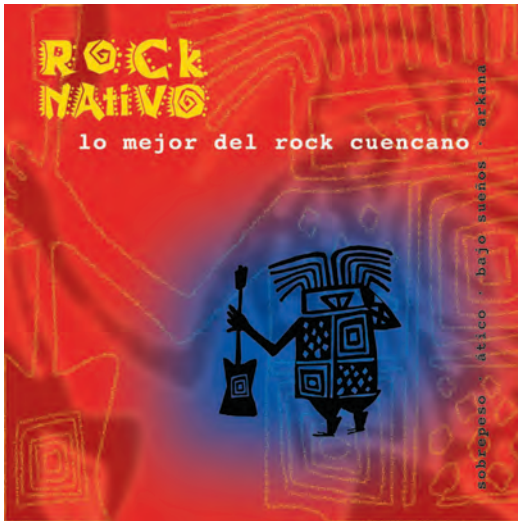
Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Sendas"
 Diseño/autor: Sebastián Malo
 Lugar y año de producción: Cuenca, 28 de mayo de 1995
 Fuente: Malo, Sebastián

Fig. 90 - 138 ECONÓMICO 33



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Posada del Sol"
 Diseño/autor: Sebastián Malo
 Lugar y año de producción: Cuenca, 1996
 Fuente: Malo, Sebastián

Fig. 90 - 139 CULTURAL 43



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "CD Rock Nativo"
 Diseño/autor: Sebastián Malo
 Lugar y año de producción: Cuenca, 1996
 Fuente: Malo, Sebastián

Fig. 90 - 140 ECONÓMICO 34



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Folletos Ecotrek"
 Diseño/autor: Sebastián Malo
 Cliente: Ecotrek expeditions
 Lugar y año de producción: Cuenca, 1996
 Fuente: Malo, Sebastián

Fig. 90 - 141 **ECONÓMICO 35**



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: tríptico
 Título: "Folletos Ecotrek"
 Diseño/autor: Sebastián Malo
 Cliente: Ecotrek expedition
 Lugar y año de producción: Cuenca, 1996
 Fuente: Malo, Sebastián

Fig. 90 - 142 **CULTURAL 44**



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Invitación Palomeque"
 Diseño/autor: Sebastián Malo
 Lugar y año de producción: Cuenca, 1997
 Fuente: Malo, Sebastián

Fig. 90 - 143 **CULTURAL 45**



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: portada de disco compacto
 Título: "Sobre peso-La Ruleta"
 Diseño/autor: Sebastián Malo
 Cliente: Universidad de Cuenca
 Lugar y año de producción: Cuenca, 1998
 Fuente: Malo, Sebastián

Fig. 90 - 144 **ECONÓMICO 36**



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: Marathon Sports
 Diseño/autor: Boris Mantilla
 Dirección artística: Boris Mantilla
 Agencia/estudio de diseño: Boris Mantilla
 Cliente: Marathon Sports
 Lugar y año de producción: Quito, 1995
 Fuente: Mantilla, Boris

Fig. 90 - 145 SOCIAL 40



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "1492 y la población indígena de las Américas"
 Diseño/autor: Antonio Mena
 Impresión: Imprenta Mariscal
 Cliente: FLACSO
 Lugar y año de producción: Quito, 1992
 Fuente: aArchivo fotográfico Christoph Hirtz, Quito, 2011

Fig. 90 - 146 SOCIAL 41



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "No más presos sin sentencia"
 Diseño/autor: Antonio Mena
 Cliente: Corporación Latinoamericana para el Desarrollo
 Lugar y año de producción: Quito, 1993
 Premio o nominación: Mención de Honor, "Primera Bial del Afiche en Ecuador, ADG", Quito, 1994.
 Seleccionado "Tercera Bial Internacional del Cartel de México", México, 1994
 Fuente: Mena, Antonio

Fig. 90 - 147 SOCIAL 42



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "The Urban Challenge in the 90's"
 Diseño/autor: Antonio Mena
 Cliente: ADG
 Lugar y año de producción: Quito, 1993
 Premio o nominación: Mención de Honor, "Primera Bial del Afiche en Ecuador", ADG, 1994.
 Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, Diseño Gráfico en Ecuador, Revista ADG, Quito, 1995, p. 26

Fig. 90 - 148 SOCIAL 43



Década: 1990-1999
 Área del diseño gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Por una sociedad con equidad"
 Diseño/autor: Belén Mena
 Agencia /estudio de diseño: belenmena
 Cliente: UNFPA
 Lugar y año de producción: 1998
 Premio o nominación: Segundo Premio, Concurso Internacional de Afiches UNFPA, Nueva York
 Fuente: Mena, Belén

Fig. 90 - 149 **ESTATAL 11**



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: isotipo
 Título: "Ministerio de Ambiente"
 Diseño/autor: Belén Mena
 Dirección artística: Belén Mena
 Agencia/estudio de diseño: belenmena
 Cliente: Ministerio del Ambiente
 Lugar y año de producción: Quito, 1998
 Premio o nominación: Primer Premio en el Concurso de Logotipos, ADG, Quito, 2000.
 Fuente: Mena, Belén

Fig. 90 - 150 **ECONÓMICO 37**



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: calendario
 Título: "Coca Cola"
 Diseño/autor: Tito Molina
 Cliente: ADG
 Lugar y año de producción: Quito, 1994
 Premio o nominación: Mención de Honor, "Primera Bial del Afiche en Ecuador", ADG, 1994.
 Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, Diseño Gráfico en Ecuador, Revista ADG, Quito, 1995, p. 26

Fig. 90 - 151 **CULTURAL 46**



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "XOX"
 Diseño/autor: Adn Montalvo Estrada
 Técnica: varias
 Agencia/estudio de diseño: Adn Montalvo
 Cliente: XOX
 Lugar y año de producción: Quito, 1998
 Fuente: Montalvo, Adn

Fig. 90 - 152 **CULTURAL 47**



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de revista
 Título: "Revista de Cómics XOX No. 0"
 Diseño/autor: Adn Montalvo Estrada
 Dirección artística: Adn Montalvo Estrada
 Ilustración: varios
 Impresión: offset
 Agencia/estudio de diseño: Adn Montalvo Estrada
 Cliente: XOX
 Lugar y año de producción: Quito, 1998
 Fuente: Revista de Cómics XOX, Quito, 1998

Fig. 90 - 153 **ECONÓMICO 38**



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Katzo"
 Diseño/autor: Rómulo Moya Peralta
 Ilustración: Rómulo Moya Peralta
 Agencia/estudio de diseño: Trama
 Cliente: Katzo Productora Audiovisual
 Lugar y año de producción: Quito, 1992
 Fuente: Moya, Rómulo

Fig. 90 - 154 **ECONÓMICO 39**



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Gala"
 Diseño/autor: Rómulo Moya Peralta
 Ilustración: Rómulo Moya Peralta
 Agencia/estudio de diseño: Trama
 Cliente: Productora de Televisión Gala
 Lugar y año de producción: Quito, 1992
 Fuente: Moya, Rómulo

Fig. 90 - 155 **CULTURAL 48**



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: isotipo
 Título: "Asociación de Diseñadores Gráficos"
 Diseño/autor: Rómulo Moya Peralta
 Dirección artística: Rómulo Moya Peralta
 Ilustración: Rómulo Moya Peralta
 Impresión: monocromía
 Agencia/estudio de diseño: Trama
 Cliente: Asociación de Diseñadores Gráficos del Ecuador
 Lugar y año de producción: Quito, 1993
 Premio o nominación: Ganador del Concurso de Logotipo para la Asociación de Diseñadores Gráficos
 Fuente: Moya, Rómulo

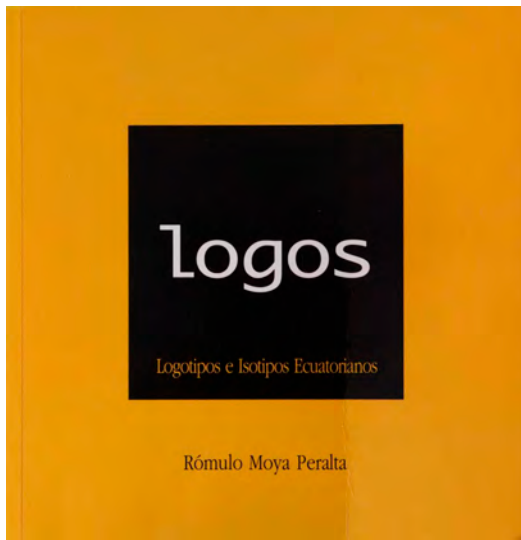
Fig. 90 - 156 **ECONÓMICO 40**

P.S.



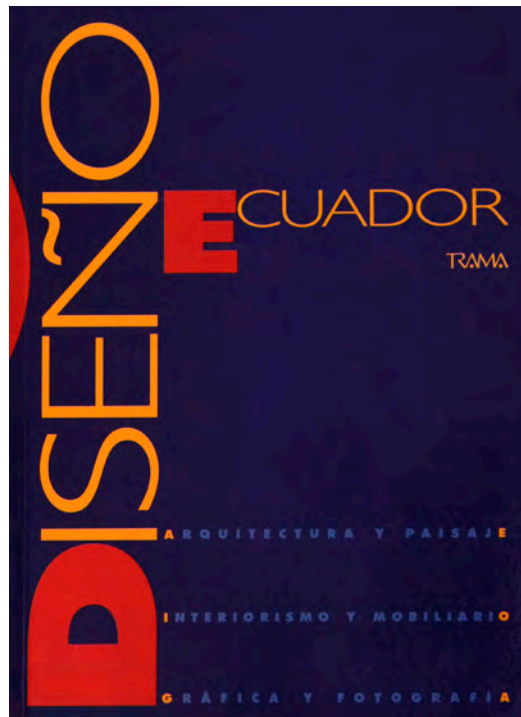
Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: isotipo
 Título: "Galería Sucre"
 Diseño/autor: Rómulo Moya Peralta
 Dirección artística:
 Ilustración: Rómulo Moya Peralta
 Agencia/estudio de diseño: Trama
 Cliente: Centro Comercial Galerías Sucre
 Lugar y año de producción: Quito, 1995
 Fuente: Moya, Rómulo

Fig. 90 - 157 CULTURAL 49



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: libro
 Título: "Logos, Logotipos e isotipos ecuatorianos"
 Diseño/autor: Rómulo Moya
 Agencia/estudio de diseño: Ediciones Trama
 Lugar y año de producción: Quito, abril de 1997
 Fuente: Moya, Rómulo. *Logos. Logotipos e isotipos ecuatorianos*, Quito, Ediciones Trama, 1997

Fig. 90 - 158 CULTURAL 50



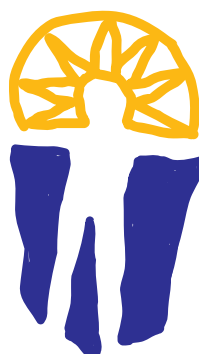
Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: libro
 Título: "Diseño en Ecuador"
 Diseño/autor: Rómulo Moya
 Agencia/estudio de diseño: Ediciones Trama
 Lugar y año de producción: Quito, agosto de 1998
 Fuente: Moya, Rómulo. *Diseño en Ecuador*, Quito, Ediciones Trama, 1998

Fig. 90 - 159 CULTURAL 51



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/Producto: logotipo
 Título: "XI Bienal de Arquitectura de Quito"
 Diseño/autor: Rómulo Moya Peralta
 Dirección artística: Rómulo Moya Peralta
 Ilustración: Rómulo Moya Peralta
 Agencia/estudio de diseño: Ediciones Trama
 Cliente: Colegio de Arquitectos del Ecuador
 Lugar y año de producción: Quito, 1998
 Fuente: Moya, Rómulo

Fig. 90 - 160 SOCIAL 44



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: isotipo
 Título: "Francisca Guzmán Psicóloga"
 Diseño/autor:
 Dirección artística: Rómulo Moya Peralta
 Ilustración: Rómulo Moya Peralta
 Agencia/estudio de diseño: Trama
 Cliente: Consultorio Psicológico Dra. Francisca Guzmán
 Lugar y año de producción: Quito, 1998
 Fuente: Moya, Rómulo

Fig. 90 - 161 **ECONÓMICO 41**



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: isotipo
 Título: "GM Consultorio Psicológico"
 Diseño/autor: Rómulo Moya Peralta
 Ilustración: Rómulo Moya Peralta
 Agencia/estudio de diseño: Trama
 Cliente: Consultorio Psicológico GM
 Lugar y año de producción: Quito, 1998
 Fuente: Moya, Rómulo

Fig. 90 - 162 **ECONÓMICO 42**



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Argentum"
 Diseño/autor: Rómulo Moya Peralta
 Ilustración: Rómulo Moya Peralta
 Agencia/estudio de diseño: Trama
 Cliente: Argentum
 Lugar y año de producción: Quito, 1999
 Fuente: Moya, Rómulo

Fig. 90 - 163 **ECONÓMICO 43**



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "ARTEC"
 Diseño/autor: Rómulo Moya Peralta
 Ilustración: Rómulo Moya Peralta
 Agencia/estudio de diseño: Trama
 Cliente: Estudio de Arquitectura
 Lugar y año de producción: Quito, 1999
 Fuente: Moya, Rómulo

Fig. 90 - 164 **SOCIAL 45**



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Diseño/autor: Rediseño bajo autorización y dirección de Peter Mussfeldt
 Agencia/estudio de diseño: Norlop
 Cliente: Ecuavisa
 Lugar y año de producción: 1998
 Fuente: Burbano, Andrés

Fig. 90 - 165 **ECONÓMICO 44**



Década 1990-1999
Área del diseño gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: isotipo
Título: "Financiera"
Diseño/autor: Peter Mussfeldt
Agencia/estudio de diseño: Versus
Cliente: Factorandina Financiera
Lugar y año de producción: Guayaquil, 1993
Fuente: Mussfeldt, Peter

Fig. 90 - 166 **ECONÓMICO 45**



Década 1990-1999
Área del diseño gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: isotipo
Título: "Asesoría"
Diseño/autor: Peter Mussfeldt
Ilustración: Francisco Ponce
Agencia/estudio de diseño: Versus
Cliente: Roberto Safdie, Asesor de Mercadeo
Lugar y año de producción: Guayaquil, 1996
Fuente: Mussfeldt, Peter

Fig. 90 - 168 **CULTURAL 52**



Fig. 90 - 167 **ECONÓMICO 46**

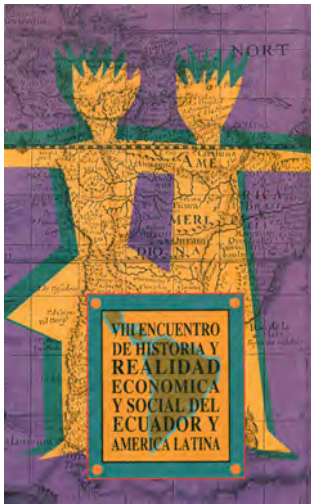


Década 1990-1999
Área del diseño gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: souvenir
Título: "Australia"
Diseño/autor: Peter Mussfeldt
Ilustración: Peter Mussfeldt, Patricio Pacheco
Agencia/estudio de diseño: Versus
Cliente: Peer - México
Lugar y año de producción: Guayaquil, 1998
Fuente: Mussfeldt, Peter



Década 1990-1999
Área del Diseño Gráfico: Diseño Publicitario
Pieza/producto: afiche
Título: "I Encuentro Nacional de Titeres y Titiriteros"
Diseño/autor: Sebastián Naranjo Cuvi
Ilustración: Sebastián Naranjo Cuvi
Agencia/estudio de diseño: Sebastián Naranjo Cuvi
Cliente: Roberto Ochoa (Rocky)
Lugar y año de producción: Cuenca, 1991
Fuente: Naranjo, Sebastián

Fig. 90 - 169 SOCIAL 46



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "VII Encuentro de Historia y Realidad Económica y Social del Ecuador y América Latina"
 Diseño/autor: Sebastián Naranjo Cuvi
 Dirección artística: Zonográfica
 Ilustración: Sebastián Naranjo Cuvi
 Agencia/estudio de diseño: Zonográfica
 Cliente: Universidad de Cuenca
 Lugar y año de producción: Cuenca, noviembre, 1996
 Fuente: Naranjo, Sebastián

Fig. 90 - 170 SOCIAL 47



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Postgrado Población y Desarrollo Local Sustentable"
 Diseño/autor: Sebastián Naranjo Cuvi
 Dirección artística: Zonográfica
 Ilustración: Sebastián Naranjo Cuvi
 Agencia/estudio de diseño: Zonográfica
 Cliente: Universidad de Cuenca
 Lugar y año de producción: Cuenca, 1997
 Fuente: Naranjo, Sebastián

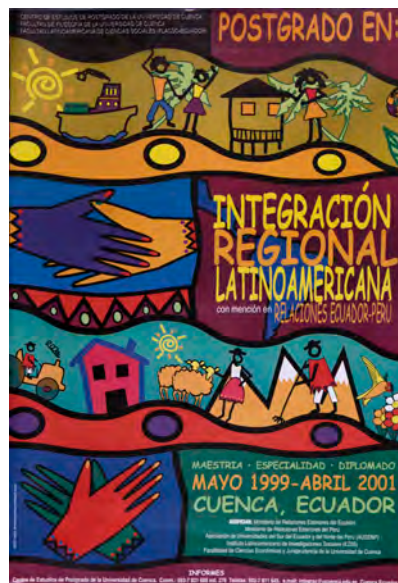
Fig. 90 - 171 CULTURAL 53

P.S.

Fig. 90 - 172 SOCIAL 48



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Bienal Internacional de Pintura Infantil"
 Diseño/autor: Sebastián Naranjo Cuvi
 Ilustración: Sebastián Naranjo Cuvi
 Agencia/estudio de diseño: Trazos. Diseño y Comunicación Visual
 Cliente: Fundación Paul Rivet
 Lugar y año de producción: Cuenca, 1998
 Fuente: Naranjo, Sebastián



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Postgrado en Integración Regional Latinoamericana"
 Diseño/autor: Sebastián Naranjo Cuvi
 Ilustración: Sebastián Naranjo Cuvi
 Agencia/estudio de diseño: Trazos. Diseño y Comunicación Visual
 Cliente: Universidad de Cuenca
 Lugar y año de producción: Cuenca, 1999
 Fuente: Naranjo, Sebastián

Fig. 90 - 173 **CULTURAL 54**



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Héroe Decapitado"
 Diseño/autor: Sebastián Naranjo Cuvi
 Ilustración: Sebastián Naranjo Cuvi
 Agencia/estudio de diseño: Trazos. Diseño y Comunicación Visual
 Cliente: Teatro del Quinto Río
 Lugar y año de producción: Cuenca, 25 de septiembre de 1999
 Fuente: Naranjo, Sebastián

Fig. 90 - 174 **SOCIAL 49**



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de libro
 Título: "Ambiente y Desarrollo sostenible. Herramienta de Capacitación"
 Diseño/autor: Sebastián Naranjo Cuvi
 Ilustración: Sebastián Naranjo Cuvi
 Agencia/estudio de diseño: Trazos. Diseño y Comunicación Visual
 Cliente: UICN (Unión Mundial por la Naturaleza)
 Lugar y año de producción: Cuenca, 1999
 Fuente: Naranjo, Sebastián

Fig. 90 - 175 **CULTURAL 55**



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Primer Salón Nacional de Dibujo y de Grabado"
 Diseño/autor: Sebastián Naranjo Cuvi
 Ilustración: Sebastián Naranjo Cuvi
 Agencia/estudio de diseño: Trazos. Diseño y Comunicación Visual
 Cliente: Casa de la Cultura Ecuatoriana Núcleo del Azuay
 Lugar y año de producción: Cuenca, 1999
 Premio o nominación:
 Fuente: Naranjo, Sebastián

Fig. 90 - 176 **ESTATAL 12**

P.S.



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: medalla
 Título: "Conmemoración al descubrimiento del río Amazonas"
 Lugar y año de producción: Cuenca, 1992
 Fuente: Archivo fotográfico Ortiz Alfonso, 2011

Fig. 90 - 177 CULTURAL 56



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: ilustración 3D
 Pieza/producto: escultura
 Título: "Guerrero Híbrido"
 Diseño/autor: Israel Pardo
 Técnica: modelado escultórico
 Lugar y año de producción: Ambato, 1998
 Premio o nominación: Primer Lugar XI Salón Nacional de Máscaras
 Fuente: Pardo, Israel

Fig. 90 - 178 CULTURAL 57



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: ilustración 3D
 Pieza/producto: escultura
 Título: "Gárgola de Gaia"
 Diseño/autor: Israel Pardo
 Técnica: modelado escultórico
 Lugar y año de producción: Quito, 1998
 Premio o nominación: Obra ganadora del primer Salón Provincial de escultura San Juan de Ambato, Ambato, 2002.
 Fuente: Pardo, Israel

Fig. 90 - 179 CULTURAL 58

P.S.



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: Ilustración 3D
 Pieza/producto: escultura
 Título: "Shaman en Éxtasis"
 Diseño/autor: Israel Pardo
 Técnica: modelado escultórico
 Lugar y año de producción: Ambato, 1999
 Premio o nominación: Primer Lugar XII Salón Nacional de Máscaras, Instituto Andino Artes Populares.
 Fuente: Pardo, Israel

Fig. 90 - 180 SOCIAL 50

P.S.



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración para revista
 Título: "Ardilla"
 Diseño/autor: Santiago Parreño
 Cliente: TV Guia
 Lugar y año de producción: Quito, 1996
 Fuente: Parreño, Santiago

Fig. 90 - 181 SOCIAL 51



Década 1990-1999
Área del Diseño Gráfico: ilustración
Pieza/producto: ilustración para revista La Pandilla
Título: "¡Uy!"
Diseño/autor: Santiago Parreño
Cliente: El Comercio
Lugar y año de producción: Quito, 1996
Fuente: Parreño, Santiago

Fig. 90 - 182 SOCIAL 52



Década 1990-1999
Área del Diseño Gráfico: ilustración
Pieza/producto: ilustración para Diario El Comercio
Título: "Actitud"
Diseño/autor: Santiago Parreño
Impresión: Offset
Cliente: El Comercio
Lugar y año de producción: Quito, 1997
Fuente: Parreño, Santiago

Fig. 90 - 183 SOCIAL 53



Década 1990-1999
Área del Diseño Gráfico: Ilustración
Pieza/producto: ilustración para Revista Gestión
Título: "Comida rápida"
Diseño/autor: Santiago Parreño
Impresión: Offset
Cliente: Revista Gestión
Lugar y año de producción: Quito, 1999
Fuente: Parreño, Santiago

Fig. 90 - 184 SOCIAL 54



Década 1990-1999
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Floralp"
Diseño/autor: Enrico Pupi
Agencia/estudio de diseño: Enrico Pupi Design
Cliente: Floralp
Lugar y año de producción: 1996
Fuente: Pupi, Enrico

Fig. 90 - 185 SOCIAL 55



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Salinerito"
 Diseño/autor: Enrico Pupi
 Agencia/estudio de diseño: Enrico Pupi Design
 Cliente: Cooperativa de Queseros Salinerito
 Lugar y año de producción: 1997
 Fuente: Pupi, Enrico

Fig. 90 - 186 SOCIAL 56



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Unión del Queso"
 Diseño/autor: Enrico Pupi
 Agencia/estudio de diseño: Enrico Pupi Design
 Cliente: Unión Comercial
 Lugar y año de producción: 1997
 Fuente: Pupi, Enrico

Fig. 90 - 187 SOCIAL 57



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: calendario
 Título: "Queseras de Bolívar"
 Diseño/autor: Enrico Pupi
 Lugar y año de producción: Quito, 1999
 Fuente: Pupi, Enrico

Fig. 90 - 188 ECONÓMICO 47



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Arbusta"
 Diseño/autor: Estefanía Rivas
 Dirección artística: Juan Lorenzo Barragán
 Impresión: Offset
 Agencia/estudio de diseño: Azuca
 Cliente: Arbusta
 Lugar y año de producción: Quito, 1994
 Fuente: Rivas, Estefanía

Fig. 90 - 189 **CULTURAL 59**



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "XVIII Festival Latinoamericano de Teatro, Manizales Colombia"
 Diseño/autor: Estefanía Rivas
 Dirección artística: Estefanía Rivas
 Ilustración: Estefanía Rivas
 Agencia/estudio de diseño: Querraya
 Cliente: Festival Latinoamericano de Teatro/Colombia
 Lugar y año de producción: Quito, 1996
 Premio o nominación: Primer Premio Afiche e Imagen del Festival
 Fuente: Rivas, Estefanía

Fig. 90 - 191 **ECONÓMICO 48**



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de agenda
 Título: "Los placeres de la vida"
 Diseño/autor: Estefanía Rivas/María José Ayala
 Dirección artística: Estefanía Rivas/María José Ayala
 Fotografía: Daniel Andrade
 Impresión: Offset
 Agencia/estudio de diseño: Querraya
 Cliente: Diners Club
 Lugar y año de producción: Quito, 1998
 Fuente: Rivas, Estefanía

Fig. 90 - 190 **ESTADO 13**



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Las mujeres nutren al Ecuador"
 Diseño/autor: Estefanía Rivas
 Dirección artística: Estefanía Rivas
 Ilustración: Estefanía Rivas
 Impresión: Offset
 Agencia/estudio de diseño: Querraya
 Cliente: Conamu
 Lugar y año de producción: Quito, 1998
 Fuente: Rivas, Estefanía

Fig. 90 - 192 **ECONÓMICO 49**



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Sorciair"
 Diseño/autor: Alfredo Ruales
 Cliente: Sorciair, representante de Air France en Ecuador
 Lugar y año de producción: Quito, 1995
 Fuente: Ruales, Alfredo

Fig. 90 - 193 CULTURAL 60



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Kulturarte"
 Diseño/autor: Alfredo Ruales
 Cliente: Promotora de espectáculos Kulturarte
 Lugar y año de producción: Quito, 1997
 Fuente: Ruales, Alfredo

Fig. 90 - 194 CULTURAL 61



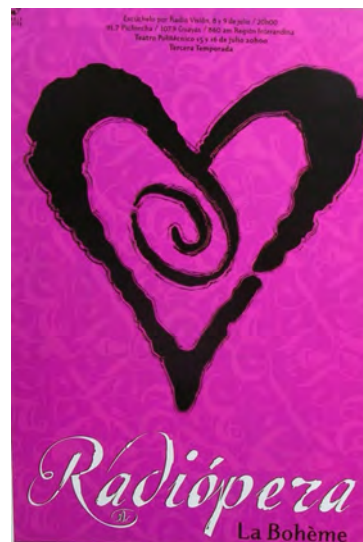
Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de revista
 Título: "Mango"
 Diseño/autor: Alfredo Ruales
 Dirección artística: Alfredo Ruales
 Ilustración: Alfredo Ruales
 Fotografía: Ilustración/Montaje digital Alfredo Ruales
 Técnica: fotoilustración/montaje digital
 Impresión: Offset
 Cliente: Revista Mango
 Lugar y año de producción: Quito, 1997
 Premio o nominación: Premio Nacional Jorge Mantilla Ortega a la mejor portada de 1998
 Fuente: Ruales, Alfredo

Fig. 90 - 195 CULTURAL 62



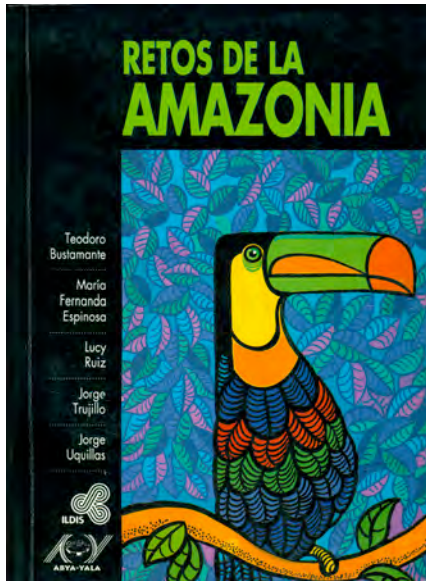
Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Linea Imaginaria"
 Diseño/autor: Alfredo Ruales
 Cliente: Editorial Línea Imaginaria
 Lugar y año de producción: Quito, 1999
 Fuente: Ruales, Alfredo

Fig. 90 - 196 SOCIAL 58



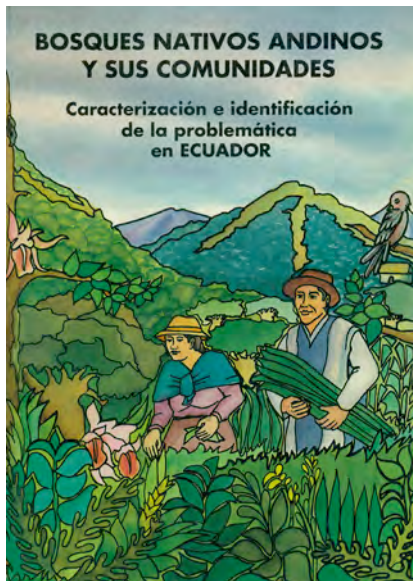
Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Radio Opera La Bohème"
 Diseño/autor: Esteban Salgado
 Agencia/estudio de diseño: ESDiseño
 Cliente: Radio Visión
 Lugar y año de producción: Quito, 1999
 Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos del Ecuador, *Diseñadores de Ecuador*, Quito, ADG, 2002, p. 66

Fig. 90 - 197 SOCIAL 59



Década 1990- 1999
 Área del diseño gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de libro
 Título: "Retos de la Amazonia"
 Diseño/autor: Jaime Salvador
 Agencia/estudio de diseño: Magenta
 Cliente: ILDIS
 Lugar y año de producción: Quito, 1993
 Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 90 - 199 SOCIAL 60



Década 1990- 1999
 Área del diseño gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de libro
 Título: "Bosques nativos andinos y sus comunidades"
 Diseño/autor: Patricio Tua
 Impresión: Gráficas Señal
 Agencia/estudio de diseño: Magenta
 Cliente: Unión Mundial para la naturaleza (UICN)
 Lugar y año de producción: Quito, 1990
 Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 90 - 198 CULTURAL 63



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Relatos para los que no quieren oír"
 Diseño/autor: Luigi Stornaiolo
 Ilustración: Luigi Stornaiolo
 Cliente: Mudanzas, José Vacas
 Lugar y año de producción: Quito, 1990
 Fuente: Archivo fotográfico Christoph Hirtz, Quito, 2011

Fig. 90 - 200 ECONÓMICO 50



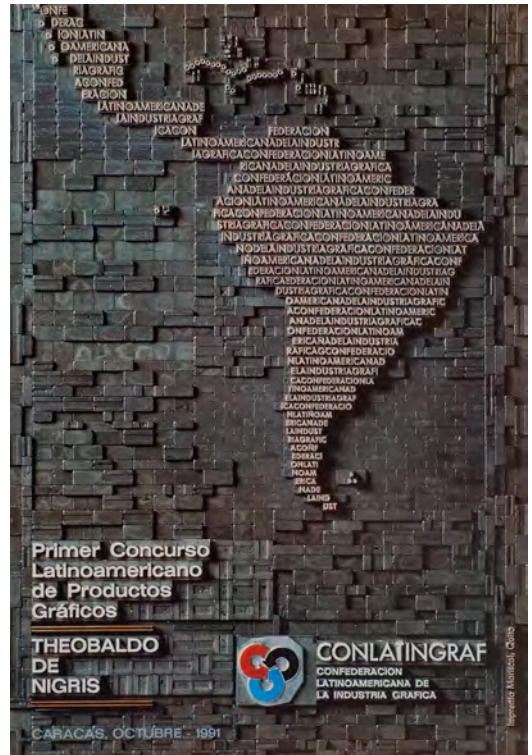
Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Valdez Vallejo arquitectos ingenieros"
 Diseño/autor: Aurelio Valdez
 Dirección artística: Aurelio Valdez
 Agencia/estudio de diseño: Conga Diseño
 Cliente: Ing. Eduardo Valdez
 Lugar y año de producción: Quito, 1999
 Fuente: Valdez, Aurelio

Fig. 90 - 201 CULTURAL 64



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Tomback cuerpo de percusión"
 Diseño/autor: Aurelio Valdez
 Dirección artística: Aurelio Valdez
 Agencia/estudio de diseño: Conga Diseño
 Cliente: Tomback
 Lugar y año de producción: Quito, 1999
 Fuente: Valdez, Aurelio

Fig. 90 - 202 CULTURAL 65



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Primer Concurso Latinoamericano de Productos Gráficos, CONLATINGRAF"
 Diseño/autor: Paco Valdivieso
 Lugar y año de producción: octubre de 1991
 Premio o nominación: Tercer Premio "Primera Bial del Afiche en Ecuador", ADG, Quito, 1994
 Fuente: Hirtz, Cristoph

Fig. 90 - 203 CULTURAL 66

P.S.



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Galería Pachacamac"
 Diseño/autor: Jaime Villa
 Ilustración: Jaime Villa
 Impresión: litografía
 Agencia/estudio de diseño:
 Cliente: Galería de Arte Pachacamac
 Lugar y año de producción: 1990
 Fuente: Villa, Jaime

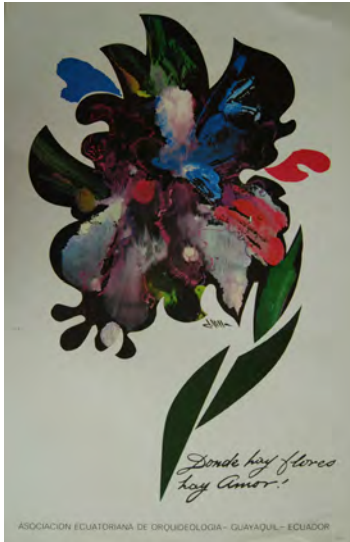
Fig. 90 - 204 SOCIAL 61

P.S.



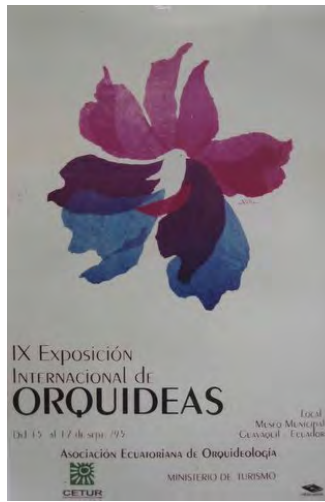
Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/Product: logotipo
 Título: "Pro-pueblo"
 Diseño/autor: Jaime Villa
 Ilustración: Jaime Villa
 Impresión: serigrafía
 Cliente: La Cemento Nacional
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 1990
 Fuente: Villa, Jaime

Fig. 90 - 205 CULTURAL 67



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/Producto: afiche
 Título: "Donde hay flores hay amor"
 Diseño/autor: Jaime Villa
 Ilustración: Jaime Villa
 Impresión: litografía
 Cliente: Asociación Ecuatoriana de Orquideología
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 1990
 Fuente: Villa, Jaime

Fig. 90 - 206 CULTURAL 68



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Orquídeas por la Paz"
 Diseño/autor: Jaime Villa
 Ilustración: Jaime Villa
 Impresión: Litografía y serigrafía
 Cliente: Asociación Ecuatoriana de Orquideología y Ministerio de Turismo
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 1995
 Fuente: Villa, Jaime

Fig. 90 - 207 CULTURAL 69



Década 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/Producto: camiseta
 Título: "Orquídeas por la Paz"
 Diseño/autor: Jaime Villa
 Ilustración: Jaime Villa
 Impresión: serigrafía
 Cliente: Asociación Ecuatoriana de Orquideología y Ministerio de Turismo
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 1995
 Fuente: Villa, Jaime

Fig. 90 - 208 CULTURAL 70



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Willo en vivo"
 Diseño/autor: Willo
 Lugar y año de producción: Quito, 1996
 Premio o nominación: Primer premio "Segunda Bienal del Afiche en Ecuador", ADG 1996.
 Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, Quito, 1996

Fig. 90 - 209 CULTURAL 71



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de revista
 Título: "La línea, Bestiario de una guerra"
 Diseño/autor: Wilo
 Ilustración: Wilo
 Impresión: Valverde Editores, Ambato
 Lugar y año de producción: Quito, septiembre de 1996
 Fuente: Wilo, *La línea. Bestiario de una guerra*, Quito, 1996

Fig. 90 - 210 CULTURAL 72



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración en revista *La línea*, Bestiario de una guerra
 Diseño/autor: Wilo
 Impresión: Valverde Editores, Ambato
 Lugar y año de producción: Quito, septiembre de 1996
 Fuente: Wilo, *La línea. Bestiario de una guerra*. Quito, 1996

Fig. 90 - 211 CULTURAL 73



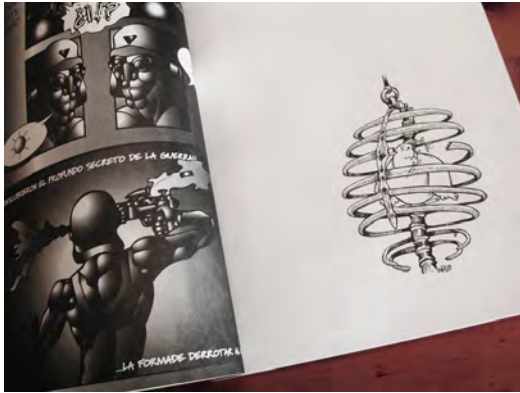
Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración en revista *La línea*, Bestiario de una guerra
 Diseño/autor: Wilo
 Impresión: Valverde Editores, Ambato
 Lugar y año de producción: Quito, septiembre de 1996
 Fuente: Wilo, *La línea. Bestiario de una guerra*. Quito, 1996

Fig. 90 - 212 CULTURAL 74



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración en revista *La línea*, Bestiario de una guerra
 Diseño/autor: Wilo
 Impresión: Valverde Editores, Ambato
 Lugar y año de producción: Quito, septiembre de 1996
 Fuente: Wilo, *La línea. Bestiario de una guerra*. Quito, 1996

Fig. 90 - 213 CULTURAL 75



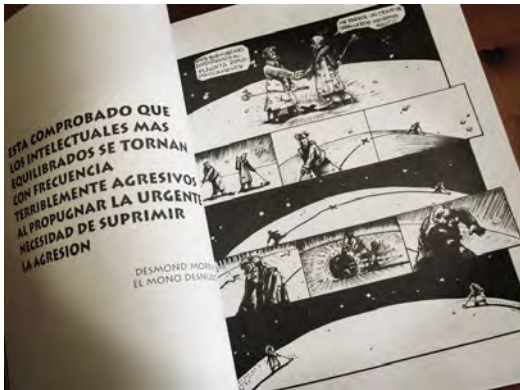
Década: 1990-1999
Área del Diseño Gráfico: ilustración
Pieza/producto: ilustración en revista La línea, Bestiario de una guerra
Diseño/autor: Wilo
Impresión: Valverde Editores, Ambato
Lugar y año de producción: Quito, septiembre de 1996
Fuente: Wilo, *La línea. Bestiario de una guerra*. Quito, 1996

Fig. 90 - 214 CULTURAL 76



Década: 1990-1999
Área del Diseño Gráfico: ilustración
Pieza/producto: ilustración en revista La línea, Bestiario de una guerra
Diseño/autor: Wilo
Impresión: Valverde Editores, Ambato
Lugar y año de producción: Quito, septiembre de 1996
Fuente: Wilo, *La línea. Bestiario de una guerra*. Quito, 1996

Fig. 90 - 215 CULTURAL 77



Década: 1990-1999
Área del Diseño Gráfico: ilustración
Pieza/producto: ilustración en revista La línea, Bestiario de una guerra
Diseño/autor: Wilo
Impresión: Valverde Editores, Ambato
Lugar y año de producción: Quito, septiembre de 1996
Fuente: Wilo, *La línea. Bestiario de una guerra*. Quito, 1996

Fig. 90 - 216 CULTURAL 78



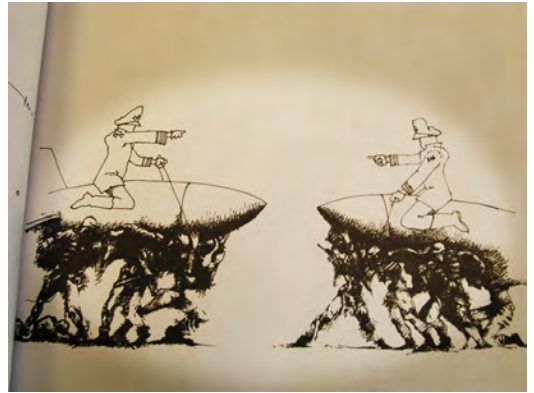
Década: 1990-1999
Área del Diseño Gráfico: ilustración
Pieza/producto: ilustración en revista La línea, Bestiario de una guerra
Diseño/autor: Wilo
Impresión: Valverde Editores, Ambato
Lugar y año de producción: Quito, septiembre de 1996
Fuente: Wilo, *La línea. Bestiario de una guerra*. Quito, 1996

Fig. 90 - 217 CULTURAL 79



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración en revista La línea, Bestiario de una guerra
 Diseño/autor: Wilo
 Impresión: Valverde Editores, Ambato
 Lugar y año de producción: Quito, septiembre de 1996
 Fuente: Wilo, *La línea. Bestiario de una guerra*. Quito, 1996

Fig. 90 - 218 CULTURAL 80



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración en revista La línea, Bestiario de una guerra
 Diseño/autor: Wilo
 Impresión: Valverde Editores, Ambato
 Lugar y año de producción: Quito, septiembre de 1996
 Fuente: Wilo, *La línea. Bestiario de una guerra*. Quito, 1996

Fig. 90 - 219 CULTURAL 81



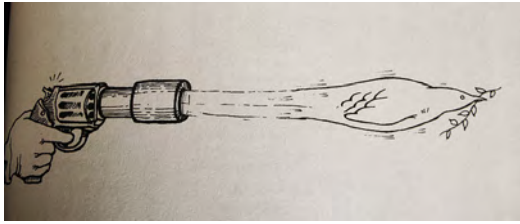
Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración en revista La línea, Bestiario de una guerra
 Diseño/autor: Wilo
 Impresión: Valverde Editores, Ambato
 Lugar y año de producción: Quito, septiembre de 1996
 Fuente: Wilo, *La línea. Bestiario de una guerra*. Quito, 1996

Fig. 90 - 220 CULTURAL 82



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración en revista La línea, Bestiario de una guerra
 Diseño/autor: Wilo
 Impresión: Valverde Editores, Ambato
 Lugar y año de producción: Quito, septiembre de 1996
 Fuente: Wilo, *La línea. Bestiario de una guerra*. Quito, 1996

Fig. 90 - 221 CULTURAL 83



Década: 1990-1999
Área del Diseño Gráfico: ilustración
Pieza/producto: ilustración en revista La línea, Bestiario de una guerra
Diseño/autor: Wilo
Impresión: Valverde Editores, Ambato
Lugar y año de producción: Quito, septiembre de 1996
Fuente: Wilo, *La línea. Bestiario de una guerra*. Quito, 1996

Fig. 90 - 222 CULTURAL 84



Década: 1990-1999
Área del Diseño Gráfico: ilustración
Pieza/producto: ilustración en revista La línea, Bestiario de una guerra
Diseño/autor: Wilo
Impresión: Valverde Editores, Ambato
Lugar y año de producción: Quito, septiembre de 1996
Fuente: Wilo, *La línea. Bestiario de una guerra*. Quito, 1996

Fig. 90 - 223 CULTURAL 85



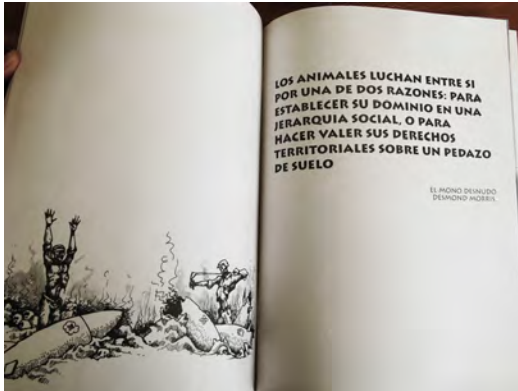
Década: 1990-1999
Área del Diseño Gráfico: ilustración
Pieza/producto: ilustración en revista La línea, Bestiario de una guerra
Diseño/autor: Wilo
Impresión: Valverde Editores, Ambato
Lugar y año de producción: Quito, septiembre de 1996
Fuente: Wilo, *La línea. Bestiario de una guerra*. Quito, 1996

Fig. 90 - 224 CULTURAL 86



Década: 1990-1999
Área del Diseño Gráfico: ilustración
Pieza/producto: ilustración en revista La línea, Bestiario de una guerra
Diseño/autor: Wilo
Impresión: Valverde Editores, Ambato
Lugar y año de producción: Quito, septiembre de 1996
Fuente: Wilo, *La línea. Bestiario de una guerra*. Quito, 1996

Fig. 90 - 225 CULTURAL 87



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración en revista La línea, Bestiario de una guerra
 Diseño/autor: Wilo
 Impresión: Valverde Editores, Ambato
 Lugar y año de producción: Quito, septiembre de 1996
 Fuente: Wilo, *La línea. Bestiario de una guerra*. Quito, 1996

Fig. 90 - 226 CULTURAL 88



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración en revista La línea, Bestiario de una guerra
 Diseño/autor: Wilo
 Impresión: Valverde Editores, Ambato
 Lugar y año de producción: Quito, septiembre de 1996
 Fuente: Wilo, *La línea. Bestiario de una guerra*. Quito, 1996

Fig. 90 - 228 CULTURAL 90



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración en revista La línea, Bestiario de una guerra
 Diseño/autor: Wilo
 Impresión: Valverde Editores, Ambato
 Lugar y año de producción: Quito, septiembre de 1996
 Fuente: Wilo, *La línea. Bestiario de una guerra*. Quito, 1996

Fig. 90 - 227 CULTURAL 89

P.S.



Década: 1990-1999
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración en revista La línea, Bestiario de una guerra
 Diseño/autor: Wilo
 Impresión: Valverde Editores, Ambato
 Lugar y año de producción: Quito, septiembre de 1996
 Fuente: Wilo, *La línea. Bestiario de una guerra*. Quito, 1996

Diseño
Gráfico:
De 2000 a
2005

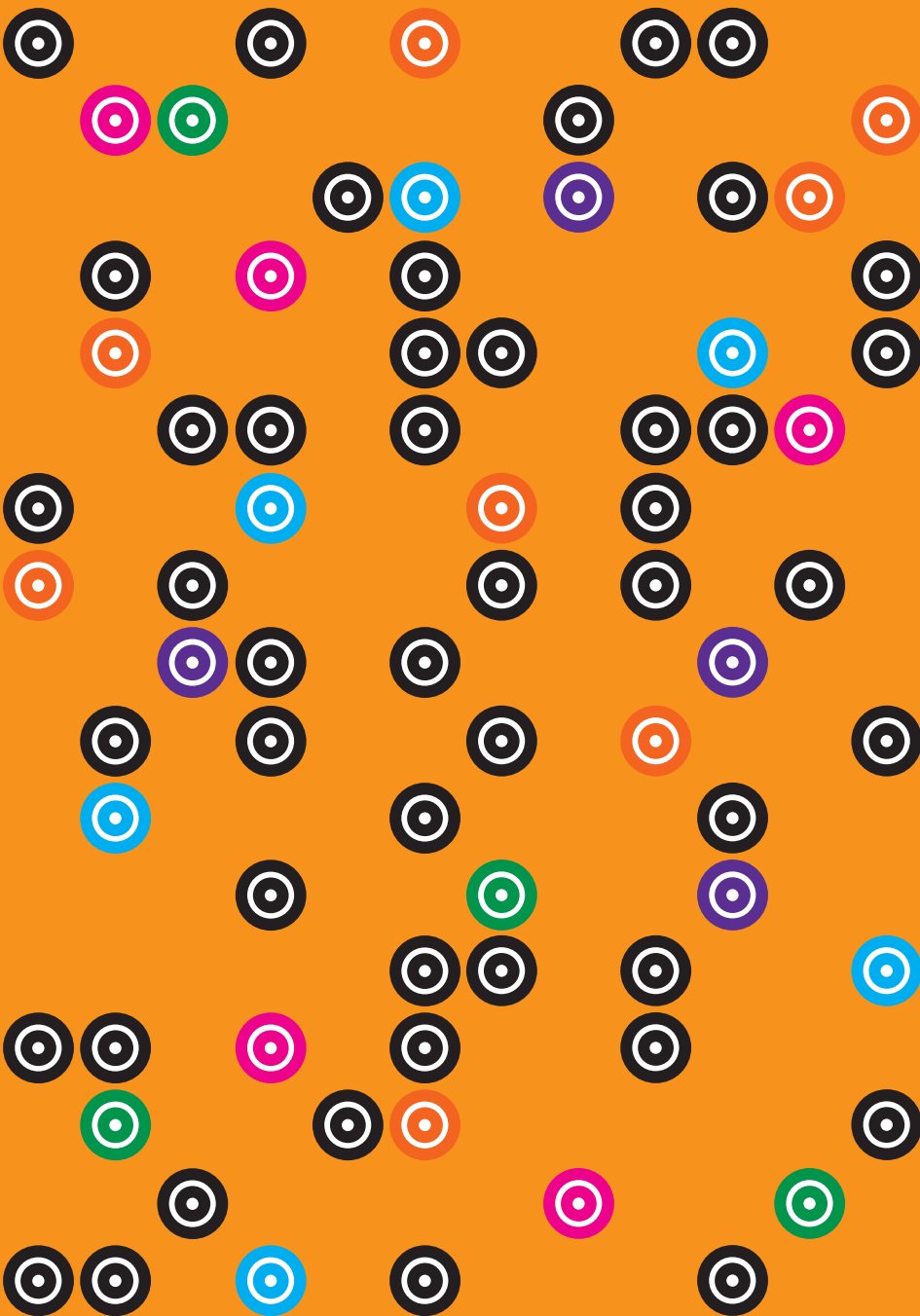
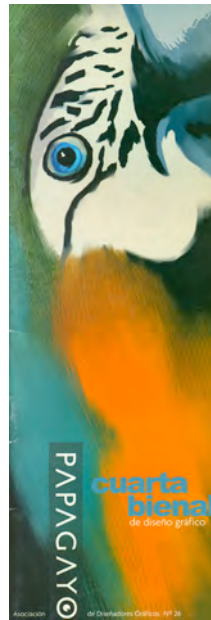


Fig. 2000 - 1 CULTURAL 1



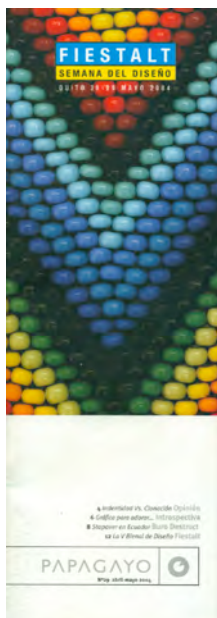
Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: periódico
 Título: "Papagayo" No. 17, ADG
 Diseño/autor: ADG
 Lugar y año de producción: Quito, enero-febrero 2000
 Fuente: ADG, Quito, 2000

Fig. 2000 - 2 CULTURAL 2



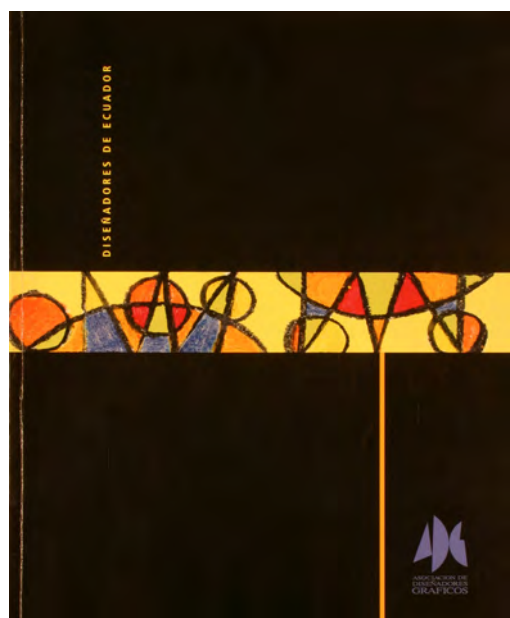
Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: periódico
 Título: "Papagayo" No. 26, ADG
 Diseño/autor: ADG
 Lugar y año de producción: Quito, enero-febrero 2002
 Fuente: ADG, Quito, 2002

Fig. 2000 - 3 CULTURAL 3



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: periódico
 Título: "Papagayo" No. 29, ADG
 Diseño/autor: ADG
 Lugar y año de producción: Quito, abril-mayo 2004
 Premio o nominación:
 Fuente: ADG, Quito, 2004

Fig. 2000 - 4 CULTURAL 4



Década: 2000-2005
 Área del diseño gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: revista
 Título: "Diseñadores de Ecuador"
 Diseño/autor: Asociación de Diseñadores Gráficos
 Impresión: Imprenta Mariscal
 Lugar y año de producción: Quito, 2002
 Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos

Fig. 2000 - 5 **ESTATAL 1**



Década: 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: isotipo
Título: "Ministerio de Desarrollo Humano"
Diseño/autor: Geovanna Almeida
Lugar y año de producción: Quito, 2003
Premio o nominación: Segundo Premio, Categoría Logotipos "Quinta Bienal de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2004
Fuente: Asociación Diseñadores Gráficos, *Papagayo* No. 30, Quito, 2005

Fig. 2000 - 6 **SOCIAL 1**



Década: 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/producto: afiche
Título: "They?Migrazion"
Diseño/autor: Daniel Alvarez
Lugar y año de producción: Cuenca, 2000
Premio o nominación: Primer Premio, Categoría Afiche Inédito, "Cuarta Bienal de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2002
Fuente: Álvarez, Daniel

Fig. 2000 - 7 **ECONÓMICO 1**

P.S.



BAR ■ CAFE

Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/Product: logotipo
Título: "Café del Río"
Diseño/autor: Daniel Alvarez
Agencia/estudio de diseño: Helou Design
Cliente: Café del Río Bar-Café
Lugar y año de producción: 2002
Fuente: Alvarez, Daniel

Fig. 2000 - 8 **ECONÓMICO 2**



BAR RESTAURANT

Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "El Tope"
Diseño/autor: Daniel Alvarez
Agencia/estudio de diseño: Helou Design
Cliente: El Tope Bar
Lugar y año de producción: 2002
Fuente: Alvarez, Daniel

Fig. 2000 - 9 **CULTURAL 5**



Década 2000-2005

Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad

Pieza/producto: logotipo

Título: "Morena Brothers"

Diseño/autor: Daniel Alvarez

Agencia/estudio de diseño: Helou Design

Cliente: Fundación Morena Brothers

Lugar y año de producción: 2002

Fuente: Álvarez, Daniel

Fig. 2000 - 10 **ECONÓMICO 3**



Década 2000-2005

Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad

Pieza/producto: logotipo

Título: "Impordisa"

Diseño/autor: Daniel Alvarez

Agencia/estudio de diseño: Helou Design

Cliente: Impordisa Importaciones

Lugar y año de producción: 2002

Fuente: Álvarez, Daniel

Fig. 2000 - 11 **ECONÓMICO 4**



Década: 2000-2005

Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad

Pieza/producto: sitio web

Título: "www.arieldawi.com"

Diseño/autor: Daniel Alvarez

Técnica: Sitio web

Cliente: Ariel Dawi

Lugar y año de producción: Cuenca, 2003

Premio o nominación: Primer Premio, Categoría web, "Quinta Biental de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2004

Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, ADG, Quito, *Papagayo* No. 30, ADG, 2005

Fig. 2000 - 12 **CULTURAL 6**



Década 2000-2005

Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad

Pieza/producto: logotipo

Título: "In Arte Contemporáneo"

Diseño/autor: Daniel Alvarez

Agencia/estudio de diseño: Helou Design

Cliente: In Galería de Arte

Lugar y año de producción: Cuenca, 2003

Fuente: Álvarez, Daniel

Fig. 2000 - 13 **ECONÓMICO 5**



SOPORTE INFORMÁTICO

Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Cobus Soporte Informático"
Diseño/autor: Daniel Alvarez
Agencia/estudio de diseño: Helou Design
Cliente: Cobus Sistemas
Lugar y año de producción: 2003
Fuente: Álvarez, Daniel

Fig. 2000 - 14 **ECONÓMICO 6**



Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Shoe Center"
Diseño/autor: Daniel Alvarez
Agencia/estudio de diseño: Helou Design
Cliente: Shoe Center
Lugar y año de producción: 2003
Fuente: Álvarez, Daniel

Fig. 2000 - 15 **CULTURAL 7**



Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/producto: afiche
Título: "Jazz"
Diseño/autor: Daniel Alvarez
Ilustración: Daniel Alvarez
Impresión: offset
Agencia/estudio de diseño: Helou Design
Cliente: Alianza Francesa
Lugar y año de producción: Cuenca, 2003
Fuente: Álvarez, Daniel

Fig. 2000 - 16 **CULTURAL 8**



Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/Producto: afiche
Título: "Serie Estudia Francés"
Diseño/autor: Daniel Alvarez
Ilustración: Daniel Alvarez
Impresión: offset
Agencia/estudio de diseño: Helou Design
Cliente: Alianza Francesa Quito-Cuenca
Lugar y año de producción: Cuenca, 2003
Fuente: Álvarez, Daniel

Fig. 2000 - 17 **ECONÓMICO 7**



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Etapa Telecom"
 Diseño/autor: Daniel Alvarez
 Agencia/estudio de diseño: Helou Design
 Cliente: Etapa
 Lugar y año de producción: Cuenca, 2003
 Fuente: Álvarez, Daniel

Fig. 2000 - 18 **CULTURAL 9**



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración
 Título: "Serie Estudia Francés"
 Diseño/autor: Daniel Alvarez
 Ilustración: Daniel Alvarez
 Impresión: offset
 Agencia/estudio de diseño: Helou Design
 Cliente: Alianza Francesa Quito
 Lugar y año de producción: Cuenca, 2004
 Fuente: Álvarez, Daniel

Fig. 2000 - 19 **ECONÓMICO 8**

P.S.



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Pomarosa"
 Diseño/autor: Daniel Alvarez
 Agencia/estudio de diseño: Helou Design
 Cliente: Pomarosa Sabores del Mundo
 Lugar y año de producción: 2004
 Fuente: Álvarez, Daniel

Fig. 2000 - 20 **ECONÓMICO 9**



etiqueta[®]

Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Etiqueta"
 Diseño/autor: Daniel Alvarez
 Agencia/estudio de diseño: Helou Design
 Cliente: Etiqueta Catering Service
 Lugar y año de producción: 2004
 Fuente: Álvarez, Daniel

Fig. 2000 - 21 EDUCATIVO 1



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Colegio Alemán Cuenca"
 Diseño/autor: Daniel Alvarez
 Agencia/estudio de diseño: Helou Design
 Cliente: Colegio Alemán Cuenca
 Lugar y año de producción: 2004
 Fuente: Álvarez, Daniel

Fig. 2000 - 23 CULTURAL 10



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Fiesta de la Música 2004"
 Diseño/autor: Daniel Alvarez
 Dirección artística: Daniel Alvarez
 Ilustración: Daniel Alvarez
 Impresión: offset
 Agencia/estudio de diseño: Helou Design
 Cliente: Alianza Francesa
 Lugar y año de producción: Cuenca, 2004
 Fuente: Álvarez, Daniel

Fig. 2000 - 22 ECONÓMICO 10



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Kaos"
 Diseño/autor: Daniel Alvarez
 Agencia/estudio de diseño: Helou Design
 Cliente: Kaos Café-Bar
 Lugar y año de producción: 2004
 Fuente: Álvarez, Daniel

Fig. 2000 - 24 CULTURAL 11



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/Producto: afiche
 Título: "Trio de Jazz"
 Diseño/autor: Daniel Alvarez
 Dirección artística: Daniel Alvarez
 Ilustración: Daniel Alvarez
 Impresión: offset
 Agencia/estudio de diseño: Helou Design
 Cliente: Alianza Francesa
 Lugar y año de producción: Cuenca, 2004
 Fuente: Álvarez, Daniel

Fig. 2000 - 25 CULTURAL 12



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Eurocine 2004"
 Diseño/autor: Daniel Álvarez
 Ilustración: Daniel Álvarez
 Impresión: offset
 Agencia/estudio de diseño: Helou Design
 Cliente: Union Europea, Cine Ocho y Medio, MAAC Cine
 Lugar y año de producción: Cuenca, 2004
 Fuente: Alvarez, Daniel

Fig. 2000 - 26 CULTURAL 13



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: tarjetas armables
 Título: "Calendario Alianza Francesa 2005"
 Diseño/autor: Daniel Alvarez
 Dirección artística: Daniel Alvarez
 Ilustración: Daniel Alvarez
 Impresión: offset
 Agencia/estudio de diseño: Helou Design
 Cliente: Alianza Francesa
 Lugar y año de producción: Cuenca, 2004
 Fuente: Álvarez, Daniel

Fig. 2000 - 27 CULTURAL 14

P.S.

Fig. 2000 - 28 CULTURAL 15



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: folleto
 Título: "Cine Francés"
 Diseño/autor: Daniel Álvarez
 Ilustración: Daniel Álvarez
 Impresión: offset
 Agencia/estudio de diseño: Helou Design
 Cliente: Cine Ocho y Medio, Quito; Embajada de Francia
 Lugar y año de producción: Cuenca, 2005
 Fuente: Alvarez, Daniel



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Eurocine 2005"
 Diseño/autor: Daniel Álvarez
 Dirección artística: Daniel Alvarez
 Ilustración: Daniel Álvarez
 Impresión: offset
 Agencia/estudio de diseño: Helou Design
 Cliente: Union Europea, Cine Ocho y Medio, MAAC Cine
 Lugar y año de producción: Cuenca, 2005
 Fuente: Alvarez, Daniel

Fig. 2000-29

ECONÓMICO 11

P.S.



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Akelarre"
 Diseño/autor: Daniel Álvarez
 Agencia/estudio de diseño: Helou Design
 Cliente: Akelarre Café-Restaurant
 Lugar y año de producción: 2005
 Fuente: Álvarez, Daniel

Fig. 2000 - 30 CULTURAL 16



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Fiesta de la Música 2005"
 Diseño/autor: Daniel Alvarez
 Dirección artística: Daniel Alvarez
 Ilustración: Daniel Alvarez
 Impresión: offset
 Agencia/estudio de diseño: Helou Design
 Cliente: Alianza Francesa
 Lugar y año de producción: Cuenca, 2005
 Fuente: Alvarez, Daniel

Fig. 2000 - 31 CULTURAL 17

P.S.



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Día Nacional de Francia"
 Diseño/autor: Daniel Alvarez
 Ilustración: Daniel Alvarez
 Impresión: offset
 Agencia/estudio de diseño: Helou Design
 Cliente: Alianza Francesa Quito-Cuenca
 Lugar y año de producción: Cuenca, 2005
 Fuente: Alvarez, Daniel

Fig. 2000 - 32 CULTURAL 18



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Simón"
 Diseño/autor: Daniel Álvarez
 Ilustración: Daniel Álvarez
 Impresión: offset
 Agencia/estudio de diseño: Helou Design
 Cliente: Morena Brothers
 Lugar y año de producción: Cuenca, 2005
 Fuente: Alvarez, Daniel

Fig. 2000 - 33 CULTURAL 19



Década 2000-2005

Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad

Pieza/producto: logotipo

Título: "Centro Alemán"

Diseño/autor: Fabián Álvarez, Daniel Álvarez

Agencia/estudio de diseño: Helou Design

Cliente: Centro Alemán

Lugar y año de producción: 2004

Fuente: Álvarez, Daniel

Fig. 2000 - 34 CULTURAL 20



Década: 2000-2005

Área del diseño gráfico: diseño editorial

Pieza/producto: libro

Título: "Pablo Cardoso al fin del Milenio"

Diseño/autor: Fabián Álvarez Delgado

Lugar y año de producción: Cuenca, 2000

Premio o nominación: Primer Premio, "Tercera Bial de Diseño Gráfico Ecuador," ADG, 2000.

Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, ADG, Quito, *Papagayo* No. 19, ADG, 2000.

Fig. 2000 - 35 CULTURAL 21



Década 2000-2005

Área del diseño gráfico: diseño de identidad

Pieza/producto: logotipo

Título: "Infusión Festival Internacional de Música y Diseño"

Diseño/autor: Fabián Álvarez

Agencia/estudio de diseño:

Lugar y año de producción: Cuenca, 2003

Fuente: Álvarez, Fabián

Fig. 2000 - 36 ECONÓMICO 12 P.S.



Década: 2000-2005

Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad

Pieza/producto: Sitio web

Título: "www.premiermedia.net"

Diseño/autor: Fabián Álvarez

Técnica: Sitio web

Lugar y año de producción: Cuenca, 2000

Premio o nominación: Tercer Premio, Categoría Web, "Cuarta Bial de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2002

Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, ADG, Quito, *Papagayo* No. 26, ADG, 2002

Fig. 2000 - 37 **ECONÓMICO 13**



Década: 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/producto: folletos
Título: "Animales descartables"
Diseño/autor: Fabián Alvarez
Lugar y año de producción: Cuenca, 2000
Premio o nominación: Primer Premio, Categoría Plegables, "Quinta Bienal de Diseño Gráfico Ecuador," ADG, 2004
Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, ADG, Quito, *Papagayo* No. 30, ADG, 2005

Fig. 2000 - 38 **ESTATAL 2**



Década: 2000-2005
Área del diseño gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Bicivía, Sistema de transporte no-mototizado de Guayaquil"
Diseño/autor: Anima
Dirección artística: Pablo Iturralde
Agencia/estudio de diseño: Anima
Cliente: M. I. Municipalidad de Guayaquil
Lugar y año de producción: 2003
Premio o nominación: publicado en *Logo Design 2*, Editorial Taschen
Fuente: Iturralde, Pablo

Fig. 2000 - 39 **ECONÓMICO 14**



Década: 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Mr. Fish"
Diseño/autor: Anima
Dirección artística: Anima
Ilustración: Anima, Pablo Iturralde
Agencia/estudio de diseño: Anima
Cliente: Pronaca
Lugar y año de producción: Quito, 2000
Fuente: Iturralde, Pablo

Fig. 2000 - 40 **CULTURAL 22**



Década: 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: isotipo
Título: "A mount and a Valey Films"
Diseño/autor: Anima
Dirección artística:
Ilustración: Pablo Iturralde
Agencia/estudio de diseño: Anima
Cliente: Amount and a Valey Films
Lugar y año de producción: Quito, 2000
Premio o nominación: Tercer Premio, Categoría Logotipo, "Cuarta Bienal de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2002
Fuente: Iturralde, Pablo

Fig. 2000 - 41 CULTURAL 23



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "CEA CINE"
 Diseño/autor: Anima
 Ilustración: Yor Moscoso
 Agencia/estudio de diseño: Anima
 Cliente: Corporación Ecuatoriana de Artes Cinematográficas
 Lugar y año de producción: Quito, 2003
 Fuente: Iturralde, Pablo

Fig. 2000 - 42 ECONÓMICO 15



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: etiqueta
 Título: "Cassolette"
 Diseño/autor: Anima
 Agencia/estudio de diseño: Anima
 Cliente: Cassolette
 Lugar y año de producción: Quito, 2003
 Fuente: Iturralde, Pablo

Fig. 2000 - 43 CULTURAL 24



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Huella del grabado"
 Diseño/autor: Daniela Arias, logo Paula Barragán
 Ilustración: Galo Galecio
 Lugar y año de producción: Quito, 2001
 Fuente: Archivo fotográfico Christoph Hirtz, Quito, 2011

Fig. 2000 - 44 ECONÓMICO 16



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Hospital de los Valles"
 Diseño/autor: Daniela Arias
 Cliente: Grupo Inmobiliario Equinoccio
 Lugar y año de producción: Quito, 2004
 Fuente: Arias, Daniela

Fig. 2000 - 45 **ECONÓMICO 17**



SENIOR SUITES CLUB

Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Senior Suites"
Diseño/autor: Daniela Arias
Cliente: Grupo Inmobiliario Equinoccio
Lugar y año de producción: Quito, 2004
Fuente: Arias, Daniela

Fig. 2000 - 47 **CULTURAL 26**



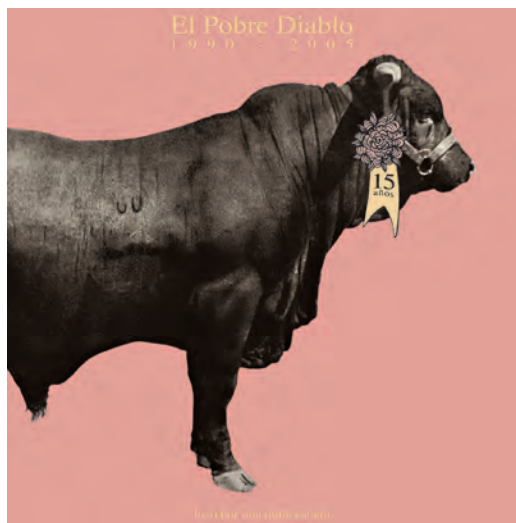
Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/producto: afiche
Título: "Electrotango"
Diseño/autor: Pepe Avilés
Dirección artística: Pepe Avilés
Agencia/estudio de diseño: Pobre Diablo
Cliente: Pobre Diablo
Lugar y año de producción: Quito, 2004
Fuente: Avilés, Pepe

Fig. 2000 - 46 **CULTURAL 25**



Década: 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/producto: afiche
Título: "Pasillero"
Diseño/autor: Pepe Avilés
Cliente: El Pobre Diablo
Lugar y año de producción: Quito, 2002
Fuente: Avilés, Pepe

Fig. 2000 - 48 **CULTURAL 27**



Década: 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
Pieza/producto: portada de libro
Título: "El Pobre Diablo 1990-2005"
Diseño/autor: Pepe Avilés
Agencia/estudio de diseño:
Cliente: El Pobre Diablo
Lugar y año de producción: Quito, 2005
Fuente: Avilés, Pepe

Fig. 2000 - 49 CULTURAL 28



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Konfiushon"
 Diseño/autor: Pepe Avilés
 Fotografía: Pepe Avilés
 Cliente: El Pobre Diablo
 Lugar y año de producción: Quito, 2005
 Fuente: Avilés, Pepe

Fig. 2000 - 51 CULTURAL 30



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Tercera Bienal de Diseño Gráfico Ecuador"
 Diseño/autor: Juan Lorenzo Barragán
 Cliente: Asociación de Diseñadores Gráficos, ADG
 Lugar y año de producción: Quito, 2000
 Premio o nominación: Primer Premio Categoría afiche e imagen
 "Tercera Bienal de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2000
 Fuente: Barragán, Juan Lorenzo

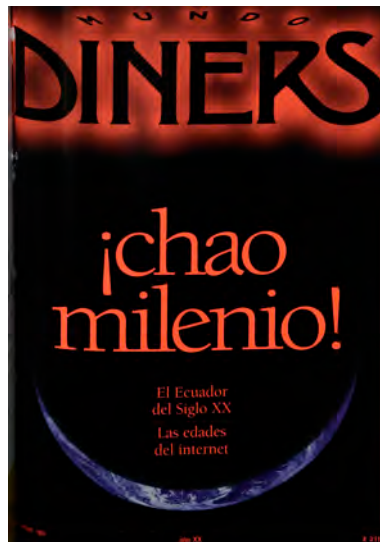
Fig. 2000 - 50 CULTURAL 29



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Hasta la vista, baby!"
 Diseño/autor: Juan Lorenzo Barragán, Pepe Avilés y Ana Fernández
 Cliente: El Pobre Diablo
 Lugar y año de producción: Quito, 2000
 Fuente: Barragán, Juan Lorenzo

Fig. 2000 - 52 CULTURAL 31

P.S.



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: revista
 Título: "Chao Milenio. Revista Diners"
 Diseño/autor: Juan Lorenzo Barragán
 Agencia/estudio de diseño: Azuca
 Cliente: Revista Diners
 Lugar y año de producción: Quito, 2000
 Premio o nominación: Segundo Premio Categoría Revistas, "Tercera Bienal de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2000
 Fuente: Dinediciones, Quito, 2011

Fig. 2000 - 53 CULTURAL 32



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "El Contener"
 Diseño/autor: Juan Lorenzo Barragán
 Ilustración: Pepe Avilés
 Cliente: El Pobre Diablo
 Lugar y año de producción: Quito, 2001
 Fuente: Barragán, Juan Lorenzo

Fig. 2000 - 54 CULTURAL 33



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Libri Mundi"
 Diseño/autor: Juan Lorenzo Barragán
 Agencia/estudio de diseño: Azuca
 Cliente: Libri Mundi
 Lugar y año de producción: Quito, 2002
 Fuente: Barragán, Juan Lorenzo

Fig. 2000 - 55 ECONÓMICO 18



Década: 2000-2005
 Área del diseño gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: empaque
 Título: "Floralp"
 Diseño/autor: Juan Lorenzo Barragán
 Agencia/estudio de diseño: Azuca
 Cliente: Floralp
 Lugar y año de producción: Quito, 2002
 Fuente: Barragán, Juan Lorenzo

Fig. 2000 - 56 ECONÓMICO 19



Década: 2000-2005
 Área del diseño gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: empaque
 Título: "Cyrano"
 Diseño/autor: Juan Lorenzo Barragán
 Agencia/estudio de diseño: Azuca
 Cliente: Cyrano
 Lugar y año de producción: Quito, 2004
 Fuente: Barragán, Juan Lorenzo

Fig. 2000 - 57 **ECONÓMICO 20**



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: empaque
 Título: "Leche Andina"
 Diseño/autor: Juan Lorenzo Barragán
 Agencia/estudio de diseño: Azuca
 Cliente: Leche Andina
 Lugar y año de producción: Quito, 2003
 Fuente: Barragán, Juan Lorenzo

Fig. 2000 - 58 **ESTATAL 3**



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: marca turística
 Título: "Ecuador"
 Diseño/autor: Juan Lorenzo Barragán
 Ilustración: Paula Barragán
 Agencia/estudio de diseño: Azuca
 Cliente: Ministerio de Turismo
 Lugar y año de producción: Quito, 2004
 Fuente: Barragán, Juan Lorenzo

Fig. 2000 - 59 **CULTURAL 34**



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de libro
 Título: "Spicy Hot Colors, colores picantes"
 Diseño/autor: Paula Barragán
 Cliente: August House Editorial
 Lugar y año de producción: Quito, 2000
 Fuente: Barragán, Paula

Fig. 2000 - 60 **CULTURAL 35**



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de libro
 Título: "Del amor las palabras"
 Diseño/autor: Paula Barragán
 Ilustración: Paula Barragán
 Agencia/estudio de diseño: Azuca
 Cliente: Jorge Enrique Adoum
 Lugar y año de producción: Quito, 2000
 Premio o nominación: Primer Premio, Categoría libros, "Quinta Bienal de Diseño Gráfico Ecuador" ADG, Quito, 2004
 Fuente: Barragán, Paula

Fig. 2000 - 61 CULTURAL 36



Década: 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: ilustración
Pieza/producto: ilustración
Título: "Son to Mothers"
Diseño/autor: Paula Barragán
Lugar y año de producción: Quito, *Papagayo*
Premio o nominación: Primer Premio, Categoría Ilustración, "Quinta Bienal de Diseño Gráfico Ecuador," ADG 2004
Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, ADG, Quito, *Papagayo* No. 30, ADG, 2005

Fig. 2000 - 63 CULTURAL 38



Década: 2000-2005
Área del diseño gráfico: ilustración
Pieza/producto: ilustración para portada
Título: "Itrio"
Diseño/autor: Carlos Benavides
Cliente: Imagecampus, Concurso Beca Cartoon Network
Lugar y año de producción: 2005
Fuente: Benavides, Carlos

Fig. 2000 - 62 CULTURAL 37



Década: 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/producto: afiche
Título: "Bekoo"
Diseño/autor: Paula Barragán, Juan Lorenzo Barragán
Cliente: Birlibirloque
Lugar y año de producción: Seattle, 2005
Fuente: Barragán, Paula

Fig. 2000 - 64 CULTURAL 39



Década: 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
Pieza/producto: revista
Título: "Latitud Metro"
Diseño/autor: Luis Bencomo, Hugo Carrera
Lugar y año de producción: Quito, 2000
Premio o nominación: Segundo Premio, Categoría Revista, "Cuarta Bienal de Diseño Gráfico Ecuador," ADG, 2002
Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, ADG, Quito, *Papagayo* No. 26, ADG, 2002

Fig. 2000 - 65 **ECONÓMICO 21**

M/N  Santa Cruz



GALAPAGOS ECUADOR

Década: 2000-2005

Área del Diseño Gráfico: ilustración

Pieza/producto: ilustración para camiseta

Título: "M/N Santa Cruz Galapagos Ecuador"

Diseño/autor: Gisela Calderón

Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico

Cliente: M/N Santa Cruz, Galapagos

Lugar y año de producción: Quito, 2001

Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 2000 - 66 **SOCIAL 2**



Década: 2000-2005

Área del Diseño Gráfico: ilustración

Pieza/producto: tarjeta invitación

Título: "Maíz". Recreación de diseño de cerámica Chancay

Diseño/autor: Gisela Calderón

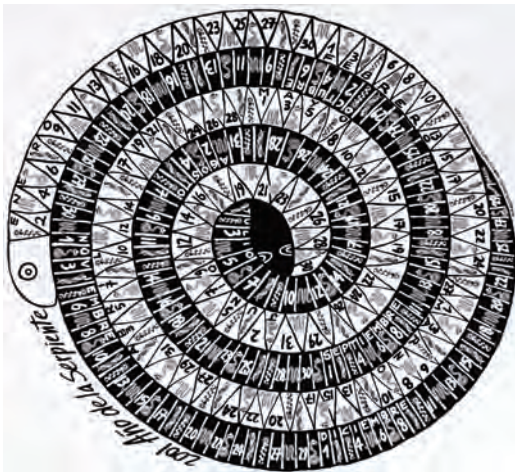
Agencia/estudio de diseño: Magenta

Lugar y año de producción: Quito, 2001

Fuente: Diseños Precolombinos del Perú, Lima, Fundación Museo Amano, 1990, p. 68

Fig. 2000 - 68 **SOCIAL 3**

Fig. 2000 - 67 **CULTURAL 40**



Década: 2000-2005

Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario

Pieza/producto: calendario

Título: "2001 Año de la Serpiente"

Diseño/autor: Gisela Calderón, María Luz Calisto, Amalfi Cerpa

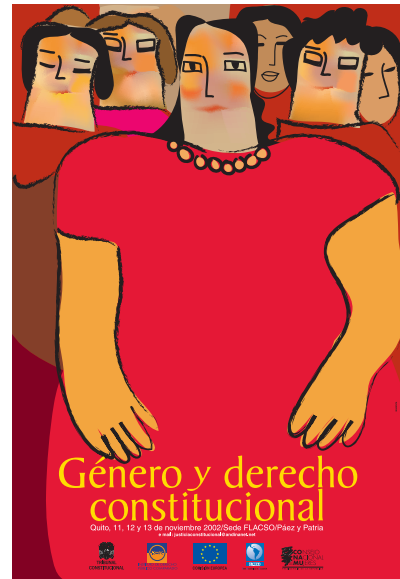
Dirección artística:

Ilustración: Gisela Calderón, María Luz Calisto, Amalfi Cerpa, Jaime Salvador

Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico/Punto Diseño

Lugar y año de producción: Quito, 2001

Fuente: Calderón, Gisela



Década: 2000-2005

Área del diseño gráfico: diseño publicitario

Pieza/producto: afiche

Título: "Género y derecho constitucional"

Diseño/autor: Gisela Calderón, Jaime Salvador

Impresión: Impresora Flores

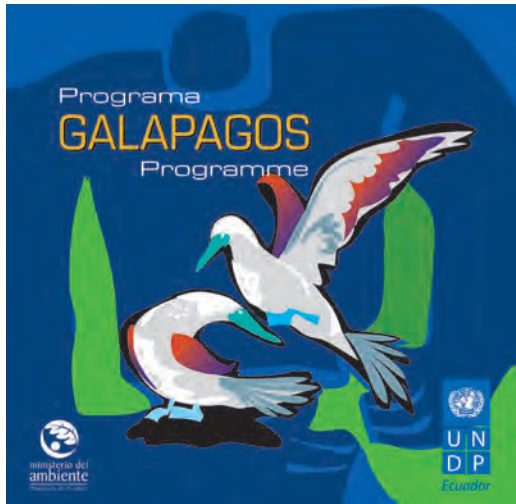
Agencia/estudio de diseño: Magenta

Cliente: Instituto de Derecho Público Comparado

Lugar y año de producción: Quito, 2002

Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 2000 - 69 SOCIAL 4



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: portada de disco compacto
 Título: "Programa Galápagos"
 Diseño/autor: Gisela Calderón, Jaime Salvador
 Cliente: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD
 Lugar y año de producción: Quito, 2003
 Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 2000 - 70 CULTURAL 41



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración para afiche
 Título: "El Conejo infantil"
 Diseño/autor: Gisela Calderón
 Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico
 Cliente: El Conejo
 Lugar y año de producción: Quito, 2004
 Fuente: Calderón, Gisela

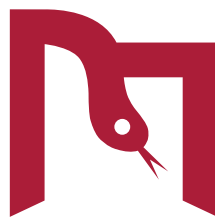
Fig. 2000 - 71 ECONÓMICO 22



minera minchoa s.a.

Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Minera Minchoa"
 Diseño/autor: Gisela Calderón
 Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico
 Cliente: Minera Minchoa
 Lugar y año de producción: Quito, 2004
 Fuente: Calderón, Gisela

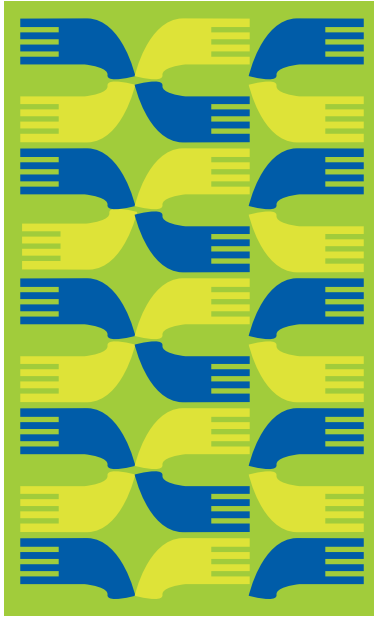
Fig. 2000 - 72 CULTURAL 42



mindalae
 Museo
 etnohistórico
 de artesanías
 del Ecuador

Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Museo Mindalae"
 Diseño/autor: Gisela Calderón, colaboración Jorge Tite
 Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico
 Cliente: Museo Mindalae
 Lugar y año de producción: Quito, 2005
 Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 2000 - 73 CULTURAL 43



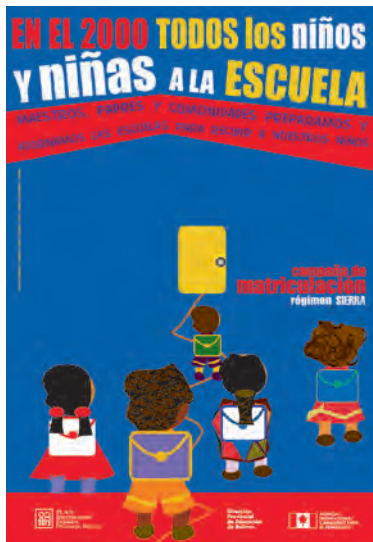
Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración
 Diseño/autor: Gisela Calderón
 Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico
 Lugar y año de producción: Quito, 2005
 Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 2000 - 74 ECONÓMICO 23



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: lámpara
 Diseño/autor: Gisela Calderón
 Cliente: Gisela Calderón
 Lugar y año de producción: Quito, 2005
 Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 2000 - 75 SOCIAL 5



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "En el 2000 todos los niños y niñas a la Escuela"
 Diseño/autor: María Luz Calisto, Nadia Rosero
 Técnica: Ilustración.
 Impresión: offset
 Agencia/estudio de diseño: Punto Diseño
 Cliente: Plan Internacional Ecuador - Agencia Internacional Canadiense para el Desarrollo
 Lugar y año de producción: provincia de Bolívar, 2000
 Fuente: Calisto, María Luz

Fig. 2000 - 76 CULTURAL 44

P.S.



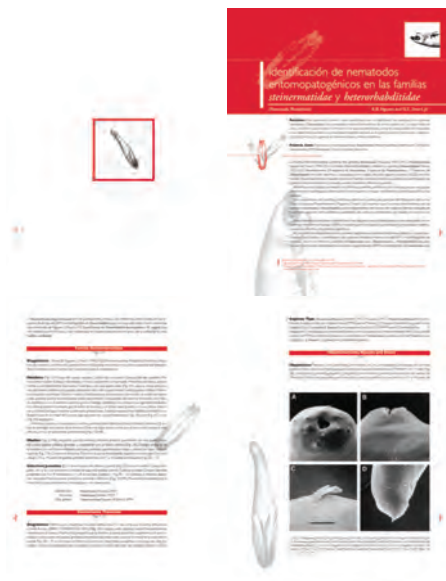
Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: empaque de disco compacto
 Título: "Las Divas de la Tecnocumbia"
 Diseño/autor: Natalia Aguilar, María Luz Calisto
 Dirección artística: Equipo Proyecto "Las Divas de la Tecnocumbia" (Museo de la Ciudad)
 Fotografía: Gonzalo Vargas, Miguel Alvear
 Lugar y año de producción: Quito, 2003
 Premio o nominación: Primer Premio "Quinta Bienal de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2004. Primer Premio Categoría CD-ROM "Quinta Bienal de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2004.
 Fuente: Calisto, María Luz

Fig. 2000 - 77 SOCIAL 6



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Colibríes del Ecuador"
 Diseño/autor: J. Carrillo, E. Perón
 Fotografía: Bernardo Rampón
 Impresión: Monsalve Moreno
 Lugar y año de producción: 2001
 Fuente: Archivo fotográfico Christoph Hirtz, Quito, 2011

Fig. 2000 - 79 SOCIAL 8



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: folleto
 Título: "Nemátodos"
 Diseño/autor: Galo Carrión
 Ilustración: Galo Carrión
 Agencia/estudio de diseño: SurrealEstudio
 Cliente: INIAP Austro
 Lugar y año de producción: Cuenca, 2004
 Fuente: Carrión, Galo

Fig. 2000 - 78 SOCIAL 7



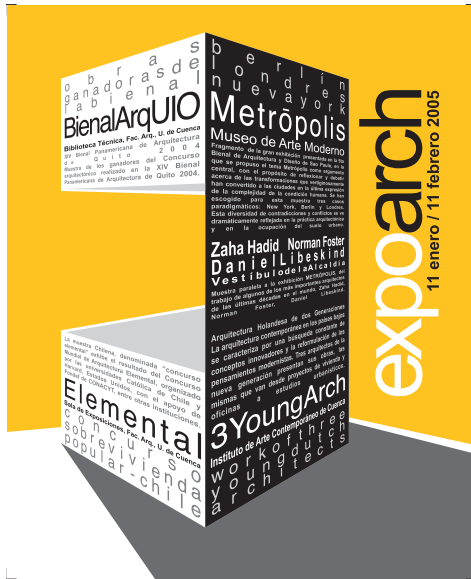
Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: portada folleto
 Título: "Nemátodos"
 Diseño/autor: Galo Carrión
 Ilustración: Galo Carrión
 Agencia/estudio de diseño: SurrealEstudio
 Cliente: INIAP Austro
 Lugar y año de producción: Cuenca, 2004
 Fuente: Carrión, Galo

Fig. 2000 - 80 SOCIAL 9



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: postal, invitación
 Título: "3 Young Archs"
 Diseño/autor: Galo Carrión
 Agencia/estudio de diseño: SurrealEstudio
 Cliente: Colegio de arquitectos del Ecuador, núcleo del Azuay
 Lugar y año de producción: Cuenca, 2005
 Fuente: Carrión, Galo

Fig. 2000 - 81 CULTURAL 45



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: postal, invitación
 Título: "3 Young Arch"
 Diseño/autor: Galo Carrión
 Agencia/estudio de diseño: SurrealEstudio
 Cliente: Colegio de arquitectos del Ecuador, núcleo del Azuay
 Lugar y año de producción: Cuenca, 2005
 Fuente: Carrión, Galo

Fig. 2000 - 82 SOCIAL 10



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche, revista
 Título: "AO"
 Diseño/autor: Galo Carrión, Sebastián Egas
 Dirección artística: Galo Carrión, Sebastián Egas
 Impresión: Offset full color
 Agencia/estudio de diseño: SurrealEstudio
 Cliente: Colegio de Arquitectos del Ecuador, núcleo del Azuay
 Lugar y año de producción: Cuenca, 2005-2007
 Premio o nominación: Premio Nacional Bienal Internacional de Arquitectura- Quito/Ecuador
 Fuente: Carrión, Galo

Fig. 2000 - 83 SOCIAL 11



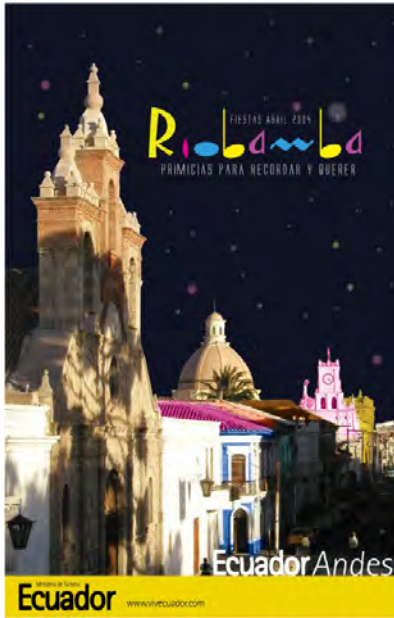
Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche, revista
 Título: "AO"
 Diseño/autor: Galo Carrión, Sebastián Egas
 Dirección artística: Galo Carrión, Sebastián Egas
 Impresión: Offset full color
 Agencia/estudio de diseño: SurrealEstudio
 Cliente: Colegio de Arquitectos del Ecuador, núcleo del Azuay
 Lugar y año de producción: Cuenca, 2005-2007
 Premio o nominación: Premio Nacional Bienal Internacional de Arquitectura- Quito/Ecuador
 Fuente: Carrión, Galo

Fig. 2000 - 84 ESTATAL 4



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Fiestas de Riobamba 2003"
 Diseño/autor: Marcelo Cepeda
 Lugar y año de producción: Riobamba, diciembre de 2002
 Fuente: Cepeda, Marcelo

Fig. 2000 - 85 **ESTATAL 5**



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Fiestas de Riobamba 2004"
 Diseño/autor: Marcelo Cepeda
 Lugar y año de producción: Riobamba, abril de 2004
 Fuente: Cepeda, Marcelo

Fig. 2000 - 87 **CULTURAL 46**



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: postal
 Diseño/autor: Marcelo Cepeda
 Lugar y año de producción: Riobamba, 2005
 Fuente: Cepeda, Marcelo

Fig. 2000 - 86 **POLÍTICO 1**

P.S.



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Alcade Napo Cadena"
 Diseño/autor: Marcelo Cepeda
 Cliente: Alcade Napo Cadena
 Lugar y año de producción: Riobamba, mayo de 2004
 Fuente: Cepeda, Marcelo

Fig. 2000 - 88 **CULTURAL 47**



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: postal
 Diseño/autor: Marcelo Cepeda
 Lugar y año de producción: Riobamba, 2005
 Fuente: Cepeda, Marcelo

Fig. 2000 - 89 CULTURAL 48



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: postal
 Diseño/autor: Marcelo Cepeda
 Lugar y año de producción: Riobamba, 2005
 Fuente: Cepeda, Marcelo

Fig. 2000 - 90 CULTURAL 49

P.S.



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/Producto: postal
 Diseño/autor: Marcelo Cepeda
 Lugar y año de producción: Riobamba, 2005
 Fuente: Cepeda, Marcelo

Fig. 2000 - 91 ESTATAL 6



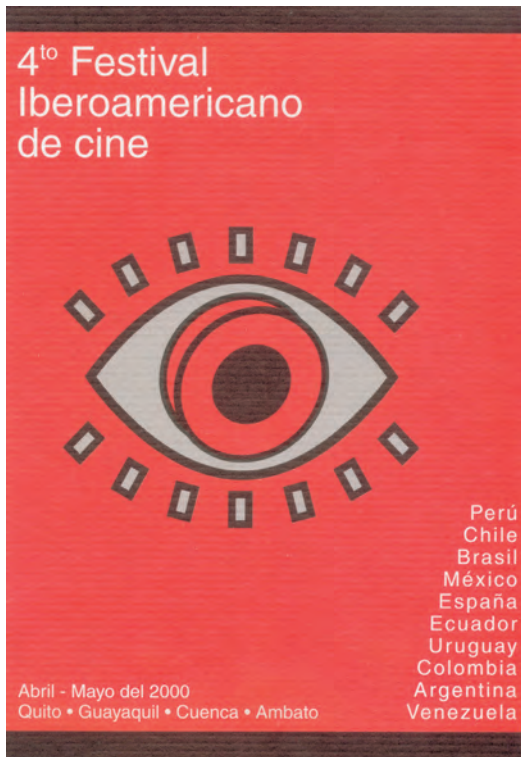
Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: postal
 Título: "No mas ruido"
 Diseño/autor: Marcelo Cepeda
 Lugar y año de producción: Riobamba, agosto de 2005
 Fuente: Cepeda Marcelo

Fig. 2000 - 92 CULTURAL 50



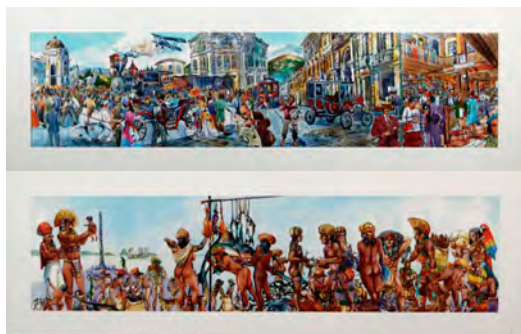
Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: revista
 Título: "Ecuador TERRA INCOGNITA"
 Diseño/autor: Amalfi Cerpa Jimenez
 Dirección artística: Edgardo Augusto Reyes Suárez
 Fotografía: Juan Anhalzer y otros (Visualfund)
 Impresión: offset
 Cliente: SIMBIOE (Andrés Vallejo, Paul Tufiño y Ximena Cordovéz)
 Lugar y año de producción: Quito, 2000
 Fuente: Cerpa, Amalfi

Fig. 2000 - 93 CULTURAL 51



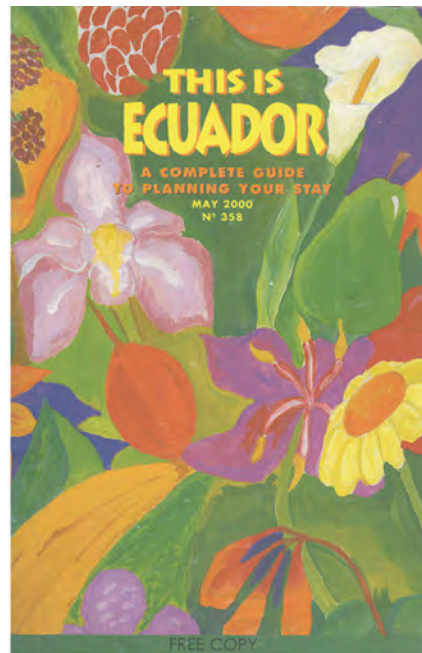
Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "IV Festival Iberoamericano de Cine"
 Diseño/autor: Amalfi Cerpa Jimenez y Glauber Guerra Figueredo
 Dirección artística: Amalfi Cerpa Jimenez y Glauber Guerra Figueredo
 Impresión: offset
 Cliente: Embajadas de Brasil y España en Quito
 Lugar y año de producción: Quito, 2000
 Fuente: Cerpa, Amalfi

Fig. 2000 - 95 CULTURAL 52



Década: 2000-2005
 Área del diseño gráfico: ilustración
 Pieza/producto: cómic
 Título: "Historia del comercio en el Ecuador"
 Diseño/autor: Edgar Cevallos
 Dirección artística: Edgar Cevallos
 Ilustración: José Villarreal, Manuel Romero
 Agencia/estudio de diseño: Cinearte
 Lugar y año de producción: Quito, 2004
 Fuente: Cevallos, Edgar

Fig. 2000 - 94 ECONÓMICO 24



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de revista
 Título: "This is Ecuador"
 Diseño/autor: Amalfi Cerpa, Edgardo Reyes
 Ilustración: C. Reyes
 Impresión: Imprenta Mariscal
 Agencia/estudio de diseño:
 Lugar y año de producción: Quito, 2000
 Fuente: Cerpa, Amalfi

Fig. 2000 - 96 EDUCATIVO 2



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: textos escolares
 Título: "Serie de Estudios Sociales del Dr. Martínez"
 Diseño/autor: Diego Corrales
 Ilustración: varios
 Fotografía: varios
 Impresión: offset
 Agencia/estudio de diseño: Diego Corrales
 Cliente: Maya Ediciones
 Lugar y año de producción: Quito, 2002
 Fuente: Corrales, Diego

Fig. 2000 - 97 CULTURAL 53



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "1809-1810. Mientras llegue el día"
 Diseño/autor: Diego Corrales
 Fotografía: Daniel Andrade
 Impresión: Offset
 Agencia/estudio de diseño: Diego Corrales
 Cliente: Camilo Luzuriaga
 Lugar y año de producción: Quito, 2004
 Fuente: Corrales, Diego

Fig. 2000 - 98 CULTURAL 54



Década: 2000-2005
 Área del diseño gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: periódico
 Título: "Periódico Ochoymedio"
 Diseño/autor: Diego Corrales
 Agencia/estudio de diseño: Diego Corrales
 Cliente: Ochoymedio
 Lugar y año de producción: Quito, 2005
 Fuente: Corrales, Diego

Fig. 2000 - 99 CULTURAL 55



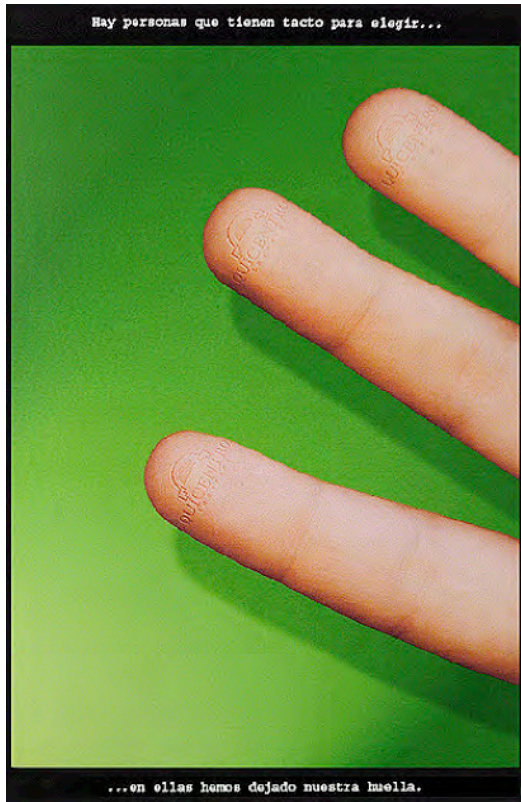
Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: periódico
 Título: "Periódico Ochoymedio"
 Diseño/autor: Diego Corrales
 Impresión: offset
 Agencia/estudio de diseño: Diego Corrales
 Cliente: Ochoymedio
 Lugar y año de producción: Quito, 2003-2007
 Fuente: Corrales, Diego

Fig. 2000 - 100 CULTURAL 56



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "1er. Festival de Cine hecho en casa"
 Diseño/autor: Diego Corrales
 Ilustración: Diego Corrales
 Fotografía: Diego Corrales, Miguel Alvear
 Impresión: digital
 Agencia/estudio de diseño: Diego Corrales
 Cliente: Ochoymedio
 Lugar y año de producción: Quito, 2005
 Fuente: Corrales, Diego

Fig. 2000 - 101 **ECONÓMICO 25**



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Quicentro"
 Diseño/autor: Enzo Cucalón
 Agencia/estudio de diseño: Vinci
 Cliente: Edimca
 Lugar y año de producción: 2000
 Fuente: Cucalón, Enzo

Fig. 2000 - 103 **SOCIAL 12**



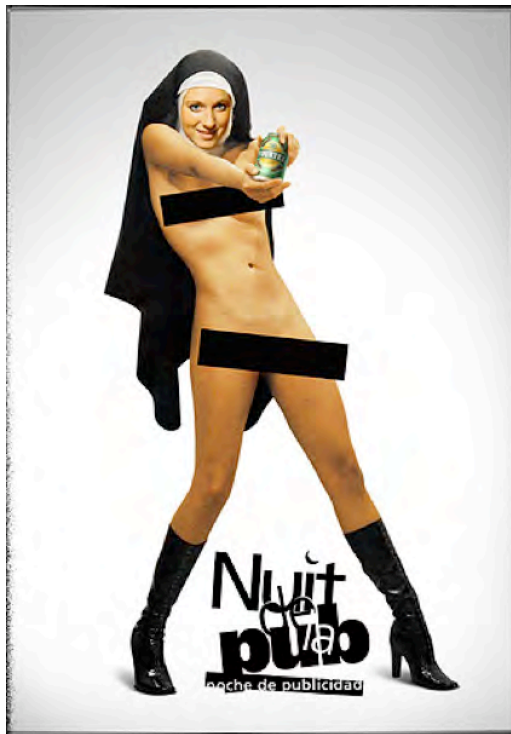
Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: isotipo
 Título: "Cámara Franco-Ecuatoriana"
 Diseño/autor: Enzo Cucalón
 Agencia/estudio de diseño: Enzo - Vinci comunicación estratégica
 Cliente: Cámara de Comercio Franco-Ecuatoriana
 Lugar y año de producción: Quito, 2002
 Premio o nominación: Segundo Premio, Categoría Logotipo, "Cuarta Bienal de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2002
 Fuente: Cucalón, Enzo

Fig. 2000 - 102 **ECONÓMICO 26**



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: isotipo
 Título: "Cristóbal Cruise Terminal"
 Diseño/autor: Enzo Cucalón
 Agencia/estudio de diseño: Vinci
 Cliente: Cristóbal Cruise Terminal
 Lugar y año de producción: 2001
 Fuente: Cucalón, Enzo

Fig. 2000 - 104 **CULTURAL 57**



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Nuit de la Pub"
 Diseño/autor: Enzo Cucalón
 Agencia/estudio de diseño: Vinci
 Cliente: Vinci
 Lugar y año de producción: 2002
 Fuente: Cucalón, Enzo

Fig. 2000 - 105 **ECONÓMICO 27**



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Edimca"
 Diseño/autor: Enzo Cucalón
 Agencia/estudio de diseño: Vinci
 Cliente: Edimca
 Lugar y año de producción: 2003
 Fuente: Cucalón, Enzo

Fig. 2000 - 106 **SOCIAL 13**



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: isotipo
 Título: "Unión Nacional de Movimientos Sociales"
 Diseño/autor: Santiago Crespo
 Agencia/estudio de diseño:
 Cliente: Silvia Crespo
 Lugar y año de producción: Quito, 2000
 Fuente: Crespo, Santiago

Fig. 2000 - 107 **ECONÓMICO 28**



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Ypunto.com"
 Diseño/autor: Santiago Crespo
 Cliente: Morisaenz
 Lugar y año de producción: Quito, 2000
 Fuente: Crespo, Santiago

Fig. 2000 - 108 **ECONÓMICO 29**



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Escarsol"
 Diseño/autor: Santiago Crespo
 Cliente: Escarsol
 Lugar y año de producción: Quito, 2000
 Fuente: Crespo, Santiago

Fig. 2000 - 109 **ECONÓMICO 30**



Década: 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Enlínea"
Diseño/autor: Santiago Crespo
Agencia/estudio de diseño: Arias Crespo AC+CG
Cliente: Produbanco
Lugar y año de producción: Quito, 2005
Fuente: Crespo, Santiago

Fig. 2000 - 110 **SOCIAL 14**



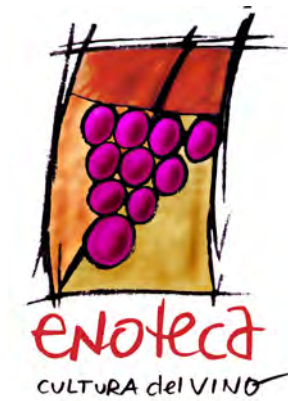
Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/Productos: logotipo
Título: "Teleamazonas"
Diseño/autor: Delta Comunicaciones
Cliente: Teleamazonas
Lugar y año de producción: 2001
Fuente: Burbano, Andrés

Fig. 2000 - 111 **CULTURAL 58**



Década: 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/producto: afiche
Título: "Asociación Rumiñahui"
Diseño/autor: Jorge Encinas
Lugar y año de producción: Quito, 2000
Premio o nominación: Segundo Premio, Categoría Afiche Inédito, "Cuarta Bienal Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2002
Fuente: Encinas, Jorge

Fig. 2000 - 112 **ECONÓMICO 31**



Década: 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Enoteca"
Diseño/autor: Jorge Encinas
Impresión: offset
Agencia/estudio de diseño: Mediterráneo Comunicación
Cliente: Enoteca
Lugar y año de producción: Quito, 2002
Fuente: Encinas, Jorge

Fig. 2000 - 113 **ECONÓMICO 32**



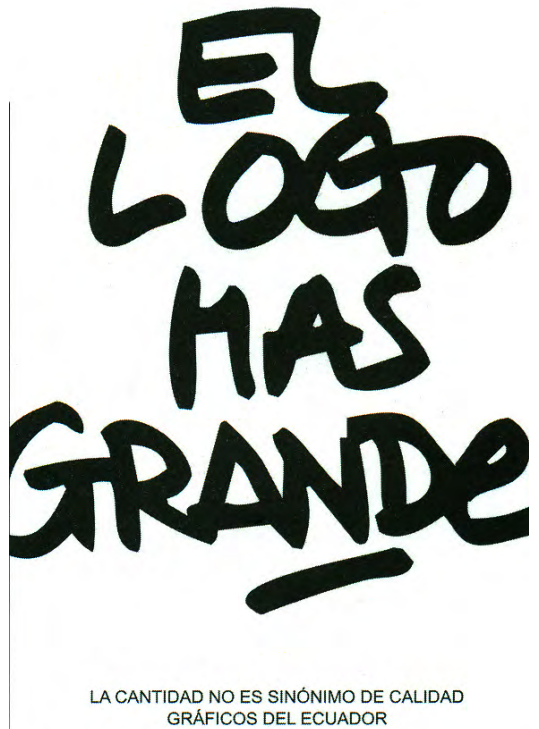
Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: folleto
 Título: "Cloncilaciones"
 Diseño/autor: Jorge Encinas
 Lugar y año de producción: Quito 2002
 Premio o nominación: Primer Lugar, Categoría Plegables, "Quinta Bienal de Diseño Gráfico Ecuador, ADG", 2004
 Fuente: Encinas, Jorge

Fig. 2000 - 115 **ECONÓMICO 33**



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "La Boca del Lobo, Restaurante"
 Diseño/autor: Jorge Encinas
 Agencia/estudio de diseño: La Boca del Lobo, Restaurante
 Lugar y año de producción: Quito
 Premio o nominación: Tercer Premio, Categoría Logotipo, "Quinta Bienal de Diseño Gráfico Ecuador", ADG" 2004.
 Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, ADG, Quito, Papagayo No. 30, ADG, 2005

Fig. 2000 - 114 **CULTURAL 59**



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "El logo más grande"
 Diseño/autor: Jorge Encinas
 Lugar y año de producción: Quito, 2004
 Premio o nominación: Segundo Lugar, Categoría Afiche Inédito, "Quinta Bienal de Diseño Gráfico Ecuador, ADG", 2004
 Fuente: Encinas, Jorge

Fig. 2000 - 116 **ECONÓMICO 34**



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Veloz Expeditions"
 Diseño/autor: Publio Escobar
 Cliente: Empresa Veloz Coronado Nieve y Selva Cía. Ltda.
 Fuente: Escobar, Publio

Fig. 2000 - 117 ESTATAL 7



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Marca Turística Morona-Macas"
 Diseño/autor: Publio Escobar
 Cliente: Municipio de Morona
 Lugar y año de producción: Riobamba, Macas, 2005
 Fuente: Escobar, Publio

Fig. 2000 - 118 ECONÓMICO 35



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Etza Tours"
 Diseño/autor: Publio Escobar
 Cliente: Ing. Roberto Chérrez
 Lugar y año de producción: Riobamba, Macas, 2005
 Fuente: Escobar, Publio

Fig. 2000 - 119 ESTATAL 8



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "50va Fiesta Internacional de las Flores y las Frutas"
 Diseño/autor: Marcelo Freyre
 Lugar y año de producción: Ambato, febrero, 2001
 Fuente: Freyre, Marcelo

Fig. 2000 - 120 ESTATAL 9



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: estampillas
 Título: "50va Fiesta Internacional de las Flores y las Frutas"
 Diseño/autor: Marcelo Freyre
 Lugar y año de producción: Ambato, febrero, 2001
 Fuente: Freyre, Marcelo

Fig. 2000 - 121 ESTATAL 10



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Quincuagésima Fiesta de la Fruta y de las Flores"
 Diseño/autor: Marcelo Freyre
 Lugar y año de producción: Ambato, febrero, 2002
 Fuente: Freyre, Marcelo

Fig. 2000 - 122 ESTATAL 11

P.S.



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Quincuagésima segunda Fiesta de la Fruta y de las Flores"
 Diseño/autor: Marcelo Freyre
 Lugar y año de producción: Ambato, marzo, 2003
 Fuente: Freyre, Marcelo

Fig. 2000 - 123 ESTATAL 12



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Festival Nacional de Folclor"
 Diseño/autor: Marcelo Freyre
 Lugar y año de producción: Ambato, noviembre, 2003
 Fuente: Freyre, Marcelo

Fig. 2000 - 124 ESTATAL 13



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Miss Colegial"
 Diseño/autor: Marcelo Freyre
 Lugar y año de producción: Ambato, enero, 2003
 Fuente: Freyre, Marcelo

Fig. 2000 - 125 ESTATAL 14



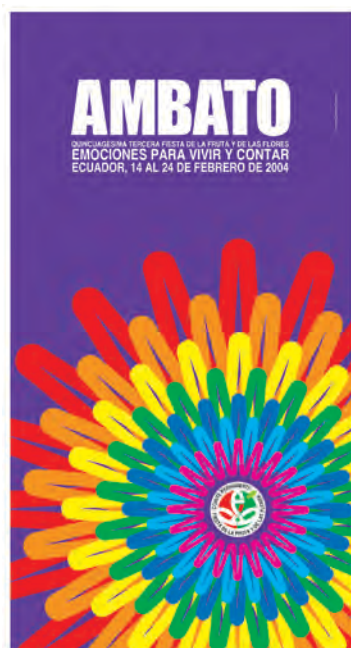
Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/producto: afiche
Título: "Festival Internacional de Folclor"
Diseño/autor: Marcelo Freyre
Lugar y año de producción: Ambato, febrero, 2003
Fuente: Freyre, Marcelo

Fig. 2000 - 126 CULTURAL 60



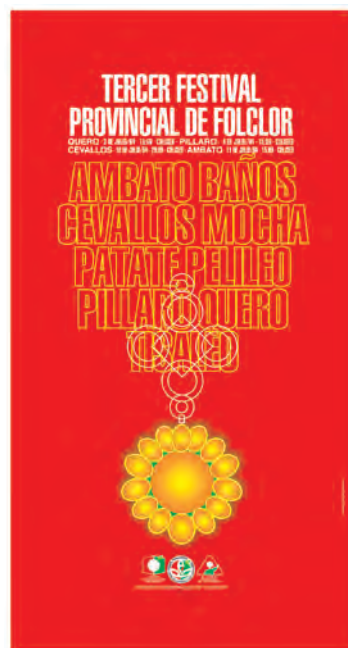
Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/producto: afiche
Título: "Inaki Urlezaga"
Diseño/autor: Marcelo Freyre
Lugar y año de producción: Ambato, febrero, 2004
Fuente: Freyre, Marcelo

Fig. 2000 - 127 ESTATAL 15



Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/producto: afiche
Título: "Ambato"
Diseño/autor: Marcelo Freyre
Lugar y año de producción: Ambato, febrero, 2004
Fuente: Freyre, Marcelo

Fig. 2000 - 128 ESTATAL 16



Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/producto: afiche
Título: "Tercer Festival Provincial de Folclor"
Diseño/autor: Marcelo Freyre
Lugar y año de producción: Ambato, julio, 2004
Fuente: Freyre, Marcelo

Fig. 2000 - 129 CULTURAL 61



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Folclor Internacional"
 Diseño/autor: Marcelo Freyre
 Lugar y año de producción: Ambato, febrero, 2004
 Fuente: Freyre, Marcelo

Fig. 2000 - 130 ESTATAL 17



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Canto al río Ambato"
 Diseño/autor: Marcelo Freyre
 Lugar y año de producción: Ambato, abril, 2005
 Fuente: Freyre, Marcelo

Fig. 2000 - 131 CULTURAL 62



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Danza"
 Diseño/autor: Marcelo Freyre
 Lugar y año de producción: Ambato, octubre, 2005
 Fuente: Freyre, Marcelo

Fig. 2000 - 132 ESTATAL 18



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Quincuagésima cuarta Fiesta de la Fruta y las Flores"
 Diseño/autor: Marcelo Freyre
 Lugar y año de producción: Ambato, febrero, 2005
 Fuente: Freyre, Marcelo

Fig. 2000 - 133 CULTURAL 63



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Danza Provincial"
 Diseño/autor: Marcelo Freyre
 Lugar y año de producción: Ambato, junio, 2005
 Fuente: Freyre, Marcelo

Fig. 2000 - 135 ECONÓMICO 36



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: catálogo
 Título: "Giotto"
 Diseño/autor: Sandro y Silvio Giorgi
 Agencia/estudio de diseño: Giotto
 Lugar y año de producción: Quito, 2000
 Premio o nominación: Segundo Premio, Categoría Catálogos, "Tercera Bienal de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2000
 Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, ADG, Quito, *Papagayo* No. 19, ADG, 2000

Fig. 2000 - 134 CULTURAL 64



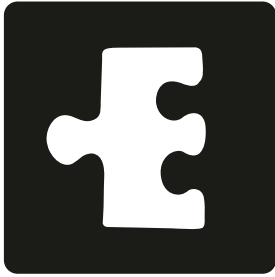
Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: isotipo
 Título: "Arts-Américas, Galería de Arte en la web"
 Diseño/autor: Sandro y Silvio Giorgi
 Agencia/estudio de diseño: Giotto
 Lugar y año de producción: Quito, 2000
 Premio o nominación: Segundo Premio, Categoría Logotipos, "Tercera Bienal de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2000
 Fuente: Giorgi, Silvio

Fig. 2000 - 136 ESTATAL 19



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: isotipo
 Título: "Red de Artesanos del Centro Histórico de Quito"
 Diseño/autor: Sandro y Silvio Giorgi
 Agencia/estudio de diseño: Giotto
 Lugar y año de producción: Quito, 2000
 Premio o nominación: Segundo Premio, Categoría Logotipos, "Tercera Bienal de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2000
 Fuente: Giorgi, Silvio

Fig. 2000 - 137 **ECONÓMICO 37**



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: isotipo
 Título: "Enigma"
 Diseño/autor: Sandro y Silvio Giorgi
 Agencia/estudio de diseño: Giotto
 Lugar y año de producción: Quito, 2000
 Premio o nominación: Primer Premio, Categoría Logotipo, "Cuarta Bial de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2002
 Fuente: Giorgi, Silvio

Fig. 2000 - 138 **ECONÓMICO 38** P.S.



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: Sitio Web
 Título: "www.giottodg.com"
 Diseño/autor: Sandro y Silvio Giorgi
 Técnica: Sitio web
 Agencia/estudio de diseño: Giotto
 Lugar y año de producción: Quito, 2000
 Premio o nominación: Primer Premio, Categoría Sitio Web, "Cuarta Bial de Diseño Gráfico Ecuador", ADG 2002
 Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, ADG, Quito, *Papagayo* No. 26, ADG, 2002

Fig. 2000 - 139 **SOCIAL 15**



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: Imagen Corporativa
 Título: "Ecuavisa"
 Diseño/autor: Silvio Giorgi y Sandro Giorgi
 Dirección artística: Silvio Giorgi
 Agencia/estudio de diseño: Latinbrand
 Cliente: Ecuavisa
 Lugar y año de producción: Quito, 2005
 Fuente: Giorgi, Silvio

Fig. 2000 - 140 **CULTURAL 65**



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: Imagen Corporativa
 Título: "Teatro Nacional Sucre"
 Diseño/autor: Silvio Giorgi y Sandro Giorgi
 Dirección artística: Silvio Giorgi
 Ilustración: Silvio Giorgi
 Agencia/estudio de diseño: Latinbrand
 Cliente: Fundación Teatro Nacional Sucre
 Lugar y año de producción: Quito, 2005
 Fuente: Giorgi, Silvio

Fig. 2000 - 141 **ECONÓMICO 39**



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: Imagen Corporativa
 Título: "Banco Solidario"
 Diseño/autor: Silvio Giorgi y Sandro Giorgi
 Dirección artística: Silvio Giorgi
 Agencia/estudio de diseño: Latinbrand
 Cliente: Banco Solidario
 Lugar y año de producción: Quito, 2005
 Fuente: Giorgi, Silvio

Fig. 2000 - 143 **ESTATAL 20**



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: material promocional
 Título: "Tarjetas navideñas, invitación y tríptico"
 Diseño/autor: Tatiana Gómez C.
 Fotografía: Juan Pablo Merchán para el I.M. de Loja
 Cliente: I. Municipio de Loja, Departamento de Relaciones Públicas
 Lugar y año de producción: Loja, 2002 - 2003
 Fuente: Gómez, Tatiana

Fig. 2000 - 142 **SOCIAL 16**



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: marcas
 Diseño/autor: Silvio Giorgi y Sandro Giorgi
 Dirección artística: Silvio Giorgi
 Agencia/estudio de diseño: Latinbrand
 Cliente: Niño Esperanza, Huairasinchi, YogaStudio, Conamu, Metropolitan Touring, Ecuavisa, Podium, Ideal Alambrec, Bonanza, Olade, Mutualista Pichincha, Vértica
 Lugar y año de producción: Quito, 2005
 Fuente: Giorgi, Silvio

Fig. 2000 - 144 **CULTURAL 66**



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: folletos
 Diseño/autor: Tatiana Gómez C.
 Fotografía: Naturaleza y Cultura Internacional
 Cliente: Corporación Naturaleza y Cultura Internacional
 Lugar y año de producción: Loja, 2002 - 2005
 Fuente: Gómez, Tatiana

Fig. 2000 - 145 **ECONÓMICO 40** P.S.



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: Identidad Corporativa
 Título: "Spice, Coffe Shop & Delicatessen"
 Diseño/autor: Diego Gonzáles
 Impresión: offset
 Agencia/estudio de diseño: Rízoma Identidad Visual
 Cliente: Grand Hotel Mercure Alameda Quito
 Lugar y año de producción: Quito, 2003
 Fuente: Gonzáles, Diego

Fig. 2000 - 146 **SOCIAL 17**



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Gana Vida"
 Diseño/autor: Diego Gonzáles
 Agencia/estudio de diseño: Rízoma Identidad Visual
 Cliente: SDCAsia (Strategic Development Cooperation Asia)
 Lugar y año de producción: Quito, 2005
 Fuente: Gonzáles, Diego

Fig. 2000 - 147 **CULTURAL 67**



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Rocola Bacalao"
 Diseño/autor: Pablo Iturralde
 Ilustración: Pablo Iturralde
 Agencia/estudio de diseño: Anima
 Cliente: Rocola Bacalao
 Lugar y año de producción: Quito, 2000
 Fuente: Iturralde, Pablo

Fig. 2000 - 148 **ECONÓMICO 41**



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Maki"
 Diseño/autor: Pablo Iturralde
 Cliente: If. Maki, Miriam Graber
 Lugar y año de producción: Quito, 2002
 Premio o nominación: Publicación en Logo Design 2, Editorial Taschen
 Fuente: Iturralde, Pablo

Fig. 2000 - 149 **ESTATAL 21**



**Primer
Patrimonio
Cultural de
la Humanidad**

Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Quito 25 Primer Patrimonio Cultural de la Humanidad"
 Diseño/autor: Pablo Iturralde, Belén Mena, Giotto
 Cliente: If. Municipio del Distrito Metropolitano de Quito
 Lugar y año de producción: Quito, 2003
 Fuente: Iturralde, Pablo

Fig. 2000 - 151 **ESTATAL 22**



Aeropuerto Internacional de Quito

Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "UIO, Aeropuerto Internacional de Quito"
 Diseño/autor: Pablo Iturralde, Belén Mena, Giotto
 Cliente: Municipio del Distrito Metropolitano de Quito
 Lugar y año de producción: Quito, 2004
 Fuente: Iturralde, Pablo

Fig. 2000 - 150 **CULTURAL 68**



Década: 2000-2005
 Área del diseño gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Crónicas"
 Diseño/autor: Pablo Iturralde
 Fotografía: Pablo Iturralde
 Cliente: Sebastián Cordero, Cabeza Hueca Producciones, Anhelos Films
 Lugar y año de producción: Quito, 2004
 Premio o nominación: Nominado en la "Novena Bial Internacional del Cartel en México", 2006
 Fuente: Iturralde, Pablo

Fig. 2000 - 152 **ESTATAL 23**



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: rótulos
 Título: "Quito Distrito Metropolitano"
 Diseño/autor: Pablo Iturralde, Belén Mena, Giotto
 Cliente: Quito Distrito Metropolitano
 Lugar y año de producción: Quito, 2004
 Fuente: Iturralde, Pablo

Fig. 2000 - 153 ESTATAL 24

QUITO
Distrito Metropolitano

Década: 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Quito Distrito Metropolitano"
Diseño/autor: Pablo Iturralde, Belén Mena, Giotto Diseño
Agencia/estudio de diseño:
Cliente: Municipio del Distrito Metropolitano de Quito
Lugar y año de producción: Quito, 2004
Fuente: Iturralde, Pablo

Fig. 2000 - 154 ESTATAL 25



Registro Civil
de Guayaquil

Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Registro Civil de Guayaquil"
Diseño/autor: Raúl Jaramillo
Ilustración: Raúl Jaramillo
Impresión: cuatricromía
Agencia/estudio de diseño: Visualcom
Cliente: Corporación Registro Civil de Guayaquil
Lugar y año de producción: Guayaquil, 2005
Fuente: Jaramillo, Raúl

Fig. 2000 - 155 ESTATAL 26



Ecuador
Calidad de Origen

Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Marca de Exportación"
Diseño/autor: Raúl Jaramillo
Ilustración: Raúl Jaramillo
Agencia/estudio de diseño: Visualcom
Cliente: CORPEI
Lugar y año de producción: Guayaquil, 2005
Fuente: Jaramillo, Raúl

Fig. 2000 - 156 SOCIAL 18

P.S.



aqua
congreso ecuatoriano de acuicultura
& aquaexpo



Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "AQUA/EXPO"
Diseño/autor: Raúl Jaramillo
Ilustración: Raúl Jaramillo
Agencia/estudio de diseño: Visualcom
Cliente: Cámara Nacional de Acuicultura
Lugar y año de producción: Guayaquil, 2005
Fuente: Jaramillo, Raúl

Fig. 2000 - 157 SOCIAL 19



Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Festival Olímpico"
Diseño/autor: Raúl Jaramillo
Ilustración: Raúl Jaramillo
Agencia/estudio de diseño: Visualcom
Cliente: Comité Olímpico Ecuatoriano
Lugar y año de producción: Guayaquil, 2005
Fuente: Jaramillo, Raúl

Fig. 2000 - 158 ECONÓMICO 42



Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: isotipo
Título: "N3"
Diseño/autor: Esteban Lalama, Edytha Lalama
Agencia/estudio de diseño: Grupo Turé - UniBrand
Cliente: N3
Lugar y año de producción: Canadá, 2005
Fuente: Lalama, Esteban

Fig. 2000 - 159 ECONÓMICO 43



Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Love 2 Learn"
Diseño/autor: Esteban Lalama
Ilustración: Esteban Lalama y Edytha Lalama
Agencia/estudio de diseño: Grupo Turé - UniBrand
Cliente: Love 2 Learn
Lugar y año de producción: Quito, 2005
Fuente: Lalama, Esteban

Fig. 2000 - 160 ECONÓMICO 44



Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Medusa"
Diseño/autor: Diego Lara
Cliente: Medusa Ediciones
Lugar y año de producción: Ambato, 2002
Premio o nominación: Seleccionado "Quinta Bienal de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2004
Fuente: Lara, Diego

Fig. 2000 - 161 SOCIAL 20



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Diana"
 Diseño/autor: Diego Lara
 Ilustración: Diego Lara
 Cliente: Club de Caza, Pesca y Tiro Tungurahua
 Lugar y año de producción: Ambato, 2002
 Fuente: Lara, Diego

P.S.

Fig. 2000 - 162 CULTURAL 69



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada
 Título: "POEMATIC"
 Diseño/autor: Diego Lara
 Ilustración: Diego Lara
 Fotografía: Diego Lara, Tania Navarrete
 Lugar y año de producción: Ambato, 2003
 Premio o nominación: Proyecto reseñado en el sitio de Diseño Gráfico Imaginario Ecuador
 Fuente: Lara, Diego

Fig. 2000 - 163 ECONÓMICO 45



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Tónica"
 Diseño/autor: Diego Lara
 Ilustración: Diego Lara
 Agencia/estudio de diseño: Tónica Agencia de Publicidad
 Cliente: Tónica Agencia de Publicidad
 Lugar y año de producción: Cuenca, 2003
 Fuente: Lara, Diego

Fig. 2000 - 164 ECONÓMICO 46



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Enjoy"
 Diseño/autor: Diego Lara
 Ilustración: Diego Lara
 Cliente: Culturbano
 Lugar y año de producción: Ambato, 2005
 Premio o nominación: clasificado final "Concurso de Gráfica Culturbano", 2005
 Fuente: Lara, Diego

Fig. 2000 - 165 **ECONÓMICO 47**



Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: sitio web
Título: "www.cafeterasub.com"
Diseño/autor: Diego Lara
Ilustración: Diego Lara
Cliente: Cafetera Sub
Lugar y año de producción: Ambato, 2005
Fuente: Lara, Diego

Fig. 2000 - 166 **ECONÓMICO 48**



Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: empaque cerrado
Título: "Champagne G.H. MUMM & Co."
Diseño/autor: Mónica León
Lugar y año de producción: Ibarra
Fuente: León Mónica, Arciniega Sonia, Amador Martha, Cooperativa Ecuatoriana de Trabajo Asociado (CETA), Ibarra, 2010

Fig. 2000 - 167 **ECONÓMICO 49** P.S. 



Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: empaque abierto
Título: "Champagne G.H. MUMM & Co."
Diseño/autor: Mónica León
Lugar y año de producción: Ibarra
Fuente: León Mónica, Arciniega Sonia, Amador Martha, Cooperativa Ecuatoriana de Trabajo Asociado (CETA), Ibarra, 2010

Fig. 2000 - 168 **CULTURAL 70**



Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
Pieza/producto: libro pop-up
Título: "Giraffe"
Diseño/autor: Mónica León
Técnica: mecanismo y troquel para pop-up
Lugar y año de producción: Ibarra
Fuente: León Mónica, Arciniega Sonia, Amador Martha, Cooperativa Ecuatoriana de Trabajo Asociado (CETA), Ibarra, 2010



Fig. 2000 - 169 CULTURAL 71



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: libro pop-up
 Título: "Elephant"
 Diseño/autor: Mónica León
 Técnica: mecanismo y troquel para pop-up
 Lugar y año de producción: Ibarra
 Fuente: León Mónica, Arciniiega Sonia, Amador Martha, Cooperativa Ecuatoriana de Trabajo Asociado (CETA), Ibarra, 2010

Fig. 2000 - 170 CULTURAL 72



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: libro pop-up
 Título: "Por si no te lo he dicho"
 Diseño/autor: Mónica León
 Técnica: mecanismo y troquel para pop-up
 Cliente: María Fernanda Heredia, Editorial Alfaguara
 Lugar y año de producción: Ibarra
 Fuente: León Mónica, Arciniiega Sonia, Amador Martha, Cooperativa Ecuatoriana de Trabajo Asociado (CETA), Ibarra, 2010

Fig. 2000 - 171 CULTURAL 73



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: libro pop-up
 Título: "Por si no te lo he dicho"
 Diseño/autor: Mónica León
 Técnica: mecanismo y troquel para pop-up
 Cliente: María Fernanda Heredia, Editorial Alfaguara
 Lugar y año de producción: Ibarra
 Fuente: León Mónica, Arciniiega Sonia, Amador Martha, Cooperativa Ecuatoriana de Trabajo Asociado (CETA), Ibarra, 2010

Fig. 2000 - 172 ECONÓMICO 50 P.S.



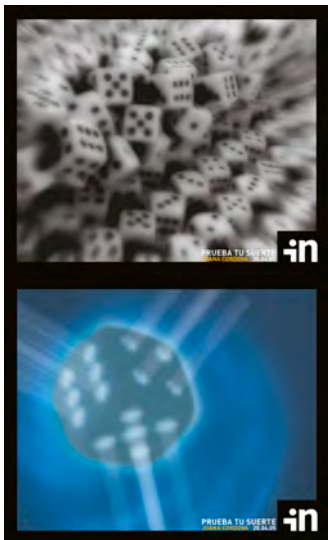
Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Clothing y Outfitters"
 Diseño/autor: Sebastián Malo
 Lugar y año de producción: Cuenca, 2002
 Fuente: Malo, Sebastián

Fig. 2000 - 173 SOCIAL 21



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: portada de disco compacto
 Título: "Mujer, imágenes y testimonios"
 Diseño/autor: Sebastián Malo
 Lugar y año de producción: Cuenca, 2002
 Fuente: Malo, Sebastián

Fig. 2000 - 175 CULTURAL 74



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: postal
 Título: "Prueba tu suerte - Juana Córdoba"
 Diseño/autor: Sebastián Malo
 Lugar y año de producción: Cuenca, 2005
 Fuente: Malo, Sebastián

Fig. 2000 - 174 SOCIAL 22



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: portada de disco compacto
 Título: "Anorexia - Sobrepeso"
 Diseño/autor: Sebastián Malo
 Lugar y año de producción: Cuenca, 2004
 Fuente: Malo, Sebastián

Fig. 2000 - 176 SOCIAL 23



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: folleto
 Título: "Important bird areas of the Tropical Andes"
 Diseño/autor: Boris Mantilla
 Fotografía: Murray Cooper
 Agencia/estudio de Diseño: Mantilla Consultores de Diseño
 Cliente: Birdlife International
 Lugar y año de producción: Quito, 2004
 Fuente: Mantilla, Boris



Fig. 2000 - 177 **ECONÓMICO 51** P.S.



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Chivo Loco"
 Diseño/autor: Boris Mantilla
 Ilustración: Boris Mantilla
 Agencia/estudio de Diseño: Mantilla Consultores de Diseño
 Cliente: Restaurante Chivo Loco
 Lugar y año de producción: Quito, 2005
 Fuente: Mantilla, Boris

Fig. 2000 - 178 **ECONÓMICO 52**



Década: 2000-2005
 Área del diseño gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Chizzpizza"
 Diseño/autor: Masaki Santo
 Lugar y año de producción: Cuenca, 2003
 Fuente: Carrión, Galo

Fig. 2000 - 179 **ECONÓMICO 53**



Década: 2000-2005
 Área del diseño gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Otro Rollo"
 Diseño/autor: Masaki Santo
 Lugar y año de producción: Cuenca, 2003
 Fuente: Carrión, Galo

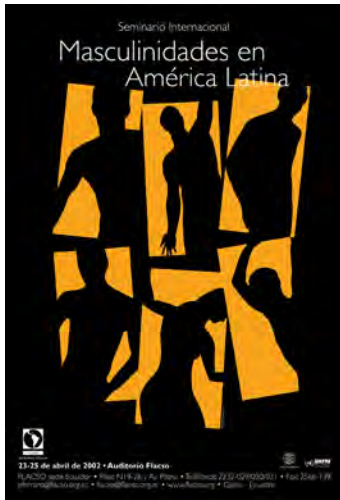
Fig. 2000 - 180 **EDUCATIVO 3** P.S.



FACULTAD DE CIENCIAS
 DE LA HOSPITALIDAD

Década: 2000-2005
 Área del diseño gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Facultad de Ciencias de la Hospitalidad"
 Diseño/autor: Masaki Santo
 Lugar y año de producción: Cuenca, 2005
 Fuente: Carrión, Galo

Fig. 2000 - 181 SOCIAL 24



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Masculinidades en América Latina"
 Diseño/autor: Antonio Mena
 Agencia/estudio de diseño:
 Cliente: FLACSO, Sede Ecuador
 Lugar y año de producción: Quito, 2002
 Premio o nominación: Primer Premio, Categoría Afiche, "Cuarta Bienal de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2002
 Fuente: Mena, Antonio

Fig. 2000 - 182 SOCIAL 25

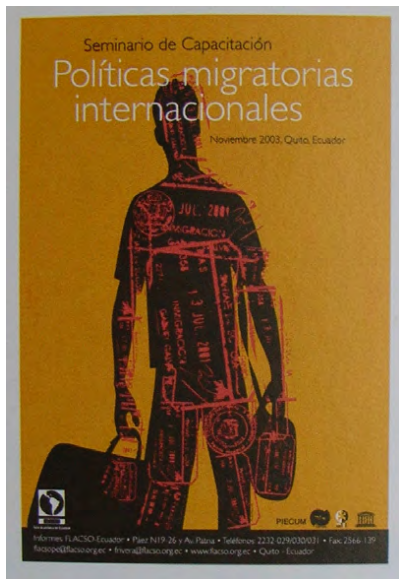


Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Trabajos Forzados ¿Nuevas formas de esclavismo?"
 Diseño/autor: Antonio Mena
 Cliente: FLACSO
 Lugar y año de producción: Quito, 2002
 Fuente: Mena, Antonio

Fig. 2000 - 183 SOCIAL 26

P.S.


Fig. 2000 - 184 SOCIAL 27




Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Migración"
 Diseño/autor: Antonio Mena
 Lugar y año de producción: Quito, 2003
 Premio o nominación: Primer Premio, Categoría Afiche, "Quinta Bienal de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2004
 Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, ADG, Quito, *Papagayo* No. 30, ADG, 2005



Década: 2000-2005
 Área del diseño gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Vida/ecología, Fondo de Población Naciones Unidas 2001"
 Diseño/autor: Belén Mena
 Agencia/estudio de diseño: Belén Mena
 Cliente: Fondo de Población Naciones Unidas
 Lugar y año de producción: 2001
 Fuente: Mena, Belén

 Fig. 2000 - 185 SOCIAL 28


Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiches
 Título: "Sociedad"
 Diseño/autor: Belén Mena y Silvio Giorgi
 Dirección artística:
 Ilustración: Belén Mena y Silvio Giorgi
 Impresión: offset
 Lugar y año de producción: Quito, 2001
 Premio o nominación: Selección 20ava. Bial Internacional de Rep. Checa 2002/Mención de Honor en la IV Bial de Diseño Ecuador 2002/Communications Arts No.318/Selección I Bial Iberoamericana del Afiche en Bolivia 2003/Selección en la 9na. Trienal Internacional del Afiche Político en Mons, Bélgica 2004/ Selección en la 8va. Bial Internacional del Afiches en Teheran, Iran 2004
 Fuente: Mena, Belén

 Fig. 2000 - 186 ESTATAL 27


Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: imagen corporativa
 Título: "Ciudad de Quito. Instancias Municipales" y "Aeropuerto Internacional de Quito".
 Diseño/autor: Giotto (Latinbrand), Belén Mena, Pablo Iturralde
 Cliente: Municipio de Quito
 Lugar y año de producción: Quito, 2005
 Fuente: Mena, Belén

 Fig. 2000 - 187 ECONÓMICO 54 


Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Opa Restaurant"
 Diseño/autor: Belén Mena
 Agencia/estudio de diseño: Belemena Bfacyory
 Cliente: Restaurant Opa
 Lugar y año de producción: Quito, 2005
 Fuente: Mena, Belén

 Fig. 2000 - 188 ECONÓMICO 55


Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Chocolate"
 Diseño/autor: Belén Mena
 Agencia/estudio de diseño: Belemena Bfacyory
 Cliente: Chocolate, cafetería-chocolatería
 Lugar y año de producción: Quito, 2005
 Fuente: Mena, Belén

Fig. 2000 - 189 **ECONÓMICO 56**



Década: 2000-2005
Área del diseño gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Show Factory"
Diseño/autor: Adn Montalvo Estrada
Dirección artística: Adn Montalvo Estrada
Agencia/estudio de diseño: XOX Comunicaciones
Cliente: Show Factory
Lugar y año de producción: Quito, 2001
Fuente: Montalvo, Adn

Fig. 2000 - 190 **CULTURAL 75**



Década: 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/producto: empaque de disco compacto
Título: "Las desventuras de Cruks en Karnak"
Diseño/autor: Adn Montalvo Estrada
Dirección artística: Adn Montalvo Estrada
Ilustración: Adn Montalvo Estrada
Fotografía: Alvaro Ávila
Técnica: offset
Agencia/estudio de diseño: XOX Comunicaciones
Cliente: Cruks en Karnak
Lugar y año de producción: Quito, 2003
Fuente: Montalvo, Adn

Fig. 2000 - 191 **CULTURAL 76**



Década: 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
Pieza/producto: libro
Título: "Antología de Enrique Estuardo Alvarez"
Diseño/autor: Adn Montalvo Estrada
Fotografía: varios
Técnica: offset
Agencia/estudio de diseño: XOX Comunicaciones
Cliente: Enrique Estuardo Alvarez
Lugar y año de producción: Quito, 2003
Fuente: Montalvo, Adn

Fig. 2000 - 192 **ECONÓMICO 57**



Década: 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: ilustración
Pieza/producto: ilustración para campaña Nissan
Título: "Nissan Frontier 2005"
Diseño/autor: Miguel Salazar, Adn Montalvo Estrada
Dirección artística: Xavo Barona, Miguel Salazar, Adn Montalvo Estrada, Juan Carlos Alvarado
Ilustración: Adn Montalvo Estrada
Fotografía: Ramiro Salazar
Agencia/estudio de diseño: La Facultad
Cliente: Nissan
Lugar y año de producción: Quito, 2005
Fuente: Montalvo, Adn

Fig. 2000 - 193 **ECONÓMICO 58**



Década: 2000-2005

Área del Diseño Gráfico: ilustración

Pieza/producto: ilustración para campaña Nissan

Título: "Nissan Frontier 2005"

Diseño/autor: Miguel Salazar, Adn Montalvo Estrada

Dirección artística: Xavo Barona, Miguel Salazar, Adn Montalvo

Estrada, Juan Carlos Alvarado

Ilustración: Adn Montalvo Estrada

Fotografía: Ramiro Salazar

Agencia/estudio de diseño: La Facultad

Cliente: Nissan

Lugar y año de producción: Quito, 2005

Fuente: Montalvo, Adn

Fig. 2000 - 194 **CULTURAL 77**

P.S.



Década: 2000-2005

Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario

Pieza/producto: postal

Título: "La Naranja Mecánica presenta Sin pan ni pedazo"

Diseño/autor: Adn Montalvo Estrada

Fotografía: Adn Montalvo Estrada

Técnica: offset

Agencia/estudio de diseño: XOX Comunicaciones

Cliente: La Naranja Mecánica

Lugar y año de producción: Quito, 2005

Fuente: Montalvo, Adn

Fig. 2000 - 195 **ECONÓMICO 59**



Década: 2000-2005

Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario

Pieza/producto: imagen y campaña Zoom

Título: "Zoom fashion house"

Diseño/autor: Adn Montalvo Estrada

Ilustración: Adn Montalvo Estrada

Fotografía: Ramiro Salazar, Adn Montalvo Estrada

Técnica: varias

Agencia/estudio de diseño: XOX Comunicaciones

Cliente: Zoom fashion house

Lugar y año de producción: Quito, 2005

Fuente: Montalvo, Adn

Fig. 2000 - 196 **CULTURAL 78**

La Naranja Mecánica

Década: 2000-2005

Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad

Pieza/producto: logotipo

Título: "La Naranja Mecánica"

Diseño/autor: Adn Montalvo Estrada

Técnica: varias

Agencia/estudio de diseño: XOX Comunicaciones

Cliente: La Naranja Mecánica

Lugar y año de producción: Quito, 2005

Fuente: Montalvo, Adn

Fig. 2000 - 197 **CULTURAL 79**



Década: 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: ilustración
Pieza/producto: ilustración
Título: "Kempo"
Diseño/autor: Yor Moscoso
Lugar y año de producción: Quito
Premio o nominación: Tercer Premio, Categoría Ilustración, "Quinta Bienal de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2004.
Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, ADG, Quito, *Papagayo* No. 30, ADG, 2005

Fig. 2000 - 199 **ECONÓMICO 61**



Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Datanalisis"
Diseño/autor: Rómulo Moya Peralta
Ilustración: Rómulo Moya Peralta
Agencia/estudio de diseño: Trama
Cliente: Estudios de Mercado
Lugar y año de producción: Quito, 2000
Fuente: Moya, Rómulo

Fig. 2000 - 198 **ECONÓMICO 60**



Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "MG Travel"
Diseño/autor: Rómulo Moya Peralta
Ilustración: Rómulo Moya Peralta
Agencia/estudio de diseño: Trama
Cliente: Agencia de Viajes MG Travel
Lugar y año de producción: Quito, 2000
Fuente: Moya, Rómulo

Fig. 2000 - 200 **ECONÓMICO 62**



Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: isotipo
Título: "R&R Constructores"
Diseño/autor: Rómulo Moya Peralta
Ilustración: Rómulo Moya Peralta
Agencia/estudio de diseño: Trama
Cliente: Arquitectos Alberto Rosero y Juan Pablo Rivadeneira
Lugar y año de producción: Quito, 2000
Fuente: Moya, Rómulo

Fig. 2000 - 201 **ECONÓMICO 63**



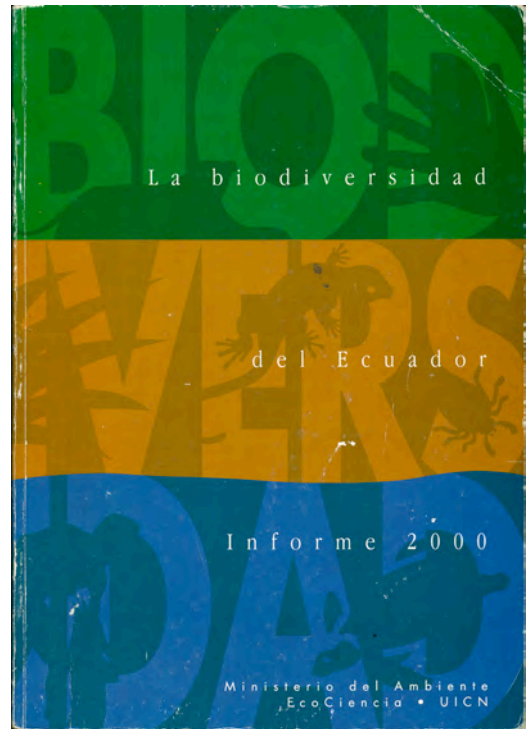
Década 2000-2005
 Área del diseño gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustraciones
 Título: "Dolor de cabeza"
 Diseño/autor: Ricardo Muñoz
 Agencia/estudio de diseño: Draftfcb
 Cliente: Tempra Infantil. Bristol Myers Squibb
 Lugar y año de producción: Quito, 2005
 Fuente: Muñoz, Ricardo

Fig. 2000 - 202 **CULTURAL 80**



Década 2000-2005
 Área del diseño gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: isotipo
 Título: "Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo" (MAAC)
 Diseño/autor: Peter Mussfeldt
 Agencia/estudio de diseño: Versus
 Cliente: MAAC
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 2000
 Fuente: Mussfeldt, Peter

Fig. 2000 - 204 **SOCIAL 29**



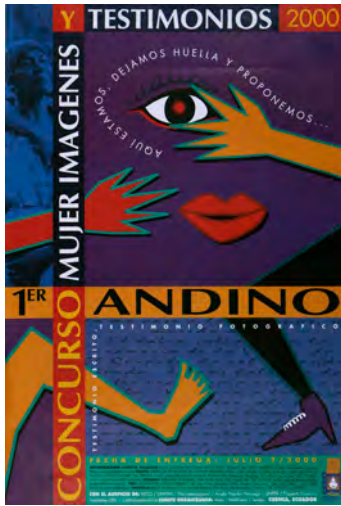
Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de libro
 Título: "La Biodiversidad del Ecuador Informe 2000"
 Diseño/autor: Sebastián Naranjo Cuvi
 Ilustración: Sebastián Naranjo Cuvi
 Agencia/estudio de diseño: Trazos. Diseño y Comunicación Visual
 Cliente: UICN (Unión Mundial por la Naturaleza) Ministerio del Ambiente, EcoCiencia
 Lugar y año de producción: Cuenca, 2000
 Fuente: Naranjo, Sebastián

Fig. 2000 - 203 **ECONÓMICO 64**



Década 2000-2005
 Área del diseño gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: souvenir
 Título: "Las 3 Tortuguitas"
 Diseño/autor: Peter Mussfeldt
 Ilustración: Peter Mussfeldt S., Patricio Pacheco
 Cliente: Versus
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 2000
 Fuente: Mussfeldt, Peter

Fig. 2000 - 205 SOCIAL 30



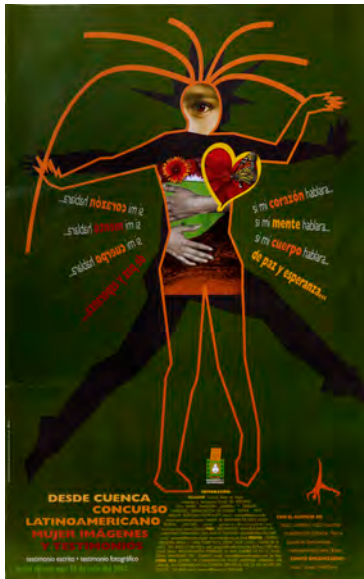
Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Primer Concurso Andino Mujer Imágenes y Testimonios"
 Diseño/autor: Sebastián Naranjo Cuvi
 Ilustración: Sebastián Naranjo Cuvi
 Impresión: Monsalve Moreno
 Agencia/estudio de diseño: Trazos. Diseño y Comunicación Visual
 Cliente: Mujer Imágenes y Testimonios
 Lugar y año de producción: Cuenca, 2000
 Fuente: Naranjo, Sebastián

Fig. 2000 - 206 SOCIAL 31



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "25 de Noviembre. Día de la No Violencia contra la Mujer"
 Diseño/autor: Sebastián Naranjo Cuvi
 Ilustración: Sebastián Naranjo Cuvi
 Agencia/estudio de diseño: Sebastián Naranjo Cuvi
 Cliente: Fundación Fases y Proyecto de Desarrollo de Espacios Saludables
 Lugar y año de producción: Loja, 2002
 Fuente: Naranjo, Sebastián

Fig. 2000 - 207 SOCIAL 32



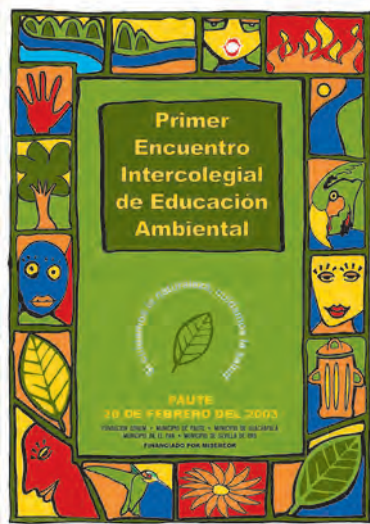
Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/Producto: afiche
 Título: "Concurso Latinoamericano Mujer Imágenes y Testimonios"
 Diseño/autor: Sebastián Naranjo Cuvi
 Ilustración: Sebastián Naranjo Cuvi
 Agencia/estudio de diseño: Sebastián Naranjo Cuvi
 Cliente: Mujer Imágenes y Testimonios
 Lugar y año de producción: Cuenca, julio de 2002
 Fuente: Naranjo, Sebastián

Fig. 2000 - 208 SOCIAL 33



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Encuentro de Mujeres de las Américas"
 Diseño/autor: Sebastián Naranjo Cuvi
 Ilustración: Sebastián Naranjo Cuvi
 Agencia/estudio de diseño: Sebastián Naranjo Cuvi
 Cliente: Universidad de Cuenca, I. Municipio de Cuenca, Mujer Imágenes de y Testimonios
 Lugar y año de producción: Cuenca, 2002
 Fuente: Naranjo, Sebastián

Fig. 2000 - 209 SOCIAL 34



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Primer Encuentro Intercolegial de Educación Ambiental"
 Diseño/autor: Sebastián Naranjo Cuvi
 Ilustración: Sebastián Naranjo Cuvi
 Agencia/estudio de diseño: Sebastián Naranjo Cuvi
 Cliente: Fundación Donum
 Lugar y año de producción: 2003
 Fuente: Naranjo, Sebastián

Fig. 2000 - 210 SOCIAL 35



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Bosque Protector Pasocha"
 Diseño/autor: Ricardo Novillo
 Lugar y año de producción: Quito
 Premio o nominación: Mención de Honor, Categoría Estudiantes "Quinta Bienal de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2004.
 Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, ADG, Quito, Papagayo No. 30, ADG, 2005

Fig. 2000 - 211 ECONÓMICO 65



Década: 2000-2005
 Área del diseño gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: imagen corporativa
 Título: "Lojagas"
 Diseño/autor: Ricardo Novillo
 Fotografía: Ricardo Novillo
 Agencia/estudio de diseño: Sesos Creación Visual
 Cliente: Lojagas
 Lugar y año de producción: Quito, 2005
 Fuente: Sesos Creación Visual

Fig. 2000 - 212 CULTURAL 81



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: folleto
 Título: "Exhibición"
 Diseño/autor: Jaime Núñez
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 2003
 Premio o nominación: Segundo Premio, Categoría Plegables, "Quinta Bienal de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2004
 Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, ADG, Quito, Papagayo No. 30, ADG, 2005

Fig. 2000 - 213 **ECONÓMICO 66**



qui ro ga qui ro ga
ropa de lana

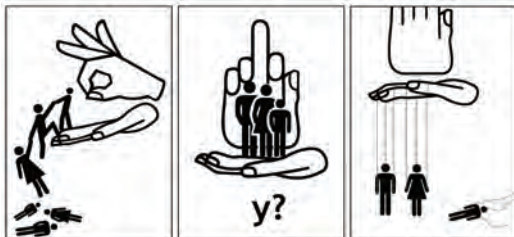
Década: 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Quiroga Quiroga, ropa de lana"
Diseño/autor: Rafael Ordóñez
Lugar y año de producción: Quito
Premio o nominación: Primer Premio, Categoría Logotipo, "Quinta Bienal de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2004
Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, ADG, Quito, *Papagayo* No. 30, ADG, 2005

Fig. 2000 - 214 **CULTURAL 82**



Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad y publicitario
Pieza/producto: material promocional
Título: "EL MAAC y la Música" (temporada 2 y 3)
Diseño/autor: Daniel Olmedo Avilés
Dirección artística: Allan Jeffs
Ilustración: Allan Jeffs
Fotografía: Allan Jeffs, Daniel Olmedo
Agencia/estudio de diseño: Ají, Comunicación y Diseño
Cliente: Banco Central del Ecuador - Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo
Lugar y año de producción: Guayaquil, 2002-2003
Fuente: Olmedo, Daniel

Fig. 2000 - 215 **ESTATAL 28**



Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/producto: carteles (tríptico)
Título: "Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS"
Diseño/autor: Daniel Olmedo Avilés
Ilustración: Daniel Olmedo Avilés
Agencia/estudio de diseño: Ají, Comunicación y Diseño
Cliente: Jubilados IESS y para la exhibición colectiva Regalito de la Democracia
Lugar y año de producción: Guayaquil, 2004-2005
Fuente: Olmedo, Daniel

Fig. 2000 - 216 **ESTATAL 29**



Década: 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
Pieza/producto: afiche
Título: "Centro municipal de recuperación pedagógica Emilio Uzcátegui"
Impresión: offset
Agencia/estudio de diseño: Ozono
Cliente: Centro Emilio Uzcátegui
Lugar y año de producción: Quito, 2002
Fuente: Rosero, Nadia

Fig. 2000 - 217 CULTURAL 83

P.S.



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración
 Título: "Gárgola de Fuego"
 Diseño/autor: Israel Pardo
 Técnica: acuarela y esfero negro
 Lugar y año de producción: Ambato, 2005
 Fuente: Pardo, Israel

Fig. 2000 - 218 CULTURAL 84



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración
 Título: "Gárgola de Gaia"
 Diseño/autor: Israel Pardo
 Técnica: esfero negro
 Lugar y año de producción: Ambato, 2005
 Fuente: Pardo, Israel

Fig. 2000 - 219 CULTURAL 85



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración
 Título: "Elefante y ratones"
 Diseño/autor: Santiago Parreño
 Lugar y año de producción: Quito, 2002
 Fuente: Parreño, Santiago

Fig. 2000 - 220 ESTATAL 30



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: mascota para Municipio de Quito
 Título: "Guagsa"
 Diseño/autor: Santiago Parreño
 Agencia/estudio de diseño: Galo Khalifé
 Cliente: Municipio de Quito
 Lugar y año de producción: Quito, 2002
 Fuente: Parreño, Santiago

Fig. 2000 - 221 SOCIAL 36



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: calendario
 Título: "Sonrisas 2004", Manos Libres 2004
 Diseño/autor: Santiago Parreño
 Ilustración: Santiago Parreño
 Lugar y año de producción: Quito, 2003
 Fuente: Parreño, Santiago

Fig. 2000 - 223 SOCIAL 37



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/Producto: logotipo
 Título: "Fitness Millennium"
 Diseño/autor: Enrico Pupi
 Agencia/estudio de diseño: Enrico Pupi Design
 Cliente: Convención de Acondicionamiento Físico Fitness Millennium
 Lugar y año de producción: 2000
 Fuente: Pupi, Enrico

Fig. 2000 - 222 CULTURAL 86 P.S.



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: Ilustración
 Título: "Salomón"
 Diseño/autor: Santiago Parreño
 Lugar y año de producción: Quito, 2005
 Fuente: Parreño, Santiago

Fig. 2000 - 224 ECONÓMICO 67



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Todo para Cubiertas"
 Diseño/autor: Enrico Pupi
 Agencia/estudio de diseño: Enrico Pupi Design
 Cliente: Comercializadora de techos "Todo para Cubiertas"
 Lugar y año de producción: 2000
 Fuente: Pupi, Enrico

Fig. 2000 - 225 CULTURAL 87



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Festival de la Unidad Latina"
 Diseño/autor: Enrico Pupi
 Agencia/estudio de diseño: Enrico Pupi Design
 Cliente: Museo de la Ciudad
 Lugar y año de producción: 2001
 Fuente: Pupi, Enrico

Fig. 2000 - 226 CULTURAL 88



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: revista
 Título: "Revista Mundo Diners"
 Diseño/autor: Estefanía Rivas/Lorena Zurita
 Dirección artística: Estefanía Rivas
 Ilustración: varios
 Fotografía: varios
 Impresión: offset
 Agencia/estudio de diseño: Querrraya
 Cliente: Dinediciones
 Lugar y año de producción: Quito, varios
 Fuente: Rivas, Estefanía

Fig. 2000 - 227 SOCIAL 38



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Una vida sin violencia para mujeres y niñas"
 Diseño/autor: Estefanía Rivas
 Ilustración: Estefanía Rivas
 Impresión: offset
 Agencia/estudio de diseño: Querrraya
 Cliente: Amuma
 Lugar y año de producción: Quito, 2004
 Fuente: Rivas, Estefanía

Fig. 2000 - 228 CULTURAL 89



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "El proceso por la sombra del burro"
 Diseño/autor: Nadia Rosero
 Ilustración: Nadia Rosero
 Impresión: offset
 Cliente: Malayerba
 Lugar y año de producción: Quito, 2004
 Fuente: Rosero, Nadia

Fig. 2000 - 229 **ECONÓMICO 68**



Década: 2000-2005
 Área del diseño gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: sitio web
 Título: "Tribal website"
 Diseño/autor: Alfredo Ruales
 Agencia/estudio de diseño: Tribal Diseño
 Lugar y año de producción: Quito, 2000
 Premio o nominación: Primer Premio, Categoría Web, "Tercera Bienal Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2000
 Fuente: Ruales, Alfredo

Fig. 2000 - 230 **CULTURAL 90**



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: revista
 Título: "Línea Imaginaria"
 Diseño/autor: Alfredo Ruales
 Ilustración: Alfredo Ruales
 Impresión: Offset
 Agencia/estudio de diseño: Tribal
 Cliente: Editorial Línea Imaginaria
 Lugar y año de producción: Quito, 2001
 Premio o nominación: Primer Premio, Diseño de Revista, "Cuarta Bienal de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2002 Quito.
 Fuente: Ruales, Alfredo

Fig. 2000 - 231 **CULTURAL 91**



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "5to festival internacional de poesía Esqueletra"
 Diseño/autor: Alfredo Ruales
 Impresión: Offset
 Agencia/estudio de diseño: Tribal
 Cliente: Esqueletra
 Lugar y año de producción: Quito, 2001
 Fuente: Ruales, Alfredo

Fig. 2000 - 232 **CULTURAL 92**



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Yo otro eco, obra de danza contemporánea"
 Diseño/autor: Alfredo Ruales
 Impresión: Offset
 Agencia/estudio de diseño: Tribal
 Cliente: Klever Viera
 Lugar y año de producción: Quito, 2004
 Fuente: Ruales, Alfredo

Fig. 2000 - 233 SOCIAL 39



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "30 minutos, programa de televisión"
 Diseño/autor: Alfredo Ruales
 Impresión: Offset
 Agencia/estudio de diseño: Tribal
 Cliente: Telemazonas
 Lugar y año de producción: Quito, 2005
 Fuente: Ruales, Alfredo

Fig. 2000 - 235 CULTURAL 94



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Cuarta Bienal de Diseño Gráfico Ecuador 2002"
 Diseño/autor: Esteban Salgado
 Cliente: Asociación de Diseñadores Gráficos, ADG
 Lugar y año de producción: Quito, 2002
 Premio o nominación: Primer Premio, Categoría afiche e imagen
 "Cuarta Bienal de Diseño Gráfico Ecuador" ADG, 2002
 Fuente: Salgado, Esteban

Fig. 2000 - 234 CULTURAL 93



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "La Cultura Techno"
 Diseño/autor: Esteban Salgado
 Fotografía: Frank Johnson
 Impresión: offset
 Agencia/estudio de diseño: Esteban Salgado Diseño
 Cliente: Frank Johnson
 Lugar y año de producción: Ecuador, 2001
 Premio o nominación: Publicado en *Diseño Gráfico Latinoamericano*
 Fuente: Salgado, Esteban

Fig. 2000 - 236 CULTURAL 95

P.S.



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "David Carson en Ecuador"
 Diseño/autor: Esteban Salgado
 Lugar y año de producción: Quito, 2002
 Premio o nominación: Tercer Premio, Categoría Afiche, "Cuarta Bienal de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2002
 Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, ADG, Quito, *Papagayo* No. 26, ADG, 2002

Fig. 2000 - 237 **CULTURAL 96**



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración
 Título: "Aurora"
 Diseño/autor: Esteban Salgado
 Agencia/estudio de diseño:
 Cliente: Aurora Book
 Lugar y año de producción: 2003
 Fuente: Salgado, Esteban

Fig. 2000 - 239 **SOCIAL 40**



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada
 Título: "Le Monde Interactif", suplemento semanal de Le Monde
 Dirección artística: María Mercedes Salgado
 Cliente: Diario Le Monde
 Lugar y año de producción: París, Francia, 2000-2001
 Fuente: Salgado, María Mercedes

Fig. 2000 - 238 **CULTURAL 97**



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada
 Título: "Poster Annual 2005"
 Diseño/autor: Esteban Salgado
 Dirección artística: Graphis, NY
 Impresión: offset
 Agencia/estudio de diseño: Graphis, NY
 Cliente: Graphis, NY
 Lugar y año de producción: Nueva York, 2005
 Fuente: Salgado, Esteban

Fig. 2000 - 240 **SOCIAL 41**



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de periódico
 Título: "Le Monde Interactif", suplemento semanal de Le Monde
 Dirección artística: María Mercedes Salgado
 Cliente: Diario Le Monde
 Lugar y año de producción: París, Francia, 2000-2001
 Fuente: Salgado, María Mercedes

Fig. 2000 - 241 SOCIAL 42



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Tekkies Global Communication"
 Diseño/autor: María Mercedes Salgado
 Cliente: Estudio de Comunicación Global
 Lugar y año de producción: Ecuador y Francia, 2002
 Fuente: Salgado, María Mercedes

Fig. 2000 - 242 SOCIAL 43



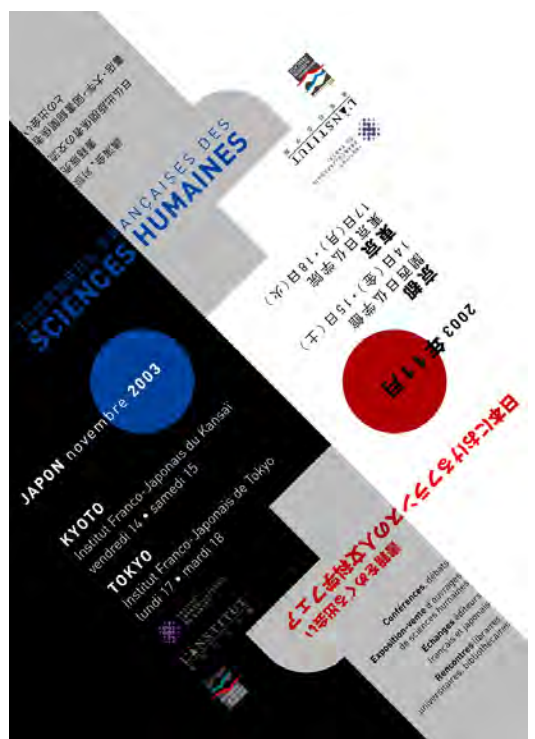
Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Séptima Bienal del Cartel en México"
 Diseño/autor: María Mercedes Salgado
 Cliente: Séptima Bienal Internacional del Cartel en México
 Lugar y año de producción: México DF, 2002
 Fuente: Salgado, María Mercedes

Fig. 2000 - 243 CULTURAL 98



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/Producto: afiche
 Título: "Primera Bienal Iberoamericana del Cartel en Bolivia"
 Diseño/autor: María Mercedes Salgado
 Cliente: Primera Bienal Iberoamericana del Cartel en Bolivia
 Lugar y año de producción: La Paz, Bolivia, 2003
 Fuente: Salgado, María Mercedes

Fig. 2000 - 244 SOCIAL 44



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Jornadas Francesas de Ciencias Humanas"
 Diseño/autor: María Mercedes Salgado
 Cliente: BIEF-Instituto de la Edición Francesa
 Lugar y año de producción: Kioto, Tokio, Japón, 2003
 Fuente: Salgado, María Mercedes

Fig. 2000 - 245 CULTURAL 99



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Coup de Blues", música producida con la poesía de Arthur Rimbaud
 Diseño/autor: María Mercedes Salgado
 Cliente: Pascal Delpierre + sala de espectáculos, Studio Le Regard du Cigne
 Lugar y año de producción: París, Francia, 2004
 Fuente: Salgado, María Mercedes

Fig. 2000 - 246 SOCIAL 45



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Segundo encuentro de la edición religiosa de Francia"
 Diseño/autor: María Mercedes Salgado
 Cliente: La Santa Sede a través del Instituto Patristico Augustiniano
 Lugar y año de producción: El Vaticano, Italia, 2004
 Fuente: Salgado, María Mercedes

Fig. 2000 - 247 SOCIAL 46



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de periódico
 Título: "Le Monde Jeunes", suplemento especial sobre moda
 Diseño/autor: María Mercedes Salgado
 Cliente: Diario Le Monde
 Lugar y Año de Producción: París, Francia, 2004
 Fuente: Salgado, María Mercedes

Fig. 2000 - 248 SOCIAL 47



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de periódico
 Título: "Le Monde DOSSIER", suplemento especial de cultura
 Diseño/autor: María Mercedes Salgado
 Dirección artística: María Mercedes Salgado
 Cliente: Diario Le Monde
 Lugar y año de producción: París, Francia, 2004
 Fuente: Salgado, María Mercedes

Fig. 2000 - 249 SOCIAL 48



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: página interior de periódico
 Título: "Le Monde DOSSIER", suplemento especial de cultura Michel Foucault
 Diseño/autor: María Mercedes Salgado
 Dirección artística: María Mercedes Salgado
 Cliente: Diario Le Monde
 Lugar y año de producción: París, Francia, 2004
 Fuente: Salgado, María Mercedes

Fig. 2000 - 250 SOCIAL 49



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de periódico
 Título: Le Monde "Europe Continent Neuf", suplemento especial sobre la nueva Europa
 Diseño/autor: María Mercedes Salgado
 Dirección artística: María Mercedes Salgado
 Cliente: Diario Le Monde
 Lugar y año de producción: París, Francia, 2004
 Fuente: Salgado, María Mercedes

Fig. 2000 - 251 SOCIAL 50



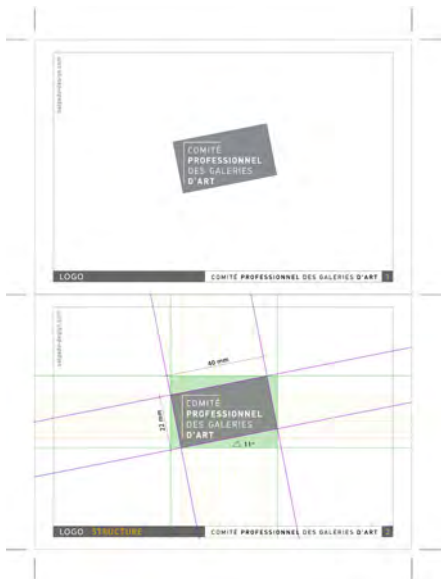
Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: página interior de periódico
 Título: Le Monde "Europe Continent Neuf", suplemento especial sobre la nueva Europa
 Diseño/autor: María Mercedes Salgado
 Dirección artística: María Mercedes Salgado
 Cliente: Diario Le Monde
 Lugar y año de producción: París, Francia, 2004
 Fuente: Salgado, María Mercedes

Fig. 2000 - 252 CULTURAL 100



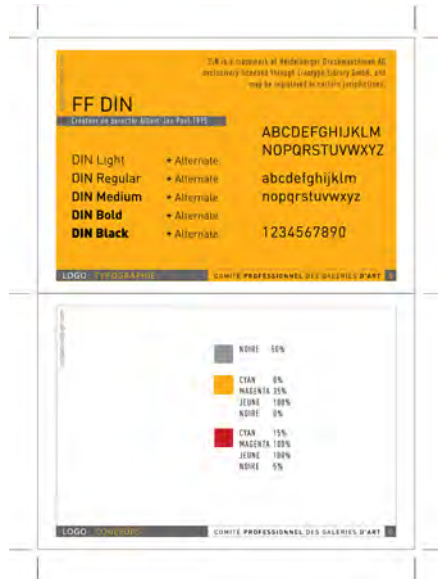
Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo y aplicaciones
 Título: "Comité Professionnel de Galeries D' Art"
 Diseño/autor: María Mercedes Salgado
 Cliente: Comité Profesional de Galerías de Arte de Francia
 Lugar y año de producción: París, Francia, 2004
 Fuente: Salgado, María Mercedes

Fig. 2000 - 253 CULTURAL 101



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo y aplicaciones
 Título: "Comité Professionnel de Galeries D 'Art"
 Diseño/autor: María Mercedes Salgado
 Cliente: Comité Profesional de Galerias de Arte de Francia
 Lugar y año de producción: París, Francia, 2004
 Fuente: Salgado, María Mercedes

Fig. 2000 - 254 CULTURAL 102 P.S.



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo y aplicaciones
 Título: "Comité Professionnel de Galeries D 'Art"
 Diseño/autor: María Mercedes Salgado
 Cliente: Comité Profesional de Galerias de Arte de Francia
 Lugar y año de producción: París, Francia, 2004
 Fuente: Salgado, María Mercedes

Fig. 2000 - 255 SOCIAL 51



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración para diario
 Título: "EGO"
 Diseño/autor: María Mercedes Salgado
 Dirección artística: María Mercedes Salgado
 Cliente: Diario Le Monde
 Lugar y año de producción: París, Francia, 2005
 Fuente: Salgado, María Mercedes

Fig. 2000 - 256 SOCIAL 52 P.S.



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración para diario
 Título: "2050"
 Diseño/autor: María Mercedes Salgado
 Dirección artística: María Mercedes Salgado
 Cliente: Diario Le Monde
 Lugar y año de producción: París, Francia, 2005
 Fuente: Salgado, María Mercedes

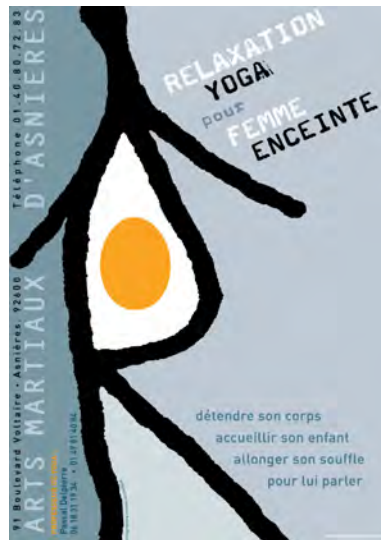
Fig. 2000 - 257 SOCIAL 53



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración para diario
 Título: "2005"
 Diseño/autor: María Mercedes Salgado
 Dirección artística: María Mercedes Salgado
 Cliente: Diario Le Monde
 Lugar y año de producción: París, Francia, 2005
 Fuente: Salgado, María Mercedes

P.S.

Fig. 2000 - 258 SOCIAL 54



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/Product: afiche
 Título: "Promoción de curso de Yoga y Relajación para mujeres embarazadas"
 Diseño/autor: María Mercedes Salgado
 Cliente: Pascal Delpierre, profesor de yoga + la asociación de artes marciales de Asnières
 Lugar y año de producción: París, Francia, 2005
 Fuente: Salgado, María Mercedes

Fig. 2000 - 259 SOCIAL 55



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo y aplicaciones
 Título: "Archile Domicile"
 Diseño/autor: María Mercedes Salgado
 Cliente: Asociación de apoyo profesional a enfermos a domicilio
 Lugar y año de producción: París, Francia, 2005
 Fuente: Salgado, María Mercedes

Fig. 2000 - 260 ECONÓMICO 69



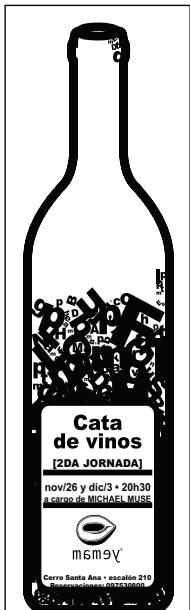
Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Evolución"
 Diseño/autor: Nhora Salgado
 Ilustración: Nhora Salgado, María Mercedes Salgado
 Cliente: El Albero
 Lugar y año de producción: Quito, 2002
 Premio o nominación: Tercer Lugar, Categoría Afiche Inédito, "Quinta Bienal de Diseño Gráfico Ecuador, ADG", 2004
 Fuente: Salgado, Nhora

Fig. 2000 - 261 **ECONÓMICO 70**



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Toro", festival taurino
 Diseño/autor: Nhora Salgado
 Ilustración: Nhora Salgado
 Cliente: El Albero
 Lugar y año de producción: Barcelona, 2003
 Fuente: Salgado, Nhora

Fig. 2000 - 263 **ECONÓMICO 72**



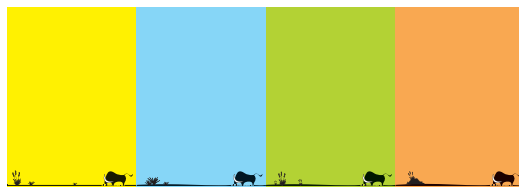
Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Botella" (Cata de Vinos)
 Diseño/autor: Nhora Salgado
 Ilustración: Nhora Salgado
 Cliente: El Albero
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 2004
 Fuente: Salgado, Nhora

Fig. 2000 - 262 **ECONÓMICO 71**



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Toro", festival taurino
 Diseño/autor: Nhora Salgado
 Ilustración: Nhora Salgado
 Cliente: El Albero
 Lugar y año de producción: Barcelona, 2003
 Fuente: Salgado, Nhora

Fig. 2000 - 264 **ECONÓMICO 73**



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: rediseño de logo y papelería
 Diseño/autor: Nhora Salgado
 Ilustración: Nhora Salgado
 Cliente: El Albero
 Lugar y año de producción: Quito, 2005
 Fuente: Salgado, Nhora

Fig. 2000 - 265 **ECONÓMICO 74**



Década 1990-1999

Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario

Pieza/Producto: Afiche

Título: "Montera"

Diseño/autor: Nhora Salgado

Dirección Artística: Nhora Salgado

Ilustración: Nhora Salgado/María Mercedes Salgado

Cliente: El Albero

Lugar y Año de Producción: Quito, 2005

Fuente: Salgado, Nhora, 2010

Fig. 2000 - 266 **SOCIAL 56**



Década 2000-2005

Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario

Pieza/producto: postal

Título: "Día Mundial del Ambiente"

Diseño/autor: Jaime Salvador

Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico

Cliente: Programa de Pequeñas Donaciones, PPD - NNUU

Lugar y año de producción: Quito, 2003

Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 2000 - 267 **CULTURAL 103**



Década 2000-2005

Área del diseño gráfico: diseño editorial

Pieza/producto: portada

Título: "Sonidos Milenarios"

Diseño/autor: Jaime Salvador

Impresión: FEPP

Agencia/estudio de diseño: Magenta Diseño Gráfico

Cliente: Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio

Lugar y año de producción: Quito, 2005

Fuente: Calderón, Gisela

Fig. 2000 - 268 **SOCIAL 57**

P.S.



Década: 2000-2005

Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario

Pieza/producto: afiche

Título: "Itchimbia, Refugio de las aves de Quito"

Diseño/autor: Sesos Creación Visual

Ilustración: Juan Manuel Carrión

Impresión: Imprenta Mariscal

Agencia/estudio de diseño: Sesos Creación Visual

Cliente: Consorcio Ciudad-Ecogestión (Vida para Quito)

Lugar y año de producción: Quito, 2007

Premio o nominación: Plata Gráfica y Mención de Honor de Calidad, XIV Concurso Latinoamericano de Productos Gráficos, Sao Paulo, Brasil

Fuente: Sesos Creación Visual

Fig. 2000 - 269 **ECONÓMICO 75**



Década: 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: empaque de catálogo
Título: "Sesos CV"
Diseño/autor: Sesos CV
Agencia/estudio de diseño: Sesos CV
Lugar y año de producción: Quito, 2004
Premio o nominación: Tercer Premio "Quinta Bial de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2004
Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, ADG, Quito, *Papagayo* No. 30, ADG, 2005

Fig. 2000 - 270 **ECONÓMICO 76**



Década 2000-2005
Área del diseño gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: portada
Título: "Undiscovered Realms"
Diseño/autor: Soho Design
Lugar y año de producción: Quito, 2002
Premio o nominación: Segundo Premio, Categoría Libros, "Cuarta Bial Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2002
Fuente: Mena, Belén

Fig. 2000 - 271 **CULTURAL 104**



Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño popular
Pieza/producto: rótulo
Título: "Los Ricos Helados"
Fotografía: Santiago Suárez Suárez
Técnica: Aerografía
Lugar y año de producción: fotografiado en Chimacalle, Baltazar González y Gonzálo Martín, Quito, 2009
Fuente: Suárez, Santiago

Fig. 2000 - 272 **CULTURAL 105**



Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño popular
Pieza/producto: rótulo
Título: "Copia de Llaves"
Fotografía: Santiago Suárez Suárez
Técnica: pintura
Lugar y año de producción: fotografiado Centro Histórico, Benalcázar y Espejo, Quito, 2009
Fuente: Suárez, Santiago

Fig. 2000 - 273 CULTURAL 106



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño popular
 Pieza/producto: rótulo
 Título: "Golden Bear"
 Fotografía: Santiago Suárez Suárez
 Técnica: pintura
 Lugar y año de producción: fotografiado en Tnte. Hugo Ortiz y Dlego Vaca de la Vega, Quito, 2009
 Fuente: Suárez, Santiago

Fig. 2000 - 274 CULTURAL 107



Década: 2000-2005
 Área del diseño gráfico: gráfica popular
 Pieza/producto: rótulo
 Título: "Restaurante Bosmediano"
 Lugar y año de producción: Quito
 Fuente: Suárez, Santiago

Fig. 2000 - 275 SOCIAL 58



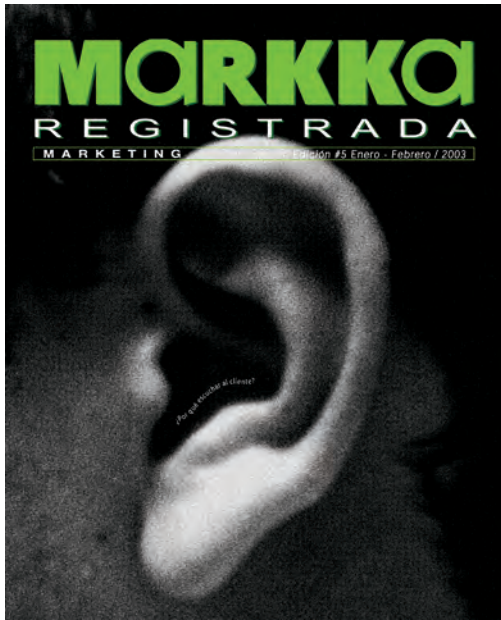
Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Teleamazonas"
 Diseño/autor: Equipo Interno de Identidad Corporativa del canal, encabezado por el Departamento de Marketing e Imagen
 Cliente: Teleamazonas
 Lugar y año de producción: 2005
 Fuente: Burbano, Andrés

Fig. 2000 - 276 ECONÓMICO 77



Década 2000-2005
 Área del diseño gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: imagen corporativa
 Título: "Globe Walker Lobby Bar"
 Diseño/autor: Diego González
 Agencia/estudio de diseño: Rizoma Identidad Visual
 Cliente: Grand Hotel Mercure Alameda Quito
 Lugar y año de producción: Quito, 2003
 Fuente: González, Diego

Fig. 2000 - 277 **ECONÓMICO 78**



Década 2000-2005
 Área del diseño gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de revista
 Título: "Markka Registrada", nº 5.
 Diseño/autor: Oswaldo Terreros
 Lugar y año de producción: Guayaquil, febrero 2003
 Fuente: Terreros, Oswaldo

Fig. 2000 - 278 **ECONÓMICO 79** P.S.



Década 2000-2005
 Área del diseño gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de revista
 Título: "Markka Registrada", nº 25
 Diseño/autor: Oswaldo Terreros
 Lugar y año de producción: Guayaquil, septiembre 2005
 Fuente: Terreros, Oswaldo

Fig. 2000 - 279 **ECONÓMICO 80**



Década 2000-2005
 Área del diseño gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de revista
 Título: "Markka Registrada", nº 23
 Diseño/autor: Oswaldo Terreros
 Lugar y año de producción: Guayaquil, junio 2005
 Fuente: Terreros, Oswaldo

Fig. 2000 - 280 **ECONÓMICO 81**



Década 2000-2005
 Área del diseño gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de revista
 Título: "Markka Registrada", nº 15
 Diseño/autor: Oswaldo Terreros
 Lugar y año de producción: Guayaquil, mayo 2004
 Fuente: Terreros, Oswaldo

Fig. 2000 - 281 CULTURAL 108



Década 2000-2005
 Área del diseño gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Morborevolución"
 Diseño/autor: Oswaldo Terreros
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 2004
 Fuente: Terreros, Oswaldo

Fig. 2000 - 282 CULTURAL 109



Década 2000-2005
 Área del diseño gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Llegada de Morboman"
 Diseño/autor: Oswaldo Terreros
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 2004
 Fuente: Terreros, Oswaldo

Fig. 2000 - 283 CULTURAL 110



Década 2000-2005
 Área del diseño gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "La ignorancia del pueblo nos beneficia"
 Diseño/autor: Oswaldo Terreros
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 2004
 Fuente: Terreros, Oswaldo

Fig. 2000 - 284 CULTURAL 111



Década 2000-2005
 Área del diseño gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Escondite Morboman"
 Diseño/autor: Oswaldo Terreros
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 2004
 Fuente: Terreros, Oswaldo

Fig. 2000 - 285 **CULTURAL 112**



Década 2000-2005
 Área del diseño gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: tipografía
 Título: "Morboman"
 Diseño/autor: Oswaldo Terreros
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 2004
 Fuente: Terreros, Oswaldo

Fig. 2000 - 286 **ECONÓMICO 82**



Década 2000-2005
 Área del diseño gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: imagen corporativa
 Título: "EnergyAlt"
 Diseño/autor: Roger Paredes
 Cliente: Energyalt
 Lugar y año de producción: Buenos Aires, 2005
 Fuente: Paredes, Roger

Fig. 2000 - 287 **CULTURAL 113**



Década 2000-2005
 Área del diseño gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración
 Título: "ilustración de artículo sobre lucha cervecera"
 Diseño/autor: Oswaldo Terreros
 Lugar y año de producción: Guayaquil, julio, 2005
 Fuente: Terreros, Oswaldo

Fig. 2000 - 288 **CULTURAL 114**



Década: 2000-2005
 Área del diseño gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Por los derechos humanos"
 Diseño/autor: Mauricio Jácome, Bladimir Trejo
 Agencia/estudio de diseño: Sesos Creación Visual
 Cliente: V Bienal de Diseño Ecuador 2004
 Lugar y año de producción: Quito, 2004
 Premio o nominación: Exposición V Bienal de Diseño Ecuador 2004
 Fuente: Sesos Creación Visual

Fig. 2000 - 289 CULTURAL 115



Década: 2000-2005
 Área del diseño gráfico: diseño editorial
 Pieza/producto: portada de revista
 Título: "Telecomunicaciones"
 Diseño/autor: Bladimir Trejo
 Ilustración: Bladimir Trejo
 Agencia/estudio de diseño: Sesos Creación Visual
 Cliente: Revista Gestión, Dinediciones
 Lugar y año de producción: Quito, 2005
 Fuente: Novillo, Ricardo

Fig. 2000 - 290 CULTURAL 116



Década: 2000-2005
 Área del diseño gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Jaguar"
 Diseño/autor: Bladimir Trejo, Ricardo Novillo
 Ilustración: Bladimir Trejo
 Agencia/estudio de diseño: Sesos Creación Visual
 Cliente: Tercer Festival Iberoamericano de Cine Cero Latitud 2005
 Lugar y año de producción: Quito, 2005
 Premio o nominación: Primer Premio, Categoría afiche e imagen, Tercer Festival Iberoamericano de Cine Cero Latitud 2005
 Fuente: Novillo, Ricardo

Fig. 2000 - 291 ECONÓMICO 83 P.S.



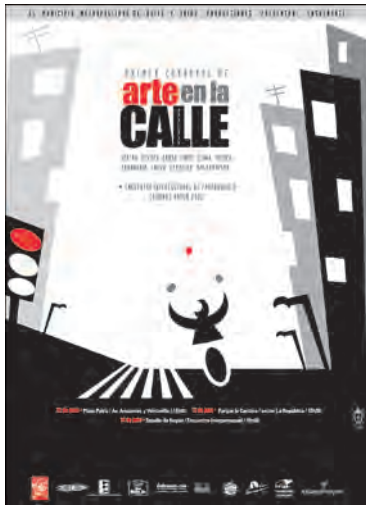
Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: CD Rom
 Título: "Paúl Jauregui"
 Diseño/autor: Tribal
 Técnica: CD Rom
 Agencia/estudio de diseño: Tribal
 Cliente: Paúl Jauregui
 Lugar y año de producción: Quito, 2003
 Premio o nominación: Segundo Premio "Quinta Bienal de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2004
 Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, ADG, Quito, *Papagayo* No. 30, ADG, 2005

Fig. 2000 - 292 ECONÓMICO 84



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: CD Rom
 Título: "Tribal"
 Diseño/autor: Tribal
 Técnica: CD Rom
 Agencia/estudio de diseño: Tribal
 Lugar y año de producción: Quito, 2003
 Premio o nominación: Segundo Premio, Categoría CD ROM, "Quinta Bienal de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2004
 Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, ADG, Quito, *Papagayo* No. 30, ADG, 2005

Fig. 2000 - 293 CULTURAL 117 P.S.



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Arte en la calle"
 Diseño/autor: Aurelio Valdez
 Dirección artística: Aurelio Valdez
 Impresión: offset
 Agencia/estudio de diseño: Conga Diseño
 Cliente: Tribu producciones
 Lugar y año de producción: Quito, 2002
 Fuente: Valdez, Aurelio

Fig. 2000 - 294 CULTURAL 118



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: empaque de disco compacto
 Título: "Equilibrio Tomback"
 Diseño/autor: Aurelio Valdez
 Lugar y año de producción: Quito, 2003
 Premio o nominación: Segundo Premio, Categoría Envase/Embalaje, "Quinta Bial de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2004.
 Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, ADG, Quito, *Papagayo* No. 30, ADG, 2005

Fig. 2000 - 295 CULTURAL 119



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Cine al aire libre"
 Diseño/autor: Aurelio Valdez
 Dirección artística: Aurelio Valdez/Luis Duboc
 Impresión: offset
 Agencia/estudio de diseño: Conga Diseño
 Cliente: Esteban Matute
 Lugar y año de producción: Quito, 2004
 Fuente: Valdez, Aurelio

Fig. 2000 - 296 SOCIAL 59 P.S.



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Ecuador en corto 2"
 Diseño/autor: Aurelio Valdez, Luis Cobo
 Dirección artística: Aurelio Valdez
 Impresión: digital
 Agencia/estudio de diseño: Conga Diseño
 Cliente: Armando Salazar
 Lugar y año de producción: Quito, 2004
 Fuente: Valdez, Aurelio

Fig. 2000 - 297 **CULTURAL 120**



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Tercer Carnaval Internacional de Arte en la calle"
 Diseño/autor: Aurelio Valdez
 Dirección artística: Aurelio Valdez
 Agencia/estudio de diseño: Conga Diseño
 Cliente: Tribu producciones
 Lugar y año de producción: Quito, 2004
 Fuente: Valdez, Aurelio

Fig. 2000 - 298 **ECONÓMICO 85**



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: valla publicitaria
 Título: "Hostal Llanovientos-Baños"
 Diseño/autor: Jaime Villa
 Dirección artística: Jaime Villa
 Ilustración: Jaime Villa
 Impresión: pinturas acrílicas, en valla publicitaria
 Cliente: León Vieira
 Lugar y año de producción: Baños, 2000
 Fuente: Villa, Jaime

Fig. 2000 - 299 **ECONÓMICO 86**



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración para camisetas
 Título: "Helicones y Mariposas"
 Diseño/autor: Jaime Villa
 Ilustración: Jaime Villa
 Impresión: serigrafía
 Cliente: Alexy Hennesy
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 2002
 Fuente: Villa, Jaime

Fig. 2000 - 300 **ECONÓMICO 87** P.S.



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: ilustración
 Pieza/producto: ilustración para camisetas
 Título: "Ecuador Turístico"
 Diseño/autor: Jaime Villa
 Ilustración: Jaime Villa
 Impresión: serigrafía
 Cliente: Alexy Hennesy
 Lugar y año de producción: Guayaquil, 2002
 Fuente: Villa, Jaime

Fig. 2000 - 301 CULTURAL 121 P.S.



Década: 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: ilustración
Pieza/producto: ilustración
Título: "Galápagos en acción"
Diseño/autor: Wilo
Agencia/estudio de diseño: Wilo
Lugar y año de producción: Quito
Premio o nominación: Segundo Premio, Categoría Ilustración, "Quinta Bienal de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2004.
Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, ADG, Quito, *Papagayo* No. 30, ADG, 2005

Fig. 2000 - 303 ECONÓMICO 89



Década: 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño editorial
Pieza/producto: CD Rom
Título: "5 de febrero de 1997, Un toque de historia"
Diseño/autor: Yagé
Técnica: CD Rom
Agencia/estudio de diseño: Yagé
Lugar y año de producción: Quito, 2000
Premio o nominación: Segundo Premio, Categoría CD ROM, "Tercera Bienal de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2000
Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, ADG, Quito, *Papagayo* No. 19, ADG, 2000

Fig. 2000 - 302 ECONÓMICO 88



Década: 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: Sitio web
Título: "artedavidperez"
Diseño/autor: Yagé
Técnica: Sitio web
Agencia/estudio de diseño: Yagé
Lugar y año de producción: Quito, 2000
Premio o nominación: Segundo Premio, Categoría Web, "Tercera Bienal de Diseño Gráfico Ecuador", ADG, 2000
Fuente: Asociación de Diseñadores Gráficos, ADG, Quito, *Papagayo* No. 19, ADG, 2000

Fig. 2000 - 304 SOCIAL 60



Década 2000-2005
Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
Pieza/producto: logotipo
Título: "Gamavisión"
Diseño/autor: Departamento de Imagen Corporativa Juan Luis Zanelli Gerente
Cliente: Gamavisión
Lugar y año de producción: 2000
Fuente: Burbano, Andrés

Fig. 2000 - 305 SOCIAL 61



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Gamavisión"
 Diseño/autor: Departamento de Imagen Corporativa Juan Luis Zanelli
 Cliente: Gamavisión
 Lugar y año de producción: 2004
 Fuente: Burbano, Andrés

Fig. 2000 - 306 SOCIAL 62



Década 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: materiales promocionales
 Título: "Campana para uso correcto del agua potable en zonas de la frontera norte"
 Diseño/autor: Ziette
 Dirección artística: Ziette
 Impresión: offset, láser, gigantografía
 Agencia/estudio de Diseño: Ziette
 Cliente: OIM Organización Internacional para las migraciones
 Lugar y año de producción: Quito, 2004
 Fuente: Ziette

Fig. 2000 - 307 SOCIAL 63



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Creciendo con nuestros hijos"
 Diseño/autor: Lorena Zurita
 Ilustración: Lorena Zurita
 Impresión: offset
 Agencia/estudio de diseño: Lorena Zurita
 Cliente: Diósis de Ambato
 Lugar y año de producción: Ambato, 2004
 Fuente: Zurita, Lorena

Fig. 2000 - 308 ECONÓMICO 90



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño de identidad
 Pieza/producto: logotipo
 Título: "Babes & Coffee"
 Diseño/autor: Lorena Zurita
 Ilustración: Lorena Zurita
 Impresión: offset
 Agencia/estudio de diseño: Lorena Zurita
 Cliente: Jorge Luis Hidalgo
 Lugar y año de producción: Quito, 2004
 Fuente: Zurita, Lorena

Fig. 2000 - 309 SOCIAL 64



Década: 2000-2005
 Área del Diseño Gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Ahora sé que tengo derechos"
 Diseño/autor: Lorena Zurita
 Ilustración: Lorena Zurita
 Fotografía: varios
 Impresión: offset
 Agencia/estudio de diseño: Lorena Zurita
 Cliente: Creciendo con nuestros hijos
 Lugar y año de producción: Ambato, 2004
 Fuente: Zurita, Lorena

Fig. 2000 - 310 SOCIAL 65

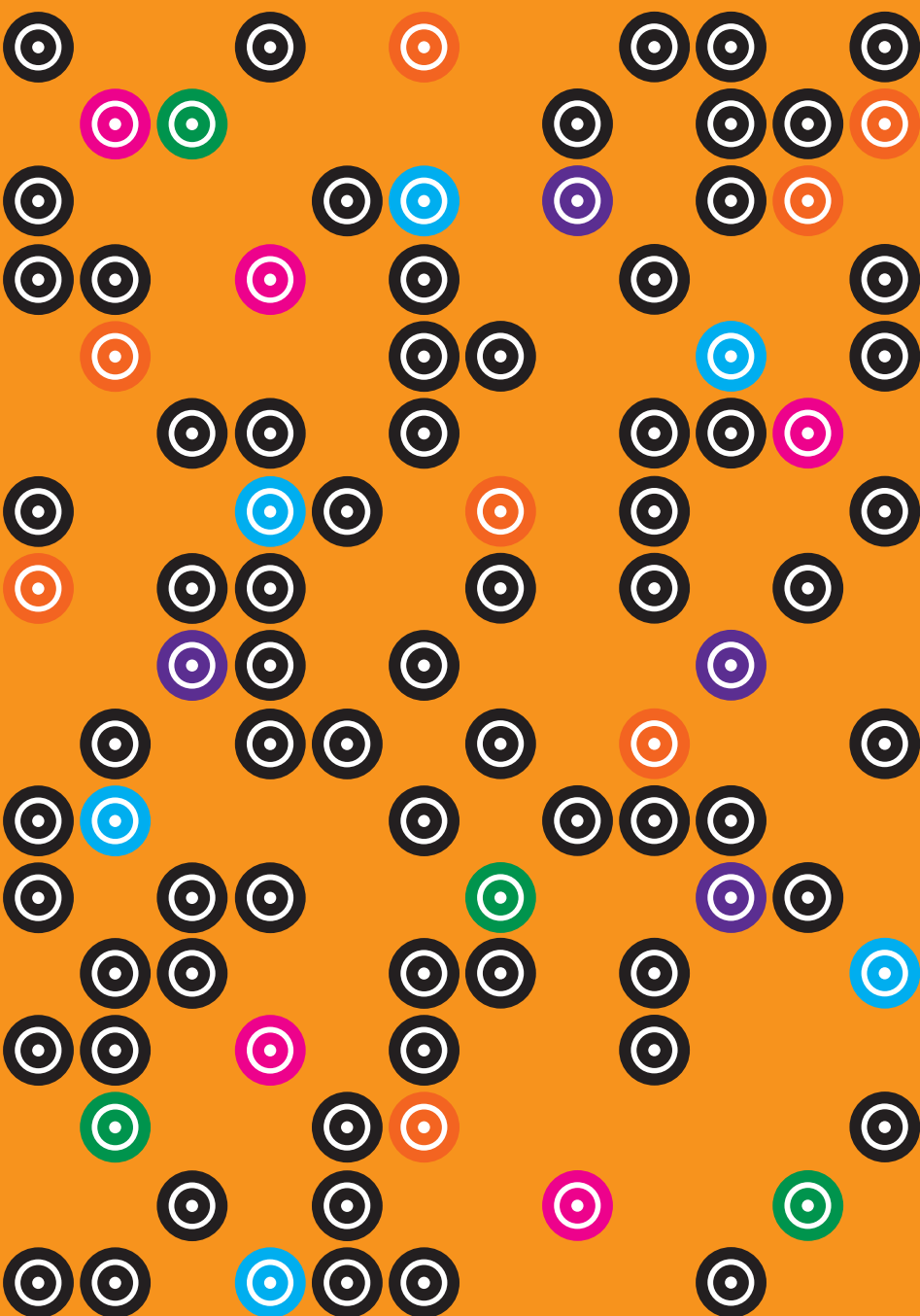


Década: 2000-2005
 Área del diseño gráfico: diseño publicitario
 Pieza/producto: afiche
 Título: "Educa con amor"
 Diseño/autor: Lorena Zurita
 Agencia/estudio de diseño: Lorena Zurita
 Cliente: Creciendo con nuestros hijos
 Lugar y año de producción: Ambato, 2004
 Fuente: Zurita, Lorena

Segunda parte

Archivo
documental
seleccionado
por períodos
históricos y
campos

Década
1970-1979



Cultural

Fig. 70 - 12 CULTURAL 5



Social

Fig. 70 - 21 SOCIAL 9



Fig. 70 - 29 SOCIAL 10



Económico

Fig. 70 - 23 **ECONÓMICO 4**



Fig. 70 - 24 **ECONÓMICO 5**



Fig. 70 - 49 **ECONÓMICO 25**

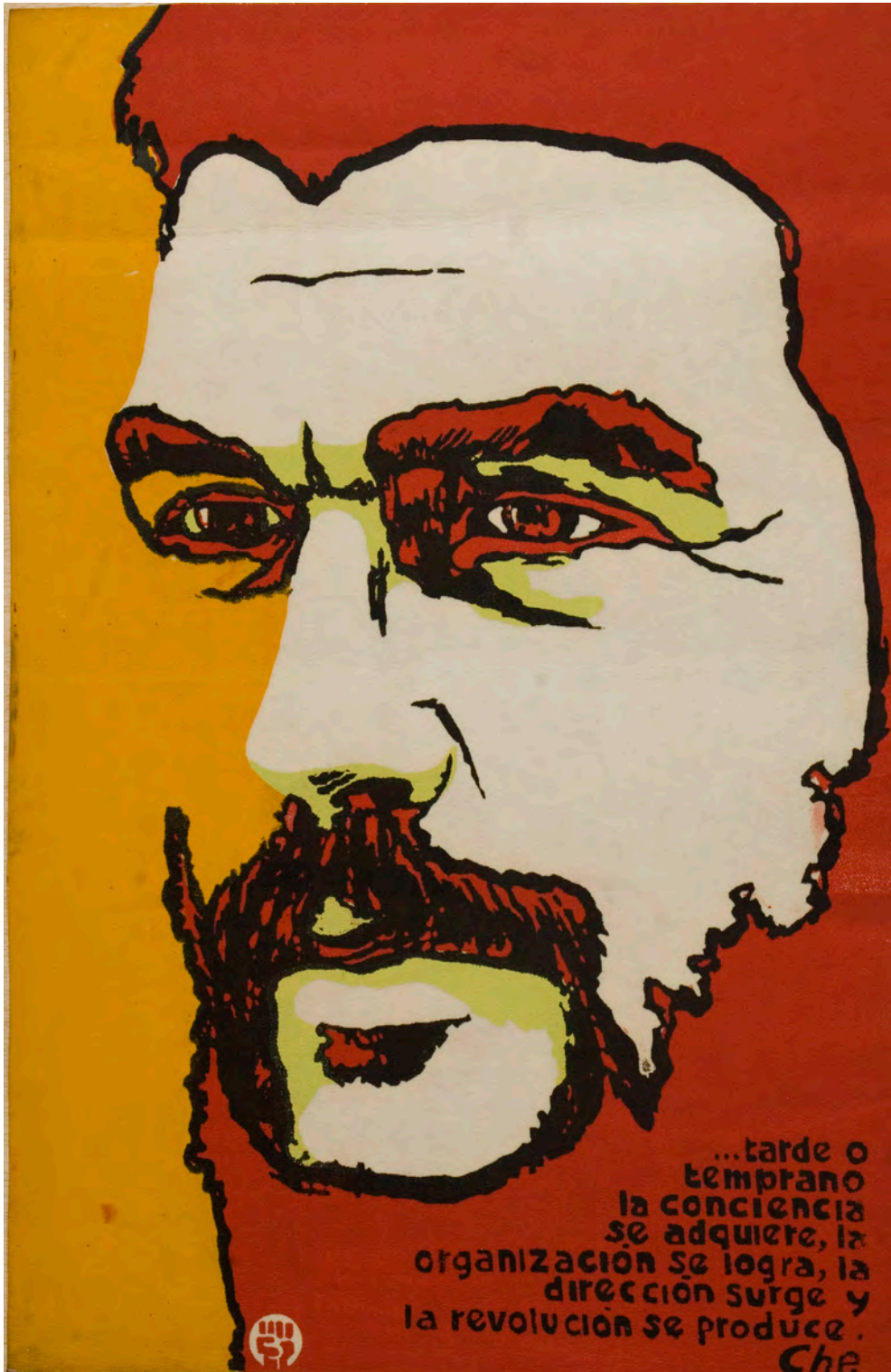


Fig. 70 - 55 **ECONÓMICO 27**

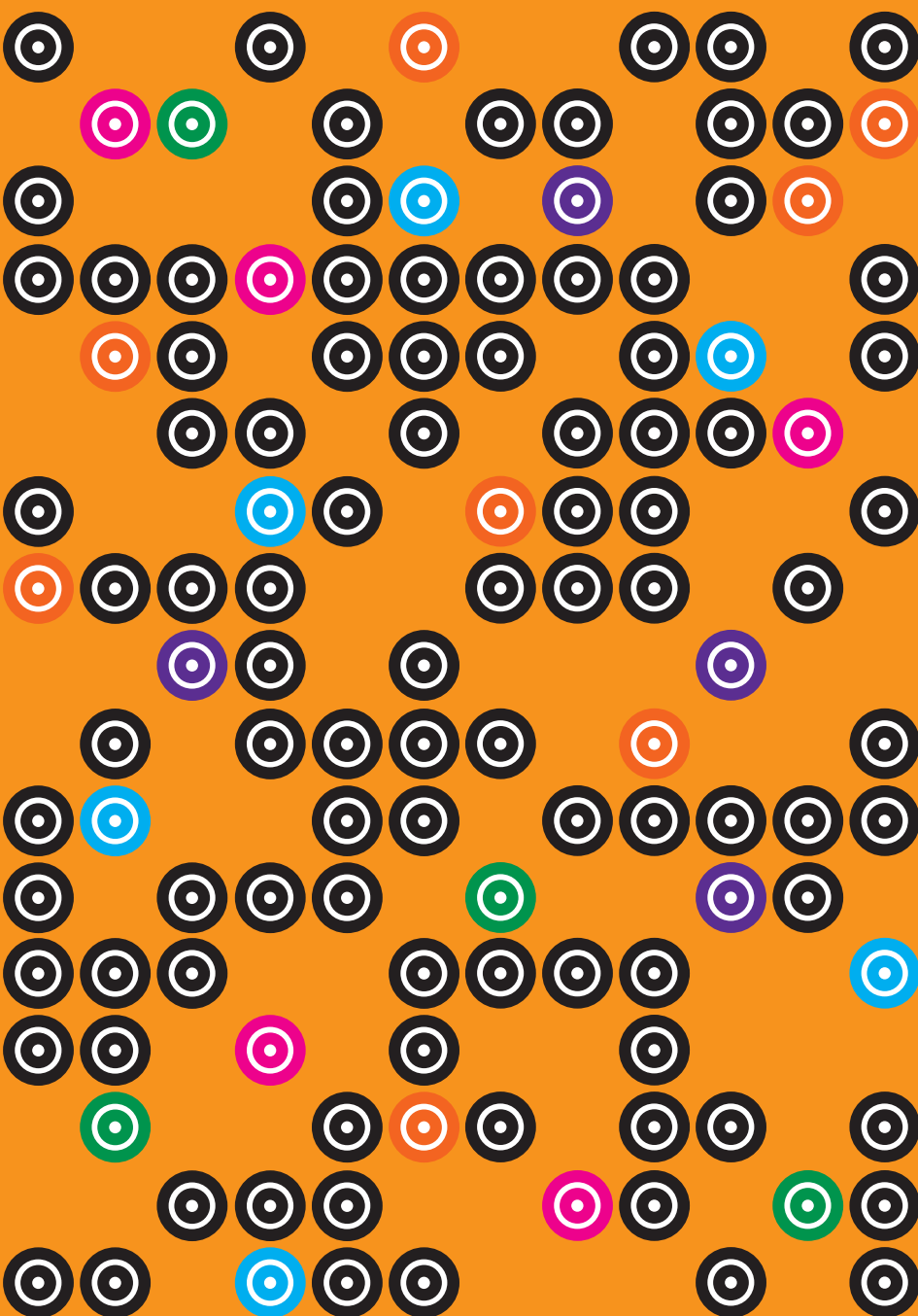


Político

Fig. 70 - 60 **POLÍTICO 1**



Década
1980-1989



Cultural

Fig. 80 - 2 CULTURAL 2



Fig. 80 - 11 CULTURAL 10

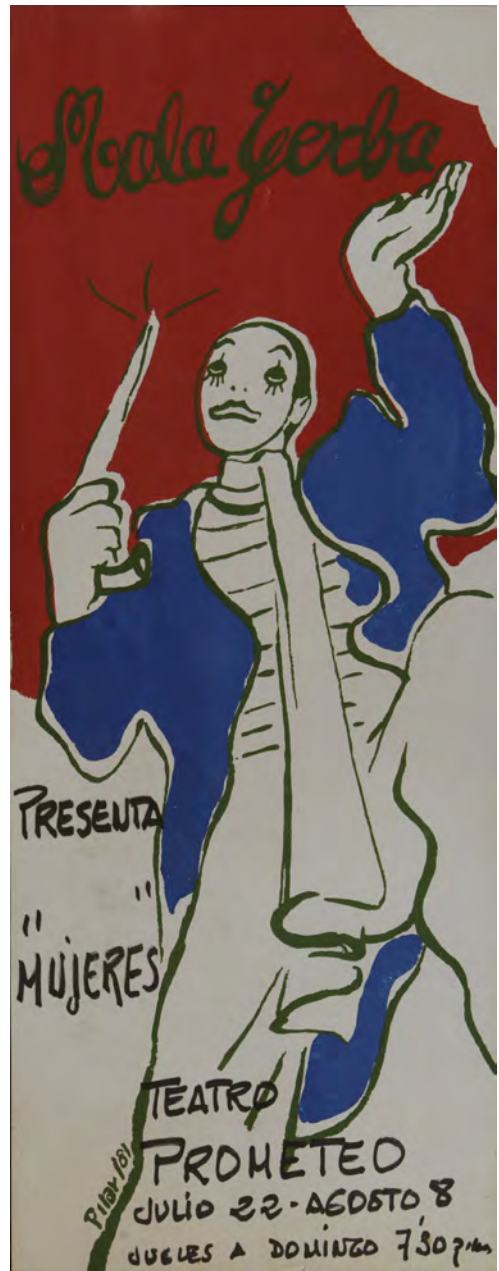


Fig. 80 - 16 CULTURAL 14



Social

Fig. 80 - 44 SOCIAL 4



Fig. 80 - 46 SOCIAL 6



Fig. 80 - 66 SOCIAL 10



Estatal

Fig. 80 - 84 **ESTATAL** 4



Económico

Fig. 80 - 73 **ECONÓMICO** 13

Fig. 80 - 55 **ECONÓMICO** 7



Educativo

Fig. 80 - 96 **ECONÓMICO** 23



Fig. 80 - 63 **EDUCATIVO** 2

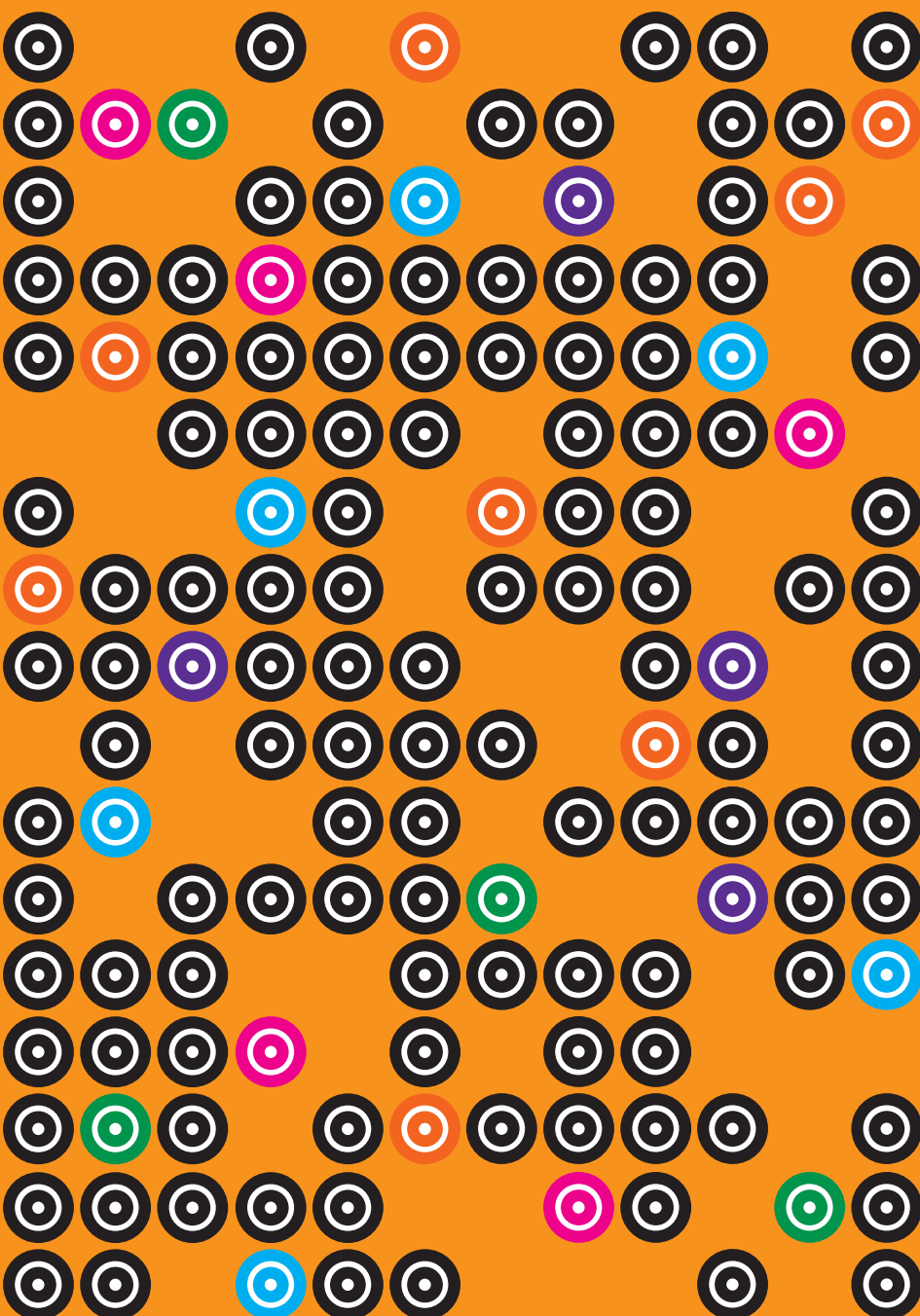


Político

Fig. 80 - 27 **POLÍTICO** 4



Década
1990-1999



Cultural

Fig. 90 - 10 CULTURAL 8



Fig. 90 - 43 CULTURAL 23

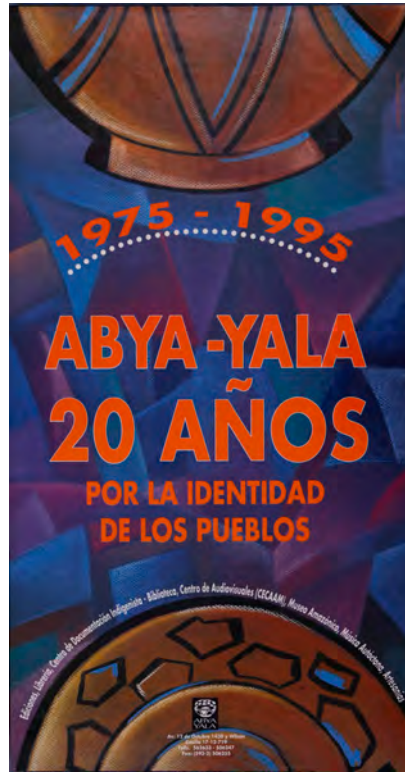


Fig. 90 - 55 CULTURAL 25



Fig. 90 - 73 CULTURAL 27

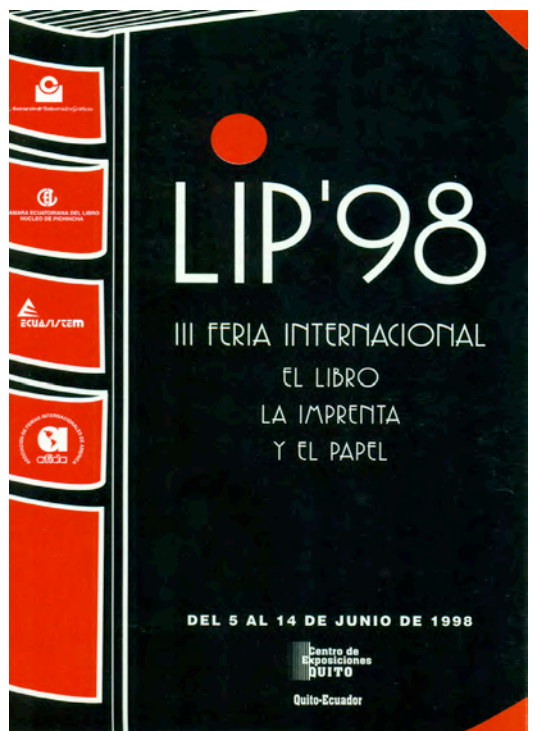


Fig. 90 - 101 CULTURAL 36



Fig. 90 - 168 CULTURAL 52



Fig. 90 - 171 CULTURAL 53

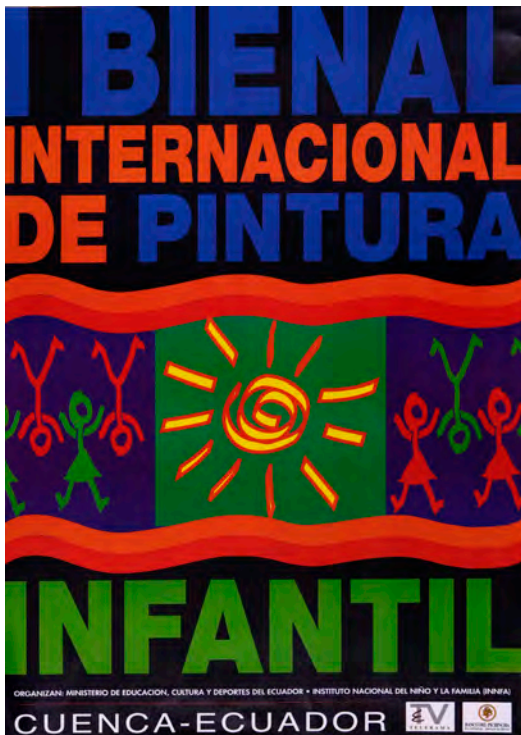


Fig. 90 - 179 CULTURAL 58



Fig. 90 - 203 CULTURAL 66



Fig. 90 - 208 CULTURAL 70

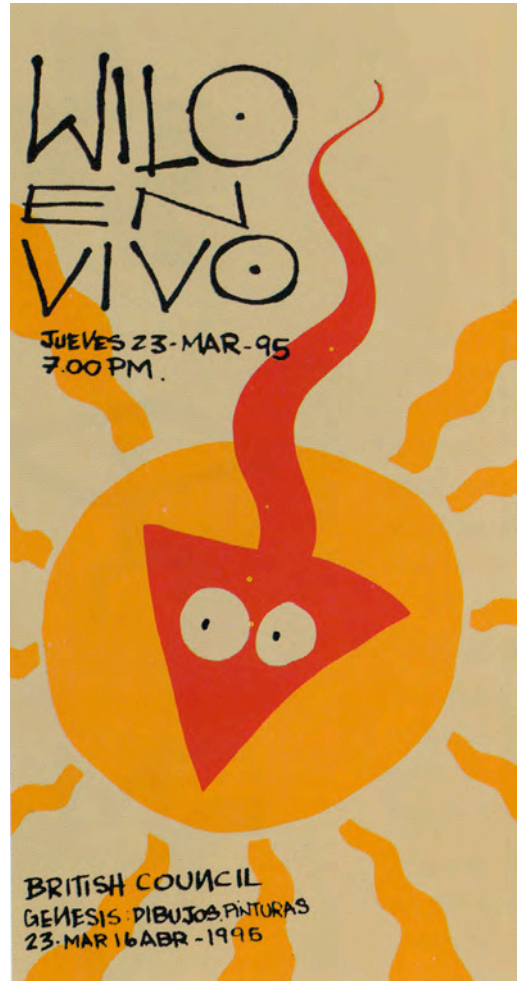


Fig. 90 - 219 CULTURAL 81



Fig. 90 - 227 CULTURAL 89



Social

Fig. 90 - 38 SOCIAL 4



Fig. 90 - 49 SOCIAL 11



Fig. 90 - 62 SOCIAL 18

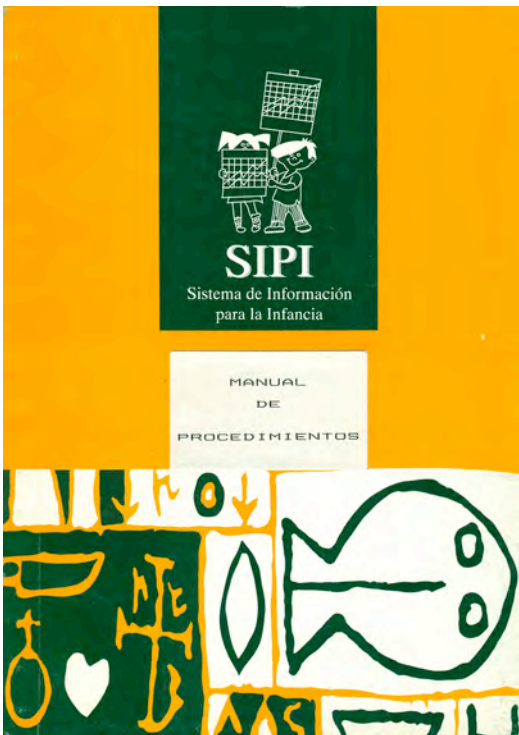


Fig. 90 - 69 SOCIAL 24

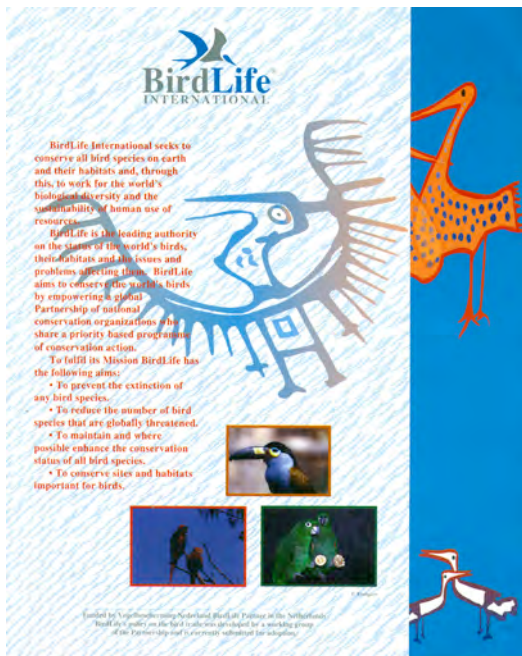


Fig. 90 - 137 SOCIAL 39



Fig. 90 - 148 SOCIAL 43

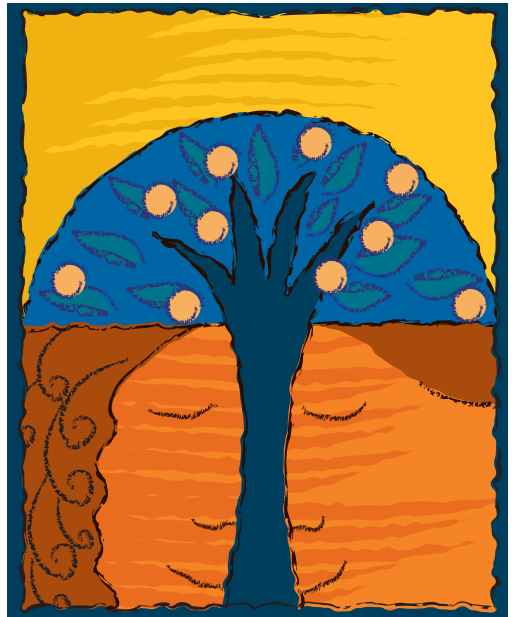


Fig. 90 - 180 SOCIAL 50



Fig. 90 - 204 SOCIAL 61



Económico

Fig. 90 - 21 **ECONÓMICO 6**



Fig. 90 - 27 **ECONÓMICO 8**

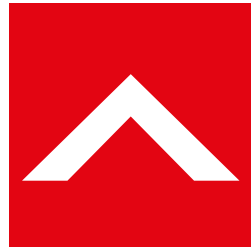


Fig. 90 - 106 **ECONÓMICO 23**



Fig. 90 - 129 **ECONÓMICO 29**

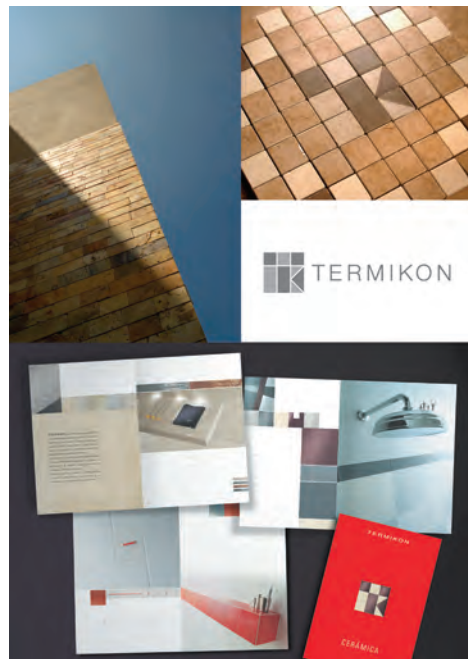


Fig. 90 - 134 **ECONÓMICO 31**



Fig. 90 - 156 **ECONÓMICO 40**

Fig. 90 - 192 **ECONÓMICO 49**



Estatal

Fig. 90 - 112 **ESTATAL 9**

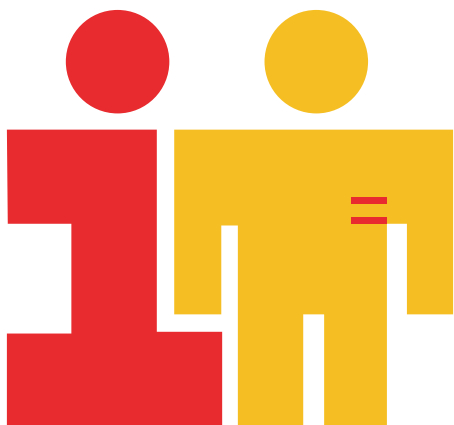


Fig. 90 - 176 **ESTATAL 12**



Educativo

Fig. 90 - 75 **EDUCATIVO 1**



Político

Fig. 90 - 120 **POLITICO 6**



Cultural

Fig. 2000 - 24 CULTURAL 11



Fig. 2000 - 27 CULTURAL 14



Fig. 2000 - 31 CULTURAL 17



Fig. 2000 - 52 CULTURAL 31

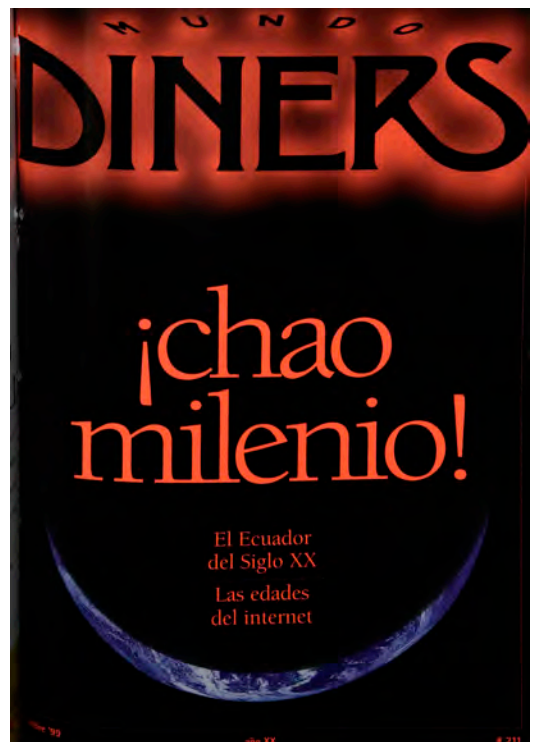


Fig. 2000 - 76 CULTURAL 44



Fig. 2000 - 90 CULTURAL 49



Fig. 2000 - 194 CULTURAL 77

Fig. 2000 - 98 CULTURAL 54



Fig. 2000 - 217 CULTURAL 83



O momento antes de ação

Rebella y Stoll: el futuro es el presente

Alto de la Granada en el Día 17 con el cineasta francés Jean-Claude Cocteau y de la Gran 17 años de edad. Su obra, basada en la producción de la revista, también incluye un libro de arte de la Granada en el Día 17 con el cineasta francés Jean-Claude Cocteau y de la Gran 17 años de edad.

Rebella y Stoll, a los 17 años, fueron los protagonistas de un libro de arte, con un libro de arte de la Granada en el Día 17 con el cineasta francés Jean-Claude Cocteau y de la Gran 17 años de edad.



www.ochoymedia.net

Fig. 2000 - 222 CULTURAL 86



Fig. 2000 - 236 CULTURAL 95



Fig. 2000 - 245 CULTURAL 99



Fig. 2000 - 254 CULTURAL 102

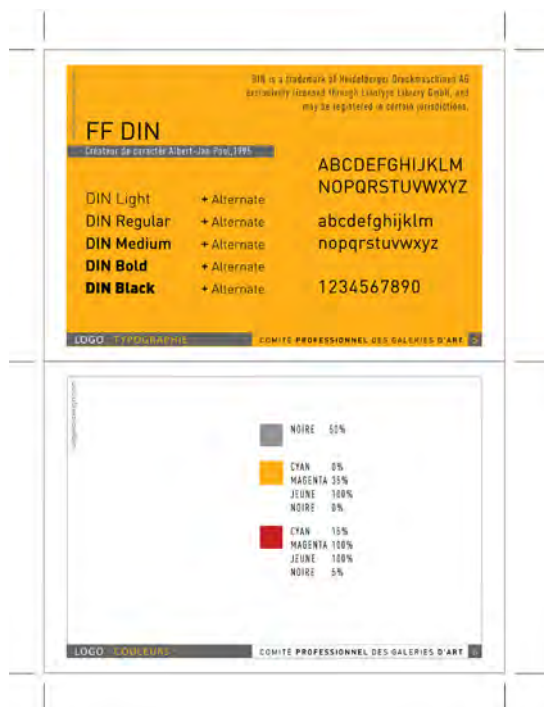


Fig. 2000 - 293 **CULTURAL 117**

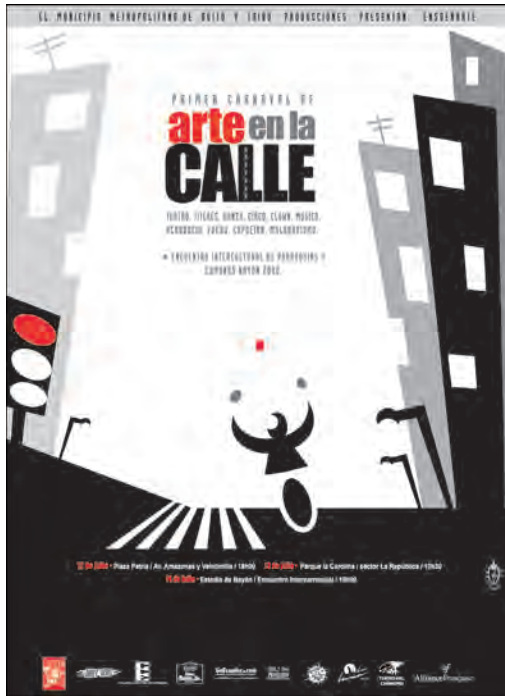


Fig. 2000 - 301 **CULTURAL 121**



Social

Fig. 2000 - 156 **SOCIAL 18**



Fig. 2000 - 161 **SOCIAL 20**



Fig. 2000 - 174 SOCIAL 22



Fig. 2000 - 183 SOCIAL 26

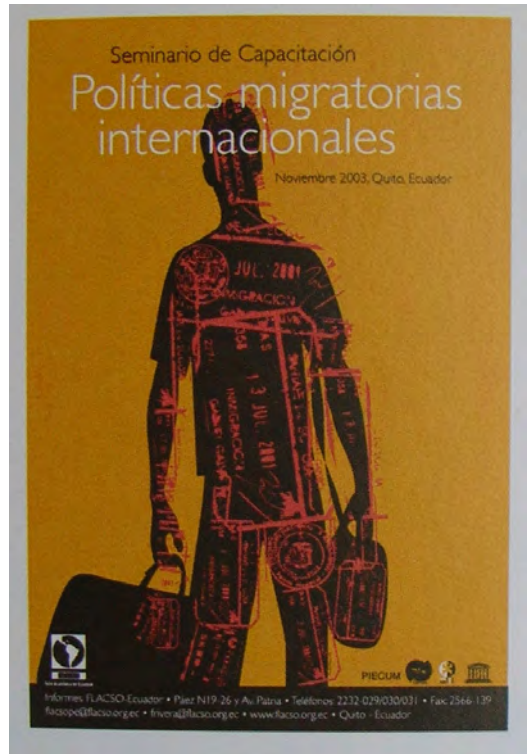


Fig. 2000 - 256 SOCIAL 52



Fig. 2000 - 247 SOCIAL 46



Fig. 2000 - 257 SOCIAL 53



Fig. 2000 - 268 SOCIAL 57



Fig. 2000 - 296 SOCIAL 59



Educativo

Fig. 2000 - 180 EDUCATIVO 3



FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA HOSPITALIDAD

Económico

Fig. 2000 - 7 **ECONÓMICO 1**



Fig. 2000 - 19 **ECONÓMICO 8**

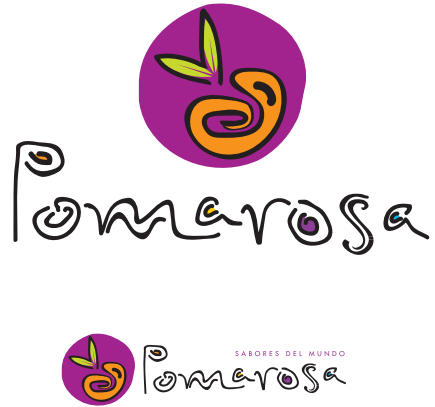


Fig. 2000-29 **ECONÓMICO 11**



Fig. 2000 - 36 **ECONÓMICO 12**



Fig. 2000 - 138 **ECONÓMICO 38**



Fig. 2000 - 145 **ECONÓMICO 40**



Fig. 2000 - 167 **ECONÓMICO 49**



Fig. 2000 - 172 **ECONÓMICO 50**

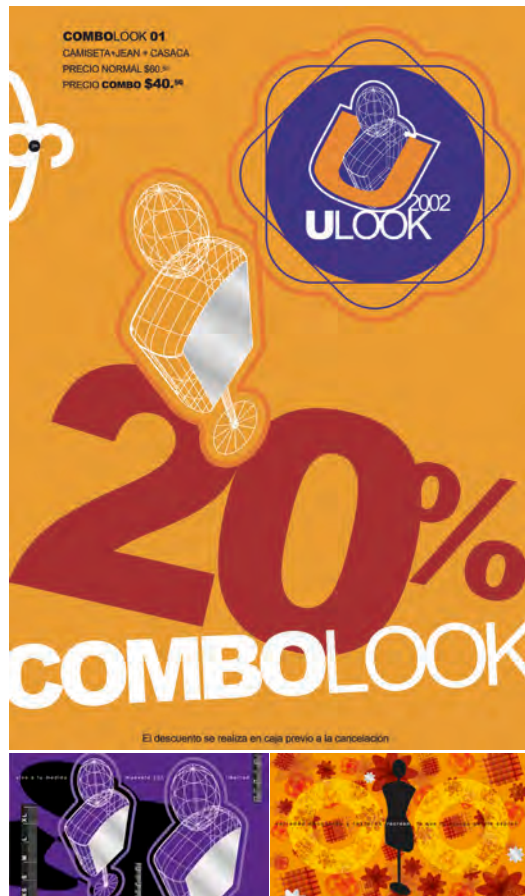


Fig. 2000 - 177 **ECONÓMICO 51**



Fig. 2000 - 187 **ECONÓMICO 54**



Fig. 2000 - 278 **ECONÓMICO 79**



Fig. 2000 - 291 **ECONÓMICO 83**



Fig. 2000 - 300 **ECONÓMICO 87**



Estatal

Fig. 2000 - 120 ESTATAL 9



Fig. 2000 - 122 ESTATAL 11



Fig. 2000 - 130 ESTATAL 17

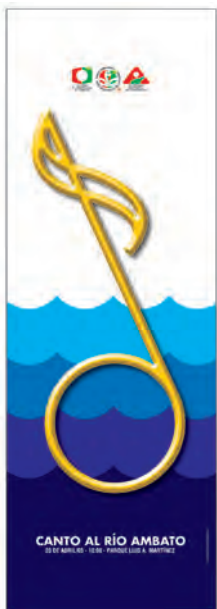


Fig. 2000 - 152 ESTATAL 23



Político

Fig. 2000 - 86 POLÍTICO 1

