



Albert Arnavat
**Imbabura
Gráfica**

Albert Arnavat (dir.) Claudia Ruiz David Ortiz Ángela Posso

Imbabura Gráfica

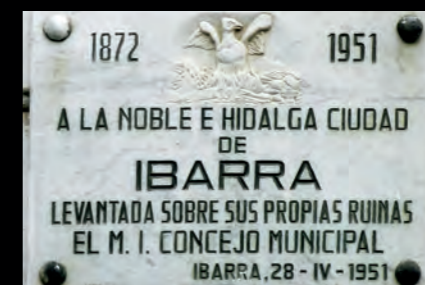
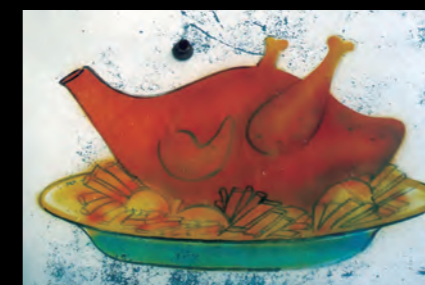
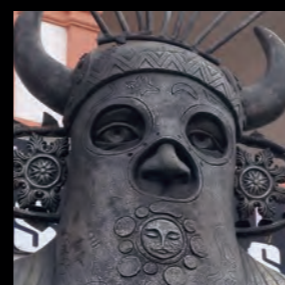


«A partir de su valor puramente documental, la recopilación de este precioso material posee, así, una clara utilidad práctica: obra como una suerte de «ayuda-memoria» para los desmemoriados, para aquellos profesionales de la gráfica que pasan por la calle sin ver estas joyas. O, peor aún desvalorizándolas. Volver la mirada hacia este acervo gráfico, no necesariamente para imitarlo sino para enriquecer nuestro «inconsciente gráfico», orientara nuestras intuiciones y dará mas profundidad a nuestra obra. Igual que en la música.»

Del Prólogo de Norberto Cháves

«Albert Arnavat nos deja esta ventana abierta para, desde el diseño, podamos reflexionar sobre nuestro trabajo como comunicadores visuales. Tener presente desde la gráfica es al mismo tiempo contemplar, y también, interpelar sobre los alcances y los límites del diseño en la construcción de una sociedad más compasiva y vital»

De la Introducción de Pablo Iturralde



Imbabura Gráfica

Albert Arnavat (dir.) Claudia Ruiz David Ortiz Ángela Posso

Imbabura Gráfica



IBARRA - ECUADOR

Edita / Editor

Editorial Universidad Técnica del Norte
Avenida 17 de Julio, 5-21
Ibarra. ECUADOR
Tel. +593 (6) 2997800
editorial@utn.edu.ec

Dirección y estudio introductorio Direction & Introductory Study

Albert Arnavat

Presentación del Rector / Introduction by the UTN Rector

Miguel Naranjo

Prólogo / Foreword

Norberto Chaves

Presentación / Introduction

Pablo Iturralde

Selección fotográfica / Photographic Selections

Albert Arnavat, Claudia Ruiz,
David Ortiz y Ángela Posso

Fotografías / Photographs

Albert Arnavat, Daniel Arnavat, Robert Gibson Z., Marcelo Jaramillo, David Ortiz, Henry Pineda, y los alumnos de las asignaturas:

Fundamentos del Diseño Gráfico: Michael Alobuela, Jorge Benalcázar, Juan Pablo Borja, Ronald Caicedo, Diego Campo, Diego Carvajal, Carlos Chávez, Elvis Chiza, Carlos Churaco, Fabricio Encalada, Johnny Guerra, Bryan Lima, Jhony López, Paulo Michilena, Cristina Moreno, Daniel Narvaez, Estefany Pérez, Katerin Pérez, Jasmin Pinchao, Byron Quishpe, Pedro Rosero, Carolina Ruales, Carla Simbaña, Juan Pablo Torres, José Luis Túquerres, Johanna Vaca y Óscar Yazán.

Publicidad I: Cristhian Alpala, Lenin Álvarez, Natalia Andrade, Mauricio Andrade, Wilson Andrade, Christian Barreno, Ana María Bautista, Christian Benalcázar, Edison Cachimuel, Cristian Cadena, Carla Díaz, Luis Galindo, Samuel Guerrero, Álex Herrera, Nelson López, Tania Navarro, Andrea Oviedo, Cristian Palacios, Michelle Solano, Sairi Velásquez y Maricela Velasteguí.

Historia Del Arte I: David Aguirre, Edgar Cuarán, Jimmy Escanta, Viviana Escola, Zaira García, María Guatemal, Nataly Guevara, Jefferson Montalvo, Sisa Morán, Vanessa Terán, y Nathaly Terán.

Historia Del Arte II: Milton Aguirre, Gisela Arellano, Estefanía Caicedo, Sara Chulde, Miguel de la Cruz, Mishell Flores, Evelyn Guacán, Rebeca Lanchimba, Paul Muenala, Nathaly Quishpe, Génesis Robles y Carolina Zambrano.

Fundamentos del Diseño Gráfico II: Vladimir Andino, Karina Andrade, Daniel Anrango, Guido Arias, Jenny Díaz, Rodney García, Jazmin Guerra, Jairo Jácome, Antony Lopez, Paul Mafla, Saya Males, Stalin Martínez, Byron Moran, Fernanda Moreno, Jorge Oña, Margoth Páez, Steven Pallasco, Andrea Pupiales, Juan Pupiales, Felipe Suquillo, Juan Tugumbango, Evelin Valencia, Pedro Valencia, Oliver Valencia.

Medios Publicitarios: Gissela Cadena, Freddy Calapaquí, Evelyn Chicaiza, Darwin Flores, Adrian Garzon, Cristian Jaramillo, Ivan Muenala, Valeria Muñoz, Franklin Portilla, Darío Ruiz, Henry Sánchez, Andrea Sánchez, Xavier Santacruz, Jenny Saransig, Alexis Saransig, Elvis Sisa, Jonathan Terreros, Wilson Torres, Lisseth Valencia, Pedro Valencia, Luis Velez.

Este libro es el resultado del Proyecto de Investigación «Imbabura Gráfica. Un recorrido por la gráfica urbana de la provincia de Imbabura», dirigido por el PhD. Albert Arnavat, docente investigador de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología, entre noviembre de 2014 y abril de 2016, financiado por la Universidad Técnica del Norte.

This book is the result of a research Project "Imbabura Gráfica. A tour through the urban graph in Imbabura province" directed by the PhD. Albert Arnavat, research professor at the Faculty of Education, Science and Technology, between November 2014 and April 2016, financed by Técnica del Norte University.

Revisores académicos externos / External Academic Reviewers

PhD. Montserrat Corretger Sáez
PhD. Xavier Ferré Trill
Universitat Rovira i Virgili. Catalunya.

Diseño y diagramación / Design & Layout

Albert Arnavat, après America Sanchez

Edición digital fotográfica Photo Digital Edition

Johanna Vaca

Asesoría lingüística y traducción al inglés / Linguistics Assistance and Translation into English

Sandra Guevara Betancourt

Coordinación comunicacional / Organizational Communication

Claudia Ruiz y Ángela Posso

Primera edición / First Edition

junio de 2016

© de esta edición

© from this edition

Editorial Universidad Técnica del Norte

© de los textos y fotografías

© from texts and photographs

sus respectivos autores, 2016

Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra sin la previa autorización escrita por parte de la editorial.

Full or partial reproduction of this work is prohibited without the prior written authorization of the publisher.

Impreso en Ecuador / Printed in Ecuador

Edición digital / Digital edition:

ISBN: 978-9942-8590-9-9

Sumario

Table of contents

- [009] **Presentación del Rector de la UTN**
Book introduction - UTN Rector
Dr. Miguel Naranjo Toro
- [011] **Prólogo: Volver a las fuentes**
Foreword: Back to the source
Norberto Chaves
- [015] **Presentación: Contemplar, tener presente**
Introduction: Contemplate, to bear in mind
Pablo Iturralde
- [021] **El diseño nuestro de cada día...**
Our daily design...
Albert Arnavat
- [038] **Las imágenes de Imbabura Gráfica**
Imbabura Graphic Images
- [042] **Figura humana / Human figure**
- [114] **Flora / Flora**
- [142] **Fauna / Fauna**
- [190] **Escudos / Shields**
- [218] **Placas / Plaques**
- [242] **Azulejos y mosaicos / Tiles and mosaics**
- [260] **Rótulos / Signs**
- [318] **Monogramas / Monograms**
- [346] **Números / Numbers**
- [372] **Ornamentos / Ornaments**
- [412] **Herrajes / Metalwork**
- [455] **Bibliografía / Bibliography**
- [457] **Biografía del director / Director biography**



Presentación del Rector

Book introduction UTN Rector

Dr. Miguel Naranjo Toro
Rector de la Universidad Técnica del Norte
Universidad Técnica del Norte Rector

Imbabura es una de las diez provincias que forman la región de la serranía del Ecuador, y Ibarra, Otavalo, Antonio Ante, Cotacachi, Pimampiro y Urcuquí son sus principales ciudades. El turismo es un eje que dinamiza la economía local ya que es conocida como la «provincia de los lagos» por un interesante sistema lacustre que posee. La provincia también es conocida por sus contrastes poblacionales es así que la población está marcada por diferentes factores demográficos, desde siempre ha sido núcleo de artesanías y cultura. Imbabura tiene una población de 418.357 habitantes, según los datos oficiales de 2010. Imbabura encierra riqueza histórica, tradicional y cultural de los pueblos acentados en toda su área.

La Universidad Técnica del Norte como protagonista y corresponsable del desarrollo de la provincia presenta el libro *Imbabura Gráfica* como una recopilación de las expresiones gráficas y artísticas, culturales, de íconos y símbolos que marcan la historia visual de nuestro territorio. Es un recorrido con la más alta calidad fotográfica realizada por docentes investigadores y estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico que muestran los componentes gráficos urbanos y cotidianos de nuestras ciudades. Este documento permite registrar la realidad visual contemporánea de la gráfica que es parte de nuestra cotidianidad imbabureña y que muchas veces pasa inadvertida a nuestros ojos.

Con gran orgullo la Universidad presenta esta obra –dirigida por nuestro catalán PhD. Albert Arnavat– a la comunidad como una gran fotografía panorámica que plasma la realidad gráfica de los imbabureños actuales, como un legado que dejamos a las futuras generaciones, para que conozcan nuestro entorno, nuestro contexto gráfico como un reconocimiento a la vivencia y aporte al desarrollo cultural que hoy construimos para nuestro Buen Vivir. 🐟

Imbabura, one of the ten provinces in the highlands region in Ecuador, has Ibarra, Otavalo, Antonio Ante, Cotacachi, Pimampiro and Urcuquí as its main cities. It is known as «the province of lakes» due to its interesting lacustrine system, and tourism is a revitalizing axis that fosters local economy. Official data collected in 2010 reports that Imbabura has a population of 418,357 inhabitants. This province is also recognized by a contrasting population which is featured by different demographic factors and for being a handicraft cultural center. Imbabura owns a historical, traditional and cultural wealth throughout all its range.

Técnica del Norte University, protagonist and jointly responsible for the province development, presents The Book Imbabura Gráfica as a collection of graphical and artistic, cultural expressions, icons and symbols that mark the visual history of our territory. It offers a tour with the highest photo quality taken by research professors and students of the Graphic Design Major, evidencing a quotidian urban and graphic display of our cities. This work gathers and registers a graphic, contemporary, and visual reality as part of our daily life which sometimes goes unnoticed to our eyes.

UTN University proudly presents to the community this book –Directed by our Catalan PhD. Albert Arnavat– as a great panoramic photograph that captures a graphic reality of Imbabura. This knowledge about our environment and graphic context is a legacy we leave for future generations, as recognition to life experiences, and as a contribution to a cultural development we build for our Good Living. 🐟



TALLER DEL ESCULTOR DANIEL REYES. SAN ANTONIO DE IBARRA

Volver a las fuentes

Back to the source

Norberto Chaves

Asesor en Identidad Corporativa, ensayista y docente. Barcelona (Cataluña)
Corporate Identity Consultant, Essayist and Professor. Barcelona (Catalonia)

En un texto para una exposición de gráfica popular organizada por América Sánchez, primera figura del diseño gráfico, yo introducía al tema con una reflexión sobre el sentido de este tipo de recuperación patrimonial. Releyéndolo, encuentro que resulta también válido para brindar contexto a este trabajo del profesor Albert Arnavat. Por ello, me animo a transcribir los párrafos iniciales de aquel texto.

En la historia de la cultura occidental, el siglo XX quedará signado, entre otras marcas, por un fenómeno peculiar, quizá sin precedentes: la eclosión de las vanguardias artísticas y su distanciamiento con respecto a la sociedad. Un marcado desinterés por las formas vivas del gusto social e, incluso, por las herencias históricas, ha ido enrareciendo las obras y restringiendo su disfrute a un reducido círculo social.

A mediados del siglo, esta corriente cultural —a pesar de su ya prolongada oficialización— comienza a manifestar síntomas de agotamiento. Y en busca de una reinserción social más viva, retoma con mayor o menor éxito, senderos abandonados. Entre esos intentos, la cultura oficial también vuelve su mirada hacia el trabajo de aquellos que, ajenos a sus tribulaciones, siguieron haciendo lo suyo sin preguntarse nada: los sectores populares.

La década de 1960 fue testigo de los inicios de una tendencia que reconsideraba las manifestaciones no profesionales de la cultura. Y las aportaciones de la antropología, la etnografía y la semiología salieron de los claustros académicos, reclamadas para que echaran nueva luz sobre la cotidianidad, entendida como cultura real. Un sano relativismo fue poniendo en duda el supuesto valor universal de la cultura oficial y sus géneros, hasta entonces denominados —sintomáticamente—

In a text for an exhibition of popular graphics organized by America Sanchez, a leading figure in graphic design, I introduced the topic with a reflection on the value of this kind of patrimony recovery. At reviewing it, I found it suitable to provide background to Professor Albert Arnavat's work. Therefore, I am enthusiastic to transcribe the initial paragraphs of that text.

In Western culture history, the twentieth century will be specially marked, by an unusual phenomenon, perhaps without any precedent: the artistic avant-gardes eclosion and its alienation regarding to society. A noticeable lack of interest towards the alive social taste, even, by the historical legacies, has scarce works and restricted its enjoyment to a limited social circle.

In the mid-20th century, this cultural trend —despite its prolonged formalization —begins to show exhaustion symptoms. And in search of a more alive social reintegration, it retakes abandoned trails with greater or lesser success. Among those attempts, official culture also turns a gaze towards the work of those who, beyond their troubles, continued doing their own without questioning anything: the popular sectors.

The 1960 decade witnessed the beginning of a trend that reconsidered the non-professional manifestations of culture. And anthropology, ethnography and semiology contribution emerged from the academic cloisters, required to change every day routine, understood as a real culture. A healthy relativism set a doubt about the supposed universal value of official culture and its genres, until then denominated— symptomatically— «cult» genres.

géneros «cultos».

Va creciendo así otra concepción de la cultura, más heredada de la antropología que de la ideología cultural hegemónica. El concepto de «cultura popular» comienza a crecer, ganando espacio y respeto; alentado, además, por los primeros síntomas de anomia, efecto de la creciente hegemonía mundial del modelo consumista. Pues, el proceso de globalización no sólo sofoca las culturas de las sociedades dependientes, sino también empobrece —y quizá más drásticamente— a las sociedades hegemónicas y sus respectivas culturas nacionales, otrora exhuberantes.

Obviamente, aquella reconsideración de las manifestaciones populares, «marginales» o simplemente no-oficiales de lo cultural, es sólo una conducta de las élites: no es la cultura popular la que vuelve por sus fueros, sino la cultura oficial exhausta la que busca abreviar en otras fuentes.

Inevitablemente, el motivo de esas búsquedas condicionó el modo de apropiación de lo encontrado: la aproximación inicial a lo ajeno se realiza predominantemente desde una actitud *voyeur* y expropiadora. Y fruto de esta actitud son tanto el expolio del patrimonio popular y el turismo a países exóticos como el reciclaje «culto» de lo *outsider*. En esta última vertiente debemos señalar su manifestación quizá más notoria, el *pop art*: una suerte de *boutade* que logró sacar de su aburrimiento a un sector social inconformista, descreído de su propio currículum cultural.

Roland Barthes, ya en 1947, advertía de este problema al referirse a aquella literatura que, seriamente comprometida con la vida y la cultura real de la sociedad, (pensemos en un *Rulfo* o un *Delibes*) recrea en lenguaje directo su modo de hablar: por mucho que el «hablar» ocupe un lugar cada vez mayor en la creación literaria, no puede eliminar por completo una parte forzosamente convencional del lenguaje literario, la narración. Es decir: el patrón «culto» —la narrativa literaria— condiciona inevitablemente el modo de procesar el contenido popular.

Este cuadro conflictivo nos brinda una referencia para entender los posibles sentidos de una exposición de gráfica popular y, si hay suerte, arrancarle un sentido superador, no limitado a la práctica del *voyeurismo* o el *pastiche*.

La recopilación de piezas gráficas provenientes de las calles de la provincia ecuatoriana de Imbabura realizada por Albert Arnavat cubre un universo extenso y heterogéneo. Pues en él figuran desde mensajes verbales expresamente informativos, tales como rótulos o letreros, hasta dibujos ornamentales, como las tallas o pinturas decorativas. Y esa gama puede cruzarse

In this way, another conception of culture is growing, more inherited from anthropology than to the hegemonic cultural ideology. The concept of «popular culture» begins to grow, gaining space and respect; encouraged, by the first anomie symptoms, effect of the growing global hegemony of the consumerism model. The process of globalization not only stifles the cultures of the dependent societies, but it also impoverishes —and perhaps more drastically —to the hegemonic societies and their corresponding national cultures, once lush.

That reconsideration of «marginal» popular demonstrations or simply unofficial cultural affairs, is just a behavior of the elites: it is not popular culture which returns by their exemptions, but the exhausted official culture which seeks to water in other sources.

Inevitably, the reason for those searches conditioned the appropriation mode of results: the initial approach toward the alien is predominantly from a voyeur and expropriating attitude. Product of this attitude are both plundering of the popular heritage and tourism to exotic countries as «cult» recycling of the outsider. In this last aspect we must point out perhaps its most notorious manifestation, pop art: a boutade luck that abolished the boredom to a nonconformist, skeptical social sector of their own cultural curriculum.

Roland Barthes has already warned this problem at referring to that literature, seriously committed to life and real culture of the society in 1947, (think a Rulfo or a Delibes) it recreates, in direct language, his way of speaking: even when «speak» occupies a place growing in literary creation, cannot completely abolish the conventional part of literary language, the narration. In other words: «cult» pattern —the narrative literary— inevitably conditions the processing mode of popular content.

This controversial picture gives us a reference to understand the possible senses of a popular graphic exhibition and, if we are lucky, tear out an overarching sense, not limited to the practice of voyeurism or pastiche.

The collection of graphic parts coming from the Ecuadorian province of Imbabura streets by Albert Arnavat covers an extensive and heterogeneous universe. In this work there are expressly informational verbal messages such as labels or signs, also ornamental drawings such as carvings or decorative paintings. And that range can cross perpendicularly with a gradient that goes from

perpendicularmente con un gradiente que va desde la escritura espontánea, como los precios de una verdulería de barrio, hasta trabajos de una refinada artesanía, como la de los forjados en hierro o bronce.

Esta heterogeneidad no debe mirarse desde la óptica de supuestas jerarquías culturales, desde una tabla de valores supuestamente universal; pues cada lenguaje, cada estética, cada retórica gráfica tiene su lugar y misión en la comunicación. Si en aquella verdulería los precios estuviesen pulcramente escritos en Helvética, una sombra de sospecha caería sobre la autenticidad de sus productos. De allí que la recopilación de piezas, incluso «feas», tenga gran valor documental.

Si bien la frontera entre lo propiamente artesanal y lo técnicamente planificado y prefigurado —o sea, diseñado— es obviamente borrosa, Albert Arnavat ha trazado ese límite descartando los productos de un trabajo profesional de diseño en sentido estricto, que solo aparecen anecdóticamente. Y esta exclusión no es arbitraria, pues entraña una intención derivada de una clara inquietud cultural del autor.

El recorte del universo documentado da testimonio de la existencia de un enorme patrimonio gráfico más allá del ámbito del diseño. La gráfica es un campo de la cultura en el cual —como en la música— participa como productora la sociedad entera. Aquella imaginaria verdulera de barrio, mientras escribe en un cartón mal recortado el precio de sus verduras, canturrea. Y tanto su canción como su letra son cultura viva.

El diseño gráfico, como especialización técnica, tiene un poco más de un siglo de existencia; pero la gráfica aparece en la humanidad ya en sus albores, a poco de haber aprendido a hablar. Mucho antes de que el hombre aprendiera a construir su refugio, ya dibujaba en las paredes de las cavernas. El diseño gráfico, por lo tanto, no es más que la especialización técnica industrial de aquellos saberes milenarios, sin los cuales estaría privado nada menos que de los códigos sociales que brindan sentido a sus propios signos. Sin estas pre-existencias el significado no llegaría si quiera a producirse. Se trata de fuentes gráficas en todo el sentido de la expresión: un lugar donde abreviar.

A partir de su valor puramente documental, la recopilación de este precioso material posee, así, una clara utilidad práctica: obra como una suerte de «ayuda-memoria» para los desmemoriados, para aquellos profesionales de la gráfica que pasan por la calle sin ver estas joyas. O, peor aún desvalorizándolas. Volver la mirada hacia este acervo gráfico, no necesariamente para imitarlo sino para enriquecer nuestro «inconsciente gráfico», orientará nuestras intuiciones y dará más profundidad a nuestra obra. Igual que en la música. 🐟

spontaneous writing, as a neighborhood greengrocer, until works of a refined craftsmanship, like the iron or bronze forges.

This heterogeneity should not be seen from the standpoint of so-called cultural hierarchies, from a supposed universal values table; for each language, each aesthetics, each rhetoric graphics has its place and mission in communication. If in that produce market the prices were neatly written in Helvetian, a shadow of suspicion would fall on the authenticity of its products. From this view the collection of pieces, even “ugly”, has a great documentary value.

While the border between the handcrafted and the technically planned and prefigured — in other words, designed— is obviously blurry, Albert Arnavat has traced these limit discarding products from a professional design work precisely, that they only appear anecdotally. And this exclusion is not arbitrary, as it implies an intention for a clear author’s cultural concern.

The documented cutting back universe bears witness the existence of a huge graphic heritage beyond the design field. The graphic is a cultural field in which —as in the music —the whole society participates as a producer. That imaginary neighborhood greengrocer while writing the vegetables price in a torn cardboard, she is humming. And both the song and its lyrics are living culture.

Graphic design, as technical expertise, has a bit more than one century of existence; but the graphic appears in the beginnings of the humanity, shortly after having learned to speak. Before the humankind learned to build their shelter, they already drew on the caves walls. Graphic design, therefore, is the industrial technical specialization of the ancient knowledge, whose inexistence would limit the social codes that provide meaning to his own signs. Without these pre-existences the meaning would not take place. They are graphic sources in the full sense of the word: a place where watering.

Parting from its purely documentary value, collecting this precious material has, a clear practical use: work as a «help-memory» for the forgetful people, for those professionals in the graphics that walk by the street without looking at this treasure, or even worse, just diminishing them. To look back towards this graphic collection, not necessarily to imitate it but to enrich our «graphic unconscious», it will guide our intuitions and will give more deepness to our work. As well as in the music field. 🐟



ANTIGUA FÁBRICA TEXTIL SAN PEDRO. OTAVALO

Contemplar, tener presente

Contemplate, to bear in mind

Pablo Iturralde

Diseñador Gráfico. Director de *Ánima*. Quito
*Graphic designer. Director of *Ánima*. Quito*

Desde el diseño y la comunicación visual, la publicación de un estudio sobre la gráfica popular es siempre una oportunidad bienvenida. Es una invitación a un debate abierto sobre el sentido y la vocación de la gráfica en tiempos de globalización, en donde la sensación de lo homogéneo sustituye a lo diverso, y en donde la tecnología pone en riesgo a lo manual y artesanal.

El primer rasgo a reconocer en este trabajo de Albert Arnavat es su ejercicio de contemplación. Contemplar es un ejercicio necesario para un comunicador visual. Para un diseñador, contemplar es anotar, observar, comparar, poner en jerarquía, y confirmar. Contemplar es considerar o tener presente a algo. Es dar vida y sentido a un objeto que pertenece a un tiempo y a un espacio breve, efímero, mutable y a punto de desaparecer. En esta práctica diaria está su capacidad de nutrir su oficio a partir de los ritos cotidianos, del paseo, de la lectura o de la conversación.

Con *Imbabura Gráfica*, el ejercicio de contemplación se ve mucho más enriquecido, cuando en esta provincia convergen al menos tres de las tradiciones culturales fundacionales para la formación del imaginario y de las identidades del Ecuador moderno: la indígena —mayormente quichua—, la afroecuatoriana, y la mestiza occidentalizada. Es este contexto cultural el que da un valor agregado a este libro, y de alguna manera habla de la extraordinaria diversidad cultural del Ecuador contemporáneo, como su mayor patrimonio, no solo

From the design and visual communication, the publication of a study on popular graphic is always a great opportunity. It is an invitation to an open debate about the sense and the vocation of graphic design in these globalized times, where the sense of the homogenous substitutes diverse elements, where the technology puts at risk the manual and artisan work.

The first characteristic to recognize, in this Albert Arnavat's work, is his contemplation exercise. To contemplate is a necessary exercise for a visual communicator. For a designer, to contemplate is to note, observe, compare, give a hierarchy, and confirm. To contemplate is to consider or to bear in mind something. Is to give life and sense to an object which belongs to a brief, ephemeral, mutable, and on the verge of disappearing time and space. In this daily practice resides his capacity of nurturing its labour from quotidian rituals, from a walk, from reading or from a conversation.

With Imbabura Gráfica, the exercise of contemplation is being enhanced, as in this province converge at least three of the foundational and cultural traditions for the formation of the collective worldview of the modern Ecuador: the indigenous – mostly kichwa-, the afroecuatorian, and the westernized mestizo. In this cultural context which gives and adds value to this book, and somehow speaks of the extraordinary cultural diversity of the modern Ecuador, as its biggest patrimony, not only within the artistic field but also within a social and political dimension. It is motivating to observe

dentro del campo artístico sino también dentro de una dimensión social y política. Es motivador, observar esta diversidad viva en las calles y en la cotidianidad de Ibarra, Otavalo, Antonio Ante y otras poblaciones de la provincia.

Sin embargo —y aunque parezca contradictorio— el origen de la gráfica popular de Imbabura es el mismo del resto de América Latina: mayormente proviene de un proceso híbrido con la matriz cultural de los Estados Unidos de la postguerra, el de *american way of life*, que rápidamente se popularizó a través de sus industrias culturales y del *mass-media*, como el cine de Hollywood. La gráfica popular en Ecuador ha sido un fenómeno que, en las últimas dos décadas, ha sido recuperado no solo desde el interés de los diseñadores, sino también de varios artistas visuales, fotógrafos y cineastas. En contraste y en simultáneo, la gráfica popular ecuatoriana convive actualmente con otros estilos visuales, algunos más antiguos y otros más contemporáneo. La cuatripartición —por mencionar a uno de los más emblemáticos— es quizá el episodio fundante, que desde la gráfica tuvo una repercusión en la eclosión de la milenaria cultura andina y quichua.

El surgimiento (o la desaparición) de una tradición gráfica ha estado mayormente relacionada con la tecnología de los soportes expresivos. El repliegue de la gráfica popular está ligado a la aparición de las técnicas de impresión digital, sobre todo con el *plotter*. Aunque su función es plenamente utilitaria, el valor de esta tradición está en lo manual, en lo artesanal, un concepto refinado con la inmediatez de lo digital de la era global.

Finalmente, hay un valor más profundo en toda puesta en valor de la gráfica popular. En la gráfica popular hay una sintonía plena con las preocupaciones y los deseos más cercanos de la gente, de los estratos más populares de ciudad y el campo. Esa interdependencia desde el mensaje gráfico, desde el creador que evoca y dialoga con su propio público y comunidad, es impensable desde la distancia de los immaculados escritorios de las agencias de publicidad o de las oficinas de *marketing*. Y por supuesto, en la gráfica popular son evidentes el humor, la ironía, la profanidad, lo tosco, lo incorrecto, lo incompleto. El director de teatro Peter Brook refiriéndose al teatro tosco, afirma que “*da*

this alive diversity in the streets and in the everyday events of Ibarra, Otavalo, Antonio Ante and other communities in the province.

Yet –and even if it would seem contradictory- the origin of popular graphic in Imbabura is the same as in the rest of Latin America: mostly coming from a hybrid process with a cultural matrix belonged to a post-war United States, the American way of life, which rapidly became popular through its cultural industries and mass media, such as the Hollywood movies. The popular graphic has been a phenomenon that, in the last two decades, has been retrieved not only thanks to the interest of designers, but as well from various visual artists, photographers and cinema makers. In contrast and simultaneously, the Ecuadorian popular graphic nowadays coexists with other visual styles, some classic and some other contemporaries. The cuatripartition – to mention one of the most emblematic – is the founding chapter, since the graphic art had a repercussion on the eclosion of the millenarian Andean and Kichwa cultures.

The surge (or disappearance) of a graphic tradition has been closely related to the technology of the expressive supports. The withdrawal of popular graphic is linked to the appearance of techniques of digital printing, mainly with the use of plotters. Although, its function is mainly practical, the value of this tradition is in the handwork, in the craftwork, which are hard fought concepts with the immediacy of the digital of this global age.

Finally, there is deeper value when considering popular graphic. In popular graphic there is a complete alignment with the closest preoccupations and desires of the people, from the most common stratus of the cities and villages. This interdependence from the graphic message, from the creator who evokes and dialogue with his own public and community, which is unthinkable from the distance of immaculate desks of advertising agencies or marketing offices. And of course, in the popular graphic are evident the humour, the irony, the profane, the rude, the incorrect, the incomplete. The theatre director Peter Brook when referring to the rough theatre affirms “what sharpens the rudeness: the filthy and vulgar are natural things, the obscenity is joyful, and with these elements the spectator acquires his socially free role, as the popular theatre is by nature anti-authoritarian,

filo a la rudeza: lo sucio y lo vulgar son cosas naturales, la obscenidad es alegre, y con estos elementos el espectador adquiere su papel socialmente liberador, ya que el teatro popular es por naturaleza anti-autoritario, anti-pomposo, anti-tradicional, anti-pretencioso”. Queriéndolo o no, la gráfica popular expresa un tipo de resistencia o resiliencia a un modo de vida, el de la globalización, obsesionado por el consumo más que por la vida.

Albert Arnavat nos deja esta ventana abierta para, desde el diseño, podamos reflexionar sobre nuestro trabajo como comunicadores visuales. Tener presente desde la gráfica es al mismo tiempo contemplar, y también, interpelar sobre los alcances y los límites del diseño en la construcción de una sociedad más compasiva y vital. 🐟

anti-pompous, anti-traditional, anti-pretentious”. Whether wishing it or not, the popular graphic expresses a way of resistance or resilience to a globalized way of life, obsessed with consumption rather than with life.

Albert Arnavat leaves this window opened, where we could reflect on our work as visual communicators. To bear in mind the graphic is at the same time contemplate, and also, question the scope of the limits of designs in the construction of a society more compassionate and life related. 🐟



TALLER DEL ARTESANO ESCULTOR ALCIDES. SAN ANTONIO DE IBARRA



AYA HUMA. CASA DE LA CULTURA BENJAMÍN CARRIÓN. IBARRA

El diseño nuestro de cada día...

Our daily design...

Albert Arnavat

Profesor investigador de la Universidad Técnica del Norte
Research Professor at Técnica del Norte University

«Hay culturas que no escriben; pero no hay ninguna que carezca de algún medio de expresión gráfica»

NORBERTO CHAVES (2001)

«Los historiadores y arqueólogos descubrirán algún día que los anuncios de nuestra época son los reflejos cotidianos más ricos y más fieles que cualquier sociedad haya presentado nunca de toda su diversidad de actividades.»

MARSHAL MCLUHAN (1964)

«El anuncio comercial nos produce una emoción de orden infinitamente superior a la que nos procuran los kilómetros de pintura cualitativa que infestan nuestros salones. El anuncio comercial está regido por las leyes de composición y de economía que han gobernado las producciones de las épocas más florecientes.» SALVADOR DALÍ, SEBASTIÀ GUASCH y LLUÍS MONTANYÀ.

Manifiesto Surrealista (1928)

Los historiadores del arte, enfrascados en el estudio y el análisis de obras de más resonancia, se han olvidado frecuentemente de esta segunda familia artística que son los anuncios publicitarios, que no por ser de menor volumen tienen menor importancia. Estos tienen mucho más interés que el posible valor artístico, pues son vehículos de información visual. Por eso, la historia del diseño publicitario no es, como alguna gente piensa, la de una forma de arte menor sino la de un método poderosísimo de comunicación entre los hombres y la de sus efectos sobre el pensamiento y la civilización del mundo occidental. Una visión histórica del diseño gráfico y de la publicidad comercial ha estado presente pocas veces en la perspectiva de los diseñadores, publicistas e historiadores de este país.¹

Hoy, en pleno siglo XXI, bombardeados diariamente con imágenes multimedia, puede ser un buen momento para reflexionar sobre la evolución del diseño y la pu-

«There are cultures with no writings; but there is none that lacks any means of graphic expression»

NORBERTO CHAVES (2001)

«Historians and archaeologists will someday discover that our contemporary advertisements are richer and more faithful daily reflexes than any society has ever exhibited in all its diverse activities.»

MARSHALL MCLUHAN (1964)

«A commercial advertisement conveys a deep emotion higher to the one fostered by the qualitative painting kilometers that our classrooms infest. The commercial advertisement is ruled by composition and economic regulations that have governed productions in the most flourishing times.»

SALVADOR DALÍ, SEBASTIÀ GUASCH and LLUÍS MONTANYÀ.
Surreal Manifest (1928)

Historians of art, engaged in the study and analysis of a more resonant work, have frequently forgotten this second artistic family, the advertisements, that at being a lesser volume are not of minor importance. They own a high level of interest than the possible artistic value because they are the means to convey visual information. Therefore, the advertising design history is not, as some people think, an art expression of minor scale, but a powerful communication method between humankind and their effects on thoughts and civilization in the Western world. A historical view of graphic design and commercial advertising has been rarely present in the designers, publicists and historians perspective in this country.¹

Nowadays, in the 21st century, daily bombarded with media images, it might be a good time to reflect on the design and advertising evolu-

1. Loables excepciones, aunque con conceptos distintos, son los libros de Cevallos y Sabater (1992) sobre el Ecuador en avisos entre 1822 y 1939, y el de Pablo Iturralde (2004), mucho más interpretativo, un recorrido por la comunicación visual de este país a lo largo de los espacios y momentos vitales que han dado forma a la sociedad ecuatoriana actual.

1. Laudable exceptions, although with different concepts, are these books by Cevallos & Sabater (1992) about Ecuador in announcements between 1822 and 1939, and Pablo Iturralde (2004), much more interpretive, a tour by the visual communication of this country along the spaces and vital moments that have given shape to the current Ecuadorian society.



> Iconografía ancestral ecuatoriana recuperada por el proyecto «Artesanías de los Pueblos Ancestrales de la Mitad del Mundo: Ecuador», realizado por la Fundación Sinchi Sacha, de Quito.

blicidad. Es un hecho que el diseño gráfico publicitario, gratuito y elemental, ejerce más allá de su papel, una función cultural de transmisión de arte. La mayor parte de la población no se acerca a los museos ni a las salas de exposiciones pero recibe las corrientes artísticas a través de los anuncios, los rótulos, los carteles y los impresos comerciales. El especialista en la historia del diseño y galardonado diseñador catalán Enric Satué, ya demostró como las imágenes publicitarias han hecho más por la alfabetización visual, estética, de las mayorías intelectualmente sencillas, que muchas de las obras encerradas en libros y museos. En consecuencia, los pintores, o ilustradores que participaron en la creación y promoción comercial de formas gráficas de marcas y productos, llegaron a la inmensa mayoría de la población, que de manera inconsciente las fué asimilando. Así sus creadores, muchas veces anónimos, han contribuido a potenciar la iniciativa del diseño gráfico y a incrementar el nivel cultural de la población (Satué 1988: 7-9).

La publicidad, tan antigua como el comercio, es el signo en nuestra vida moderna, es el signo más evidente del carácter de las costumbres sociales. Pero su verdadera historia como factor económico poderoso tiene su origen en la industrialización, que señala para el anuncio la utilización de los recursos del arte, la industria y la psicología, determinando la creación de una verdadera técnica publicitaria. Ejerce una poderosa e innegable influencia sobre la población y juega un papel fundamental en las sociedades desarrolladas contemporáneas. La publicidad constituye uno de los termómetros sociológicos más eficaces para medir el nivel estético de la población media de una época de la manera más fácil y lúdica. Son estas características que, como a Satué, me parecen especialmente útiles hoy en plena expansión de la aldea global, cuando todo el mundo es consciente de la evidencia de la supeditación de la publicidad a la estructura denominada capitalismo, responsable de la información tendenciosa, que transmite (Satué 1988: 39-42).

tion. It is a fact that free and elemental graphic advertising design goes beyond a cultural transmission of art. Most of the population do not visit museums or galleries but get artistic currents through advertisements, signs, posters and commercial printouts. The Catalan designer Enric Satué, who is an award winner and specialized in the design history, has shown that advertising images have done more for the visual, aesthetic literacy in an intellectually simple majority, than many of the works locked up in books and museums. As a result, painters, or illustrators who participated in the creation and commercial promotion of graphic forms of brands and products, grabbed the majority of the population's attention, which unconsciously assimilated them. Then their creators, often anonymous, have contributed to strengthen the initiative in graphic design and to increase the cultural level in the population (Satué 1988: 7-9).

Advertising, as old as trading, is the most evident sign of social customs character in our modern life. But its true history as a powerful economic factor has its origin in industrialization, pointing out the use of art resources, industry, and psychology, and determining the creation of a true advertising technique. It has a powerful and undeniable influence on the population and plays a fundamental role in contemporary developed societies.

Advertising is one of the most effective sociological thermometers to measure the aesthetic level of the average population of an era in an easy and fun way. As to Satué, these features seem to me especially useful nowadays, where the global village is blooming, when everyone is aware of the subordination evidence of advertising de-nominated capitalism, responsible for the biased information that it transmits (Satué 1988: 39-42).



> Ecuadorian ancestral iconography recovered by the Project "Ancestral Handicrafts of Peoples from the Middle of the World: Ecuador", carried out by Sinchi Sacha Foundation in Quito.

Mirar es leer. Diseñar es hablar

Ibarra, y las otras ciudades de Imbabura, están llenas de paisajes que a fuerza de ver cada día, hemos dejado de percibir. Paisajes a veces estridentes, ordinarios, públicos, quizás demasiado vulgares para llamar nuestra atención. Lo hayamos notado o no, los habitantes ciudadanos de Imbabura vivimos inmersos en paisajes gráficos. En ciudades como Ibarra o Otavalo, donde el terrible terremoto de 1868 arrasó absolutamente con su patrimonio arquitectónico —y la desidia y la desregulación de buena parte del siglo XX volvieron a arrasar parte de lo reconstruido a partir de 1872—, se hace aún más cierto el dictamen del filósofo alemán Jürgen Habermas (1981) según el cual el skyline de las ciudades contemporáneas ya no está determinado solo por la arquitectura, sino por el conjunto de rótulos comerciales y sus anuncios de neón.² De esta manera, la preponderancia de la arquitectura en la definición de la forma de la ciudad le es disputada hoy, sin duda, por la rotulación publicitaria, vial y comercial.

Ibarra es descrita tradicionalmente como la ciudad blanca, pero tal vez sea más realista describirla como una ciudad abarrotada de multitud de cables aéreos, rótulos multiformes y multicolores y pinturas en spray. Como escribió X. Andrade en el prólogo del libro de Juan Lorenzo Barragán (2007), quizás sea lo anodino en que se está convirtiendo el panorama visual de las ciudades ecuatorianas, lo que justifica la realización de este tipo de libros. Lo popular se está convirtiendo en una especie en extinción debido a la creciente homogeneización gráfica del espacio público debido a la globalización y al uso intensivo de la tecnología digital.

¿Cómo se podría regenerar los paisajes tipográficos, pictográficos y cromáticos actuales, culturalmente

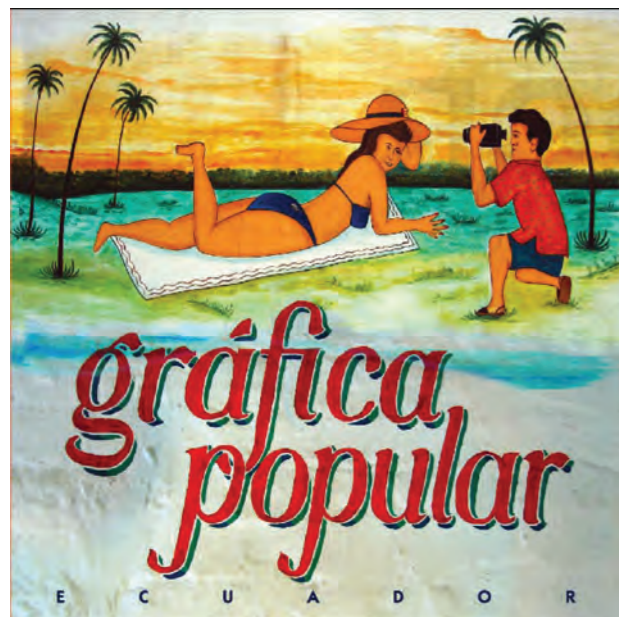
2. Dice el filósofo: "Una señal evidente que demuestra que la forma del hábitat urbano está cada vez más influida por relaciones sistémicas, a las que no se puede dar forma concreta, son, por ejemplo, los rótulos comerciales y los anuncios de neón, que demuestran que la diferenciación de la ciudad ha traspasado el lenguaje formal de la arquitectura y sigue caminos bien distintos". (Teoría de la acción comunicativa, 1981 [en español 1987])

Reading through looking. Speaking through designing

Ibarra and other cities in Imbabura are surrounded by landscapes that at being looked in a daily basis, observers have failed to perceive them. Landscapes sometimes strident, ordinary, public, perhaps too vulgar for our attention. Noticing or not, Imbabura inhabitants live immersed into graphic landscapes. In cities like Ibarra or Otavalo, where the terrible earthquake in 1868 absolutely devastated its architectural heritage —and the carelessness and deregulation for a long time in the 20th century razed again with the reconstructed part from 1872—, it becomes even more true the opinion of the German philosopher Jürgen Habermas (1981) who suggests the skyline of contemporary cities is no longer determined just for their architecture but for all the commercial and neon signs.² In this way, at defining the city look the preponderance in architecture is currently disputed by advertising, road and commercial signage.

Ibarra is traditionally described as the White City, but perhaps it would be more realistic to describe as a city crowded by a myriad of air wires, multiform and multicolored banners and spray paintings. As X. Andrade wrote in the foreword to the book by Juan Lorenzo Barragán (2007), perhaps what justifies these type of books is how bland the visual landscape of the Ecuadorian cities is becoming. What was popular before is now turning into endangered species, due to the growing graphic homogenization of public space because of globalization and an intensive use of digital technology.

2. A philosopher says: «a clear signal that shows the shape of the urban habitat is increasingly more influenced by systemic relationships, which may not be given a concrete form, are, for example, commercial signs and neon signs, that show the differentiation of the city has gone beyond the formal language of architecture and it follows different paths». (Theory of communicative action, 1981 [in Spanish 1987])



Las únicas siete muestras de gráfica popular de Imbabura incluidas en el libro *Gráfica Popular*, de Juan Lorenzo Barragán (2007), son: *Cóndor*, de Zuleta; *Carpa*, de San Pablo del Lago; *Cóndor*, de Otavalo; *Asociación de Triciclos*, de Cotacachi; *Artesanías Cheyenne*, de Otavalo; *Pan*, de San Pablo del Lago; y *Empanadas*, de Ibarra.

The only seven samples of popular graph in Imbabura included in the book Gráfica Popular, by Juan Lorenzo Barragán (2007), are: Condor, from Zuleta; Tent, from San Pablo Lake; Condor, from Otavalo; Tricycles Association from Cotacachi; Cheyenne Handicrafts, from Otavalo; Bread, from San Pablo Lake; and Pastries from Ibarra.



enpobrecidos, visualmente contaminados, y cívicamente salvajes? Como apunta Enric Satué (2001), de un modo bien sencillo: rastreando la sabia tradición histórica, rehabilitando la menospreciada condición informativa y no publicitaria de los rótulos comerciales de nuestras ciudades y recuperando la muy noble categoría del buen gusto. Es precisamente el coctel mal conjugado de rótulos desordenados el que crea confusión y poca legibilidad.

Si el paisaje urbano es un valor ambiental constituido por un conjunto de elementos que configuran una determinada imagen de ciudad, tengo que confesar, de entrada, que el conjunto de rótulos ibarreños e imbabureños, en general, no van sobrados de calidad gráfica, con todas las excepciones que sea necesario hacer, y son de una extraordinaria mezcolanza anárquica. Lo de poca calidad debe ser considerada solo una opinión y por tanto subjetiva y discutible, pero el hecho que existe una infinita mezcla de colores, medidas, tipografías y materiales no puede ser negado por nadie que vea el panorama de estas calles. Sobre todo por quien lo observe al llegar desde un país europeo, relativamente más ordenado en este aspecto. Cada establecimiento se ha preocupado de poner un rótulo bien distinto del establecimiento de al lado. El resultado es un *pastiche* embriagador de formas, colores, texturas y tamaños. En los últimos años se ha intentado, desde la administración municipal, corregir algún aspecto de este descontrol. En el año 2010 se dictó la primera ordenanza municipal reguladora de la publicidad en Ibarra, el «Reglamento de Publicidad exterior». En él se prohíbe la que por sus características y efectos pueda producir miedo, alarma, alboroto, confusión o desorden público; la que utilice al ser humano degradando su dignidad, especialmente a

How could current typographic, pictographic and chromatic landscapes, culturally impoverished, visually contaminated, and civically savages be regenerated? As noted by Enric Satué (2001), in a very simple way: tracing the wise historical tradition, reconstructing the underestimated informative and little advertising condition of commercial banners in our cities, and recovering a very noble category of good taste. It is precisely a wrong conjugated cocktail of cluttered banners which creates confusion and poor legibility.

If the urban landscape is an environmental value consisting of a set of elements that make up a city image, I have to confess, now, that the set of Ibarreños and Imbabureños banners, in general, do not exceed in graphic quality, with all the existing exceptions, and they have an extraordinary anarchic mixture. Low quality must be considered only an opinion and therefore subjective and debatable, but the fact that there is an endless mixture of colors, sizes, letters and materials cannot be denied by anyone who sees these street panorama. In special by those observers who come from a European country, a place more relatively organized in this regard. Each place has carefully selected a sign that is very different from the next door place. The result is a heady pastiche of shapes, colors, textures and sizes. In recent years, there has been an attempt by the municipal administration to correct some aspects of this lack of control. The first municipal regulating ordinance of advertising in Ibarra, «Regulation of outdoor Advertising» was issued in the year 2010. It forbids advertising that because of its characteristics and

los niños, jóvenes, mujeres y grupos étnicos culturales o sociales; la publicidad engañosa, la subliminal, la de bebidas alcohólicas y la que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos constitucionales, así como aspectos materiales.

El paisaje urbano es un entorno percibido como una suma de signos que se leen y se interpretan dependiendo del usuario y que originan unas imágenes mentales y una forma de leer la ciudad (Lynch, 1998: 49-53). En el tejido de la ciudad hallamos la publicidad y todos sus soportes cumpliendo con la función de comunicar, persuadir para la compra, pero también para informar y contribuir a la socialización e integración de los urbanitas (Molero, 1995: 56). Los elementos de la publicidad son, a su vez, los puntos de amarre entre la ciudad y la sociedad de consumo con sus marcas, su fetichismo y su supuesto lujo. Tanto es así que ese anclaje deviene requisito para mantener el *status* de la ciudad frente a otras y su capacidad de atracción de recursos económicos (Lipovetsky y Roux, 2004: 19). Delante de esta situación, ahora «se trata de volver a mirar al patrimonio gráfico con una mirada más sensible y más inteligente que la del simple pintoresquismo revivalista, y francamente opuesta a la del elitismo profesionalista despreciativo de toda producción espontánea. Un desafío tan grande como lo serán sus réditos: revalorizar los bienes culturales relegitimando su disfrute y devolver sustancia y profundidad a la labor de producirlos». (Chaves, 2001b)

effects can foster alarm, fear, confusion, or public disorder; which uses human beings to degrading their dignity, especially to children, youth, women and ethnic, cultural or social groups; advertising that is misleading, subliminal, about alcoholic beverages, and the one leading towards violence, discrimination, racism, drug abuse, sexism, religious or political intolerance, and all advertising that violates constitutional rights, as well as material aspects.

The urban landscape is an environment identified by the adding of signs read and interpreted from the user's perspective, originating mental images and a way to read the city (Lynch, 1998: 49-53). In the city network we find advertising with its supports fulfilling the function of communicating, persuading to purchase, but also informing and contributing to the socialization and integration of the urbanites (Molero, 1995: 56). The advertising elements are, at the same time, points that link city and consumer society with its brands, its fetishism and an assumed luxury. This anchor becomes a requirement for maintaining the city status in comparison to others and its ability to attract economic resources (Lipovetsky & Roux, 2004: 19). Nowadays, at facing this situation, «it is a matter of looking back to the graphic heritage with a more sensitive and intelligent glance than with the simple picturesqueness revivalist, and frankly opposed to the disdainful professional elitism of all spontaneous production. The revenues are a big challenge: to reevaluate the cultural property legitimating the enjoyment and restoring depth and substance to its production». (Chaves, 2001b)

La cambiante figura humana

La figura humana es representada ampliamente en la gráfica imbabureña. Desde las clásicas esculturas con materiales nobles en lugares preminentes del espacio urbano, hasta los rótulos publicitarios más actuales, pasando por vitrales policromos, pinturas religiosas, tallas en madera o murales y neones. Encontraremos indígenas guerreros, incas hieráticos, adoradores del sol, personajes mitológicos, ayahumas imponentes, héroes libertadores, militares imbatidos, músicos andinos, calaveras aterradoras, jóvenes heroicos, obreros laboriosos, profesionales impecables, secretarías eficientes, chicas seductoras, camareros sonrientes, viejecitas encantadoras, brujas malvadas, *chefs* bigotudos, bebedores empedernidos, valientes bomberos, policías fornidos, pintores aplicados, querubines rosados, arcángeles implacables, familias unidas, vírgenes impolutas, ángeles añiados, líderes revolucionarios, políticos antiguos, cheguevaras cocineros, actores televisivos, personajes de cómic y dibujos animados... Sobre ello podemos hacer un par de consideraciones. Una, de género: mientras la figura masculina aparece casi siempre en posiciones heroicas, serias o trascendentes, la femenina suele ser representada desnuda, o con finas telas pegadas al cuerpo, con pocas excepciones salvo, claro está, las representaciones religiosas. Y la otra, étnica: la gran mayoría de representaciones humanas corresponden a las étnias blanca y mestiza, y en menor medida a la indígena, mientras que las representaciones de afroecuatorianos son casi inexistentes.

Una flora omnipresente

La presencia de las formas vegetales en la gráfica zonal es constante. Quizás por lo imponente de la naturaleza en este país o por su importancia en la cosmovisión andina, encontramos representaciones de vegetales en todos los materiales y técnicas posibles: piedra, yeso, madera, hierro, cerámica, pinturas, murales, grabados sobre vidrio, cristales, rótulos, etc.. Flores, frutos, árboles, plantas, hojas... las formas orgánicas vegetales han gustado y gustan a los «grafistas» imbabureños que las han usado profusamente en sus creaciones a lo largo del tiempo. Del puro cacao a las flores esplendorosas, de las dulces uvas a los picantes ajís, pasando por el omnipresente maíz en sus múltiples presentaciones y denominaciones.

Una fauna diversa

También los animales han sido y son un elemento recurrente en la gráfica de la provincia, ya que el imbabureño, en constante contacto con la naturaleza, es un gran amante de los animales. Encontramos cóndores

The changeable human figure

The human figure is widely represented in the graph of Imbabura. Including classic sculptures with noble materials in the preeminent urban area with modern advertising banners, polychrome stained-glass windows, religious paintings, wood carvings or murals and neon lights. We will find indigenous warriors, hieratic Incas, sun worshippers, mythological characters, imposing ayahumas, liberators and heroes, unbeaten militaries, Andean musicians, frightening skulls, heroic youth, hardworking workers, impeccable professionals, efficient secretaries, seductive girls, smiling waiters, charming old ladies, evil witches, bewhiskered chefs, inveterate drunkards, brave firefighters, well-built policemen, diligent painters, pink cherubs, relentless archangels, united families, pristine virgins, infantile angels, revolutionary leaders, former politicians, Che-Guevara chefs, television actors, comic characters and cartoons... On this topic we can make some assumptions. One, of gender: while the male figure appears almost always heroic, serious or important, the female tends to be represented as naked, or with fine fabrics attached to the body, with a few exceptions; of course, it is the case of the religious representations. And the other one, ethnic: the vast majority of human representations correspond to the white and mestizo ethnic groups, and a minority to the indigenous, while the Afro-Ecuadorian representations are almost non-existent.

An omnipresent flora

Plant figures presence in the zonal graph is consistent. Perhaps by an imposing nature in this country or because of their importance in the Andean world view, we find plant representations in all materials and techniques: stone, gypsum, wood, iron, ceramics, paintings, murals, prints on glass, crystals, banners, etc... Flowers, fruit, trees, plants, leaves... the vegetable organic forms have been the preferred ones for Imbabureño «graphic designers», who have extensively used them in their creations through time. Including pure cocoa, splendid flowers, sweet grapes and also spicy chili pepper, the omnipresent corn in its multiple shapes and denominations.

A diverse fauna

Animals have also been a recurring element in the province graphs, because people from Imbabura are in constant contact with the nature –being

majestuosos –uno de los elementos protagonistas en la iconografía militar ecuatoriana– enfrentándose con vigor y fiereza a leones rugientes –símbolo del imperialismo español–, serpientes amenazadoras, dragones llameantes, demonios infernales, águilas imperiales, tiernos terneros, lobos aullantes, vacas lecheras, toros bravos, monos contentos, caballos sonrientes, perros tiernos, *pitbulls* amenazantes, monos meseros, duendes sonrientes, ranas farmacéuticas, tigresas seductoras, hipopótamos bebés, gatos maullantes, tilapias fritas, colibrís gigantes, pollos camareros, cerditos alegres, cuyes merodeadores, demonios de Tasmania hambrientos, camarones camareros, gallos futbolistas, delfines saltarines, cangrejos saludando, pollos parlanchines, gallinas alegres, pumas rugientes, venados bailarines, ardillas sonrientes, cabras herméticas, dinosaurios vegetales, unicornios pétreos y otros animales imposibles... ¡Todo cabe en la imaginación de la gráfica imbabureña!

Escudos: ese pasado heráldico

Los escudos son otra de las categorías recurrentes en la gráfica zonal. Son utilizados desde sus variantes puramente heráldicas hasta las versiones estilizadas y actualizadas como marca corporativa en las más variadas instituciones y empresas. Desde congregaciones religiosas, empresas estatales, símbolos municipales, centros de educación –escuelas, colegios, institutos, universidades...–, compañías de seguridad, servicios policiales, clubes de fútbol, clubes sociales, cooperativas de transporte, sindicatos, talleres mecánicos, escurderías, hasta hostales, hoteles y condominios.

Placas para la eternidad

Imbabura, y especialmente su capital Ibarra, son prolijas en cuanto a colocar placas –especialmente conmemorativas– en el espacio público. Mayoritariamente con tipografías doradas sobre mármol claro. Pero también en metales diversos y, aunque la mayoría son estrictamente tipográficas, encontramos también ejemplos con imágenes alegóricas, laureles u otros vegetales simbólicos, y figuras femeninas o religiosas. Naturalmente también hay placas del nomenclátor urbano, nombres de calles, señalizaciones de edificios e instituciones destacadas, profesionales, familiares, comerciales y puramente informativas.

Azulejos para la historia

A diferencia del cristal como soporte, el uso del azulejo continúa la tradición de siglos en el ornamento de paredes. Los azulejos son usados principalmente para mostrar imágenes de los grandes hitos de la historia, temas de ámbito cultural y imaginería religiosa. En

a great animal lover–. We find majestic condors –one of the protagonist icons in the Ecuadorian military iconography– confronting with force and ferocity roaring lions –symbol of Spanish imperialism–, threatening snakes, flaming dragons, hellish demons, imperial eagles, tender calves, howling wolves, dairy cows, fierce bulls, happy monkeys, smiling horses, tender dogs, threatening pit bull dogs, monkey waiters, smiling elves, pharmaceutical frogs, seductive tigers, baby hippos, mewling cats, fried tilapia, giant hummingbirds, chicken waiters, happy pigs, prowler guinea pigs, hungry Tasmanian devils, shrimp waiters, playful roosters, jumping dolphins, crabs waving, chatty chickens, happy hens, roaring pumas, dancing deer, smiling squirrels, hermetic goats, herbivorous dinosaurs, stone unicorns and other unimaginable animals... Everything fits in the imagination of the graph in Imbabura!

Coat of Arms: Heraldic past

The coat of arms is another recurring category in the zonal graph. They are used from their purely heraldic variants to stylized and updated versions as a corporate brand in different institutions and companies. Religious congregations, state-owned enterprises, municipal symbols, educational centers –schools, high schools, institutes, universities...–, security companies, police services, soccer clubs, social clubs, transportation unions, labor unions, repair shops, motor-racing teams, hostels, hotels and condominiums.

Eternal Plaques

Imbabura, and especially its capital Ibarra, is meticulous at placing plaques –especially commemorative– in public areas. Mainly with gold typography on light marble. But also in various metals and, although the majority are strictly typographic, we also find examples with allegorical images, laurels or other symbolic vegetables and feminine or religious figures. Of course, there are plaques of the urban gazetteer, street names, outstanding signs of buildings and institutions, professionals, relatives, commercial and purely informative.

Tiles for history

Unlike crystal as a support, the use of tile continues the tradition of centuries in the wall ornament. Tiles are mainly used to show images of great milestones in history, culture and religious imagery. The historical themes include battles

los temas históricos destacan las batallas entre incas y caranquis en Yahuarcocha, la fundación de la ciudad de Ibarra, y las gestas de la guerra de independencia contra los españoles. En temas culturales encontramos desde una serie de grandes músicos ecuatorianos, alegorías de la interculturalidad, del arte y la cultura, hasta paisajes andinos y animales diversos. En los temas religiosos, la más representada es la Virgen María. No hemos encontrado ejemplos de utilización comercial con esta técnica. En cuanto al diseño de mosaicos destacan las composiciones geométricas de los mosaicos hidráulicos de principios de siglo XX.

Rótulos: una antigua tradición

De los sistemas de señalización comercial, la muestra colgada en la fachada al lado de la puerta es, cronológicamente, la más antigua, utilizada en las sociedades medievales europeas para localizar a distancia un determinado establecimiento. «*Cuando las casas no tenían numeración de calle, un signo o bien una enseña proporcionaban individualidad a cada tienda. En algunos casos, la enseña de madera tallada, de hierro forjado o de bronce era una representación más o menos artística de la mercancía que se vendía; en otras una representación de personas, animal o símbolo que adquiriría un valor de una marca o nombre. «El Sol», «La Hiena», «El Ciervo», «El Gallo», etc., enseñas estilizadas, algunas de ellas consideradas de gran valor artístico son hoy reliquias de la historia comercial de Europa y América que se conservan en nuestros museos»* (Prat Gaballí, 1953). Además, muchos signos y símbolos de identificación personal o de identidad fueron esculpidos sobre la clave de piedra de las puertas de las casas: los nobles ponían el escudo de armas de la familia; los gremios y corporaciones de artesanos símbolos y herramientas o los religiosos sentencias en latín.

En el siglo XIX «*los artesanos colgaban en las puertas de sus negocios los objetos que producían: así los cerrajeros colgaban una llave; los sastres unas tijeras; los torneros una peonza; los sombrereros un gorro; los barberos un cuenco; los cambistas de moneda una onza; los chocolateros una tableta de chocolate, y así por el estilo. Signos mas o menos grandes trabajados en madera, latón o plancha de hierro que se puede decir que tenían un carácter internacional»* (Curet y Anglada, 1982). En la actualidad aún encontramos algunas muestras contemporáneas inspiradas en estos antiguos reclamos. De esta manera tan simple se consigue que el establecimiento sea identificable y se singularizase de los otros del mismo ramo. Aun perviven colgadas en las fachadas llaves enormes, muelas, llantas rotuladas, o pailas de helado, entre otras.

Son imágenes triviales, directas, sencillas sin pretensiones artísticas. Aparecen hoy a nuestros ojos su-

between Incas and Caranquis in Yahuarcocha, the foundation of Ibarra city, and the heroic deeds of the independence war against the Spaniards. As far as cultural motifs we find some great Ecuadorean musicians, allegories of inter-culturalism, art and culture, and Andean landscapes and a variety of animals. In the religious themes, the most represented is the Virgin Mary. We found no examples of commercial use with this technique. In terms of the mosaic design, the geometric compositions of the early twentieth century, hydraulic mosaics stand out.

Signs: an ancient tradition

From all the commercial signage systems, the hanging sign on the facade beside the door is, chronologically the oldest, used in medieval European societies to locate a distant determined place. «When houses had no street numbering, a sign or a banner gave individuality to each store. In some cases, the carved wood signs made of wrought iron or bronze were nearly an artistic representation of the sold merchandise; in others a representation of people, animals or symbols that used to acquire a mark or name value. «The Sun», «A Hyena», «A Rooster», etc., stylized signs, some of them with a great artistic value that nowadays are relics of European and American commercial history, which are preserved in our museums» (Prat Gaballí, 1953). *In addition, many signs and symbols of personal identification or identity were sculpted on a core stone key, on doors in houses: the noble people placed a family coat of arms; the guilds and craftsmen corporations, symbols and tools or the religious sentences in Latin.*

In the 19th century «craftsmen hung on their business doors objects made by themselves: thus, locksmiths dangled a key; tailors scissors; turners a spinning top; hatters a hat; barbers a bowl; money changers one-ounce; chocolatiers a tablet of chocolate, and so on. More or less large signs made of wood, brass or iron griddle that had an international touch» (Curet & Anglada, 1982). *We currently still find some contemporary samples inspired by those old claims. In this simple way, the places used to be identifiable and distinguished from others in the same brand. Huge keys, teeth, labeled tires, or ice cream pots, among others still survive hanging on some facades.*

They are trivial, direct, simple images without artistic pretensions. They appear today to our eyes as survivors of a commercial image that is a bit naive, but deeply evocative and with a remarkable formal value. At facing a population with a high

pervivientes de una imagen comercial un poco ingenua, pero entrañablemente evocadora y con un valor formal remarcable. Frente a una población con elevado índice de analfabetismo, la decoración de la fachada comercial tenía que desarrollar un doble discurso: señalar claramente su situación y género a través de recursos no verbales y sugerir usos y expectativas a través de imágenes. Su desarrollo explica su extraordinaria diversidad ornamental, por un lado, y la rigidez semiológica de los diferentes géneros. (Corazón 1979: 7).

Este libro muestra también el estado actual del diseño gráfico publicitario aplicado en los rótulos imbabureños. La gran mayoría han sido creadas por dibujantes, ilustradores, diseñadores, artistas y agencias de publicidad locales destinadas a productos y empresas locales. Podemos ver anuncios decorativos y simbolistas, realistas y sintéticos, caricaturescos, humorísticos, arcaicos y tradicionales. También academicistas, modernistas, cubistas, etc. Todos ellos después del tiempo tienen valor como documento histórico de una época y algunos –pocos– como objeto artístico por ellos mismos, a pesar de que el nivel artístico de las realizaciones es muy variado.

Los personajes representados abarcan todos los grupos sociales, sexos y edades y también aparece el mundo de la zoología y la naturaleza en general. En los rótulos encontraremos todo un universo de representaciones objetuales: pistolas automáticas, helados apetecibles, ojos escrutantes, negros y negritas, pollazos imponentes, cruces cristianas, agujas surzidoras, columnas clásicas, jinetes árabes, ángeles celestiales, demonios infernales, manos santificadas, corazones atravesados, huellas dactilares, esfinges faraónicas, herramientas perfectas, alas voladoras, musculosos deportistas, copas apetecibles, tazas humeantes... y un larguísimo número de otros ejemplos conforman un universo que, aliñado con letras de variadas tipografías, toman las paredes y muros de las calles.

En las barberías y peluquerías imbabureñas, por ejemplo, han casi desaparecido las franjas tricolores – azules, rojas y blancas– que las caracterizan visualmente en casi todo el mundo. Así mismo, en las farmacias, la simbología de la serpiente y la copa que comparten corporativamente médicos y farmacéuticos, ha desaparecido casi totalmente de los establecimientos de la provincia. Tampoco los garajes, que en otros lugares ostentan una señalización blanca y roja, han mantenido esta cromática vistosa.

El cristal pintado y dorado es prácticamente inexistente en los rótulos ibarreños, así como el del vidrio grabado. Solo perviven unos pocos ejemplos en algunos restaurantes. Tampoco hemos encontrado ejemplos de utilización comercial de vitrales emplomados, ni en relieves escultóricos, ni esgrafiados y solo algunos ejemplos de rotulación comercial en hierro forjado. Tampoco

rate of illiteracy, the commercial facade decoration had to develop a dual discourse: clearly mark its location and gender through nonverbal resources, and suggest uses and expectations through images. Its development explains its extraordinary ornamental diversity, and the semiotic rigidity of different genres. (Corazón 1979: 7).

This book also shows the current reality of the graphic advertising design applied to signs in Imbabura. The vast majority have been created by cartoonists, illustrators, designers, artists and local advertising agencies to promote local products and businesses. We can see decorative and symbolist, realistic and synthetic, cartoony, humorous, archaic and traditional ads. Also with a style that is academic, modernist, cubist, etc. With the past of the time, all of them gain a historical and documental value at belonging to a certain time, and some others –a few– as an art item by itself, despite of a very varied artistic level in every work.

The characters depicted include all kinds of social groups, genders and ages; as well as the zoology field and nature in general. The signs represent a whole universe of substantial representations: automatic guns, appetizing ice-cream, staring eyes, Afro- Ecuadorean men and women, stunning chickens, Christian crosses, darning needles, classic columns, Arabic horsemen, celestial heavenly angels, infernal hellish demons, sanctified hands, crossed hearts, fingerprints, pharaonic sphinxes, perfect tools, flying wings, muscular athletes, appetizing cups, steaming mugs... and an endless number of other examples make up a universe designed with a typographic variety, and take street walls.

Barbers and beauty salons in Imbabura, for instance, three-colored stripes –blue, red and white– that visually characterize them worldly have almost disappeared. Likewise, in pharmacies, the symbolism of a snake and a cup, corporately shared by doctors and pharmacists, has disappeared almost completely in the province. Not even garages, bearing a white and red signaling, in other places, have maintained this showy chromatic view.

The painted and gilded glass is practically non-existent on signs in Imbabura, as well as the engraved glass. There are only a few samples in some restaurants. We have not found examples of signs for commercial use in leaded stained-glass-windows with high sculptural reliefs or in graffiti but just a few samples in wrought iron. Not glazed and painted iron, or brass lithographed labels are preserved. There are also examples of painting on

se conservan rótulos de hierro esmaltado y pintado, ni de latón litografiado. También subsiste algún ejemplo de pintura sobre madera, poco numerosa y en mal estado de conservación. Tampoco subsisten, prácticamente, rótulos o decoraciones elaborados en madera. Es evidente, por otro lado, que la absoluta destrucción que padeció Ibarra, Otavalo y buena parte de la provincia debido al arrasador terremoto de 1868 destruyó absolutamente cualquier rastro de rotulación comercial originaria.

Monogramas: menos es más

La selección de los mejores monogramas empieza con los clásicos de significado religioso, tallados en madera o fundidos en metal en la mayoría de las iglesias de la zona, desde hace siglos. El monograma, con las iniciales del propietario, ha sido y es un clásico para identificar y marcar propiedades en las puertas. Empresas de todos los ramos, y grandes y pequeños negocios, sobretodo los de reciente creación, los utilizan como identificadores corporativos dada su gran potencia visual. Algunos ejemplos son de una modernidad absoluta, fruto de la globalización imparable de la estética y los gustos.

Números a millares

El número es la referencia orientadora y el *graphos* mágico. El ojo no alfabetizado no descifra letras, pero lee números. Las letras siempre dicen algo, pero el número no. Es una clave, abstracta, geométrica, que se refiere a sí misma, y sin embargo con poder. (Corazón 1979: 14). La variedad tipográfica de los números es infinita: desde los caligrafiados de mil formas a los pintados, esculpidos, tallados, grabados, fundidos, pegados, esmaltados, con las mas diversas formas, colores y materiales: madera, piedra, metales, plásticos, etc. Indican años, números de casas, calles, precios, partidos políticos, establecimientos, entre otras varias aplicaciones multiformes.

Barroquismo ornamental

La ornamentación es abundante y variada en la gráfica imbabureña. Por un lado la derivada de las estéticas de los diversos pueblos indígenas que han poblado la zona, y por otro la producida como reminiscencia del estilo barroco impuesto por la dominación política y cultural de los invasores españoles, convertido en estilo predominante en la estética nacional ecuatoriana, y no solo, pero principalmente, en las construcciones religiosas católicas. Encontramos profusa ornamentación sobre cualquier material: piedra, madera, metal, cristal, yeso, tela, pintura... y en cualquier técnica: esculpida,

wood, very few and in bad condition. Wood signs or decorations are inexistent too. It is clear, on the other hand, the absolute destruction suffered in Otavalo, Ibarra and surroundings due to the devastating earthquake of 1868, which absolutely destroyed any trace of original commercial signage.

Monograms: less is more

The selection of the best monograms begins with classic ones, those with religious connotation, carved in wood or molted in metal in most of the churches in the area for centuries. The monogram, with its owner initials, has been and still is a classic one to identify and mark ownership on doors. Companies of all branches, and large and small businesses, above all those of recent creation, use them as corporate identifiers, due to its great visual power. Some examples belong to an absolute modernity, product of an unstoppable aesthetics and tastes globalization.

From a number to thousands

A number is the guiding reference and the magical graphos. An illiterate eye does not decode letters, but reads numbers. Letters always say something, but a number does not. It is an abstract and geometric key, which refers to itself, but yet with power. (Corazón 1979: 14). The typographic variety of numbers is infinite: from stylized writings with thousands of shapes to paintings, sculptures, carvings, engravings with fusing, gluing and glazing, with the most different forms, colors and materials: wood, stone, metal, plastics, etc., indicating years, house numbers, streets, prices, political parties, institutions, among other various multiform applications.

Ornamental Baroque style

The ornamentation is abundant and varied in the graph of Imbabura. Such is the case of different aesthetics in indigenous people who populated the area in one side, and on the other, the reminiscent as product of the baroque style imposed by the political and cultural Spanish invaders dominance, converted into a predominant style in the national Ecuatorian aesthetic, and not only, but mainly in Catholic religious constructions. We find profuse ornamentation on any materials: stone, wood, metal, glass, plaster, fabric, painting... and any technique: sculpted, carved, engraved, painted, melted, golden, molded, wrought, etc.

tallada, grabada, pintada, fundida, dorada, moldeada, labrada, etc.

Herrajes: una sólida tradición

Los trabajos decorativos en hierro y otros metales son abundantes. Una larga tradición de herreros avala y explica la gran cantidad de muestras gráficas realizadas en herrajes. Las más prolijas son, sin duda, las rejas de puertas y ventanas. Mil formas y variantes son omnipresentes en las calles de la provincia, mostrando la habilidad de estos artesanos: formas solares, lunares, vegetales, animales, geométricas, y una minoría con recursos de la gráfica ancestral –como variantes de las famosas máscaras de la cultura tolita, obra cumbre de la metalurgia prehispánica–. Puertas, fanales, tiradores y picadores de puertas con formas zoomórficas y antropomórficas, manos de todos tipos, mirillas, pasadores, candados, tapas de alcantarilla, rótulos, cerrojos, cruces y simbología católica diversa.

Gráfica popular: patrimonio cultural

Transversalmente a estas categorías se desarrolla la gráfica popular, que es la expresión de la cultura social, de los usos, costumbres e idiosincrasia de una comunidad. Un bien patrimonial de extraordinario valor y un reflejo de la diversidad cultural. La recuperación, conservación y difusión del patrimonio cultural es uno de los objetivos de la Convención de la UNESCO sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales (2005).³

La gráfica popular es una de las formas de comunicación visual y de diseño usadas en el paisaje urbano ecuatoriano, aunque quizás en menor cantidad que otros países sudamericanos. Quizás por su uso y su carácter popular no se le ha prestado la atención merecida por parte de los historiadores del arte y del diseño y ha sido poco valorada. Podemos definir la gráfica popular como el conjunto de elementos gráficos, imágenes y letras que, usando las paredes y muros, fachadas y vallas, sirven para comunicar informaciones del devenir de la vida cotidiana. Desde reclamos comerciales a proclamas políticas e incluso información de campañas institucionales. En algunos casos, la gráfica trasciende su sentido funcional para ir más allá e introducir aspectos como son el humor y la ironía, señalando un valor agregado del recurso, enraizado en la cultura popular de la sociedad que lo genera. A nivel estético, la gráfica popular es una fuente de soluciones tipográficas, y de elementos decorativos: dibujos, logotipos, caricaturas,

3. De esta consideración nació el espectacular «Tutti Frutti, Archivo Fotográfico de Gráfica Popular», como continuación de la exposición del mismo nombre, comisariada por America Sanchez. <http://extranet.aecid.es/tuttifrutti/index.php>. Ecuador no está representado en esta interesante muestra.

Metalwork: a solid tradition

The decorative works in iron and other metals are abundant. A long tradition of blacksmiths endorses and explains the large amount of graphic exhibitions made in metalwork. The most prolix are, without doubt, metal doors and window grates. Thousand shapes and variants are ubiquitous on the streets of the province, showing the ability of these artisans: solar, lunar, vegetal, animal, geometric shapes, and a minority with resources from the ancestral graph– as variants of the famous masks of the Tolita culture, masterpiece of the pre-Hispanic metalwork. Gates, lanterns, shooters and door locks with Zoomorphic and anthropomorphic forms, all kinds of hands, sight glasses, pins, locks, sewer covers, signs, hasps, crosses and a myriad of Catholic symbolism.

Popular graph: cultural heritage

These categories of popular graph are developed across-the-board, as an expression of social culture, uses, customs and idiosyncrasies of a community. A heritage asset of extraordinary value, and a reflex of cultural diversity. The recovery, preservation and dissemination of the cultural heritage is one of the objectives of UNESCO Convention about the Protection and Promotion of Diversity in cultural expressions (2005).³

The popular graph is one of the means for visual communication and design used in the urban Ecuatorian landscape, although in a lesser extent than other South American countries. Perhaps, due to its use and its popular feature, it has not gotten a well-deserved attention by art and design historians and consequently, it has been little valued. Popular graphs can be defined as a set of graphic elements, images and letters that using walls, facades, and fences, are used to convey information about the evolution of everyday life. From commercial claims to political proclamations, even information of institutional campaigns. In some cases, graphs transcend their functional sense to go beyond and introduce aspects such as humor and irony, pointing out an added value to the resource, rooted in the popular culture of the society that generates them. At an aesthetic level, the popular graph is a source of typographic solutions, and decorative elements: drawings, logos, cartoons, representation of objects. These solutions are crea-

3. From this consideration, the spectacular «Tutti Frutti, photo archive of Popular Graph» was originated as a continuation to the exhibition with the same name, curated by America Sanchez. <http://extranet.aecid.es/tuttifrutti/index.php>. Ecuador is not represented in this interesting sample.

representación de objetos. Estas soluciones son creadas, o por iniciativa del artista, o como copia de modelos externos adoptados de la cultura cada vez más globalizada.

Es una forma de comunicar urbana, mutable, efímera y poco valorada, que cubre la necesidad de comunicar de un amplio segmento de la sociedad. Y dado el segmento poblacional al que se dirige, el dibujo aparece como complemento imprescindible para corroborar y certificar que la función comunicativa se cumple. (Checa-Artasu y Castro, 2010:25)

Además se trata de una manifestación cultural no oficial, exenta de las convenciones académicas de la composición plástica, aunque con notas de destreza en dibujo, tipografía y diseño. Un fenómeno que podemos considerar global y muestra de la diversidad cultural del planeta (Chaves, 2000). Su práctica desaparición en el mundo occidental desarrollado explica que recientemente diseñadores y artistas plásticos hayan realizado su compilación en catálogos.⁴ En cambio, en Latinoamérica, África y la mayoría de países orientales la rotulación popular sigue presente y activa dentro del sistema comunicacional. Ello no quiere decir que no se den las técnicas y los conceptos más avanzados del diseño gráfico, pero éstos van ganando espacio con mayor lentitud de lo que lo hicieron en Europa o Estados Unidos, dadas las condiciones económicas, culturales y educativas de estos países. Todo ello explicaría la pervivencia de la denominada rotulación popular.⁵

En Ecuador, encontramos el proyecto de recopilación de rotulación por todo el país llevado a cabo por el diseñador Juan Lorenzo Barragán (2007) y el de los diseñadores Ana Lucía Garcés y Manuel Kingman (2008), que agrupados bajo el nombre de «La Cajonera», han desarrollado un proyecto de recuperación y catalogación de la rotulación popular de Quito, adentrándose en el rescate, en el papel de ese diseño en el paisaje urbano y en el quehacer de los profesionales que lo realizan.

Las imágenes de la gráfica popular forman un archivo del patrimonio en proceso de destrucción sistemática por una modernidad mal entendida. La rotulación popular es una actividad que, a pesar del auge de las nuevas tecnologías, se mantiene relativamente vigente en el Ecuador rural y en algunos de los barrios populares de sus ciudades, donde continua utilizándose

ted, either by the artist initiative, or as a replica of external models adopted by an increasingly more globalized culture.

It is an urban, mutable, and ephemeral and little valued communication way that fulfills the need to communicate in a broad society segment. At considering the target population segment, the drawing appears as essential complement to verify and certify the accomplishment of the communicative role. (Czech-Artasu & Castro, 2010:25)

It is also an unofficial cultural manifestation, a free academic convention of the plastic composition, although with a skill at drawing, typography and design. A phenomenon that we can consider global and a sample of the planet cultural diversity (Chaves, 2000). Its disappearance from the developed Western world explains that recently designers and artists have made their compilation in catalogues.⁴ In turn, in Latin America, Africa and most Eastern countries the popular signage remains present and active within the communication system. This does not mean that the techniques and more advanced concepts of graphic design do not take place, but they are gaining space more slowly than they did in Europe or the United States, because of cultural, educational and economic conditions of these countries. This would explain the survival of the so-called popular signage.⁵

In Ecuador, we find the collection of signage project throughout the country, carried out by designer Juan Lorenzo Barragán (2007) and by the designers Ana Lucía Garcés & Manuel Kingman (2008), who grouped under the name of «The chest of drawers», have developed another project of recovery and cataloging popular signage in Quito, aiming at rescuing that design role in the urban landscape, and the work of professionals who performed it.

The popular graphic images make up a heritage file in process of systematic destruction by a poorly understood modernity. Popular signage is an activity that, despite the boom of new technologies, remains relatively current in rural Ecuador and in some popular neighborhoods in cities, where it is still used to advertise products and services

para publicitar productos y servicios o señalar tiendas, pero en clara recesión.

Como señalan los activos miembros de la cooperativa colombiana Populardelujo (2009), los rotuladores «son personajes interesantísimos: especie de gitanos de la gráfica, no suelen tener un teléfono fijo sino que recorren la ciudad ofreciendo sus servicios y dejando como única clave una firma en la esquina de los avisos que dibujan», entre los que destacan al ecuatoriano Jorge Montesdeoca, un virtuoso dibujante que ha recorrido América del sur de punta a punta rotulando negocios comerciales, con su vistosa gráfica popular.

Hay que valorar al rotulista, un artista a medio caballo entre el pintor y el diseñador, un productor que se esconde tras sustantivos como letrero, pintor o incluso grafitero. Son los creadores de expresiones gráficas que decoran los paisajes urbanos, caracterizados por el uso diverso de tipografías realizadas a mano alzada, los dibujos realistas de los más diversos objetos cotidianos, la asunción de personajes del cómic, de dibujos animados o de series televisivas, las caricaturas y el color contrastado y chirriante a la vista. Ejercen su oficio al aire libre pero que pasan desapercibidos aunque se les vea trabajando en la calle, dejando su huella en barrios, calles y plazas. Con un poco de atención e interés, se puede reconocer su estilo propio que los identifica. (Checa-Artasu y Castro 2010).⁶

La producción gráfica popular es artesanal e inmediata. No hay proyecto previo; la premeditación es mínima. A partir de la idea general el dibujante espontáneo lo realiza y va corrigiendo rasgos a medida que la imagen que va apareciendo ante sus ojos. Por eso la pieza transmite naturalidad. De allí su calidez, su proximidad: en el cartel está el mensaje, la mano y sus temblores, los errores y sus correcciones. Lo «anónimo» es, personal: el dibujo, la mano y el alma (Chaves, 2000). La gráfica popular está al servicio de una utilidad, su esencia es el comunicar.⁷

La rotulación o gráfica popular se muestra como un elemento de publicidad propio del paisaje urbano ecuatoriano y de otras muchas partes del mundo en vías de desarrollo. Es el conjunto de elementos gráficos, imágenes, letras que, usando las paredes, vallas y otros recursos murales, sirven para comunicar reclamos

or signpost shops, but in outright recession.

As active members of Populardelujo Colombian cooperative (2009) mention, «sign makers are very interesting characters: kind of Gypsies of the graphic, usually without a landline but who go through the city offering their services and leaving a signature as a unique clue, on the corner of the ads they draw», including the Ecuadorian Jorge Montesdeoca, a virtuoso cartoonist, who has gone across America marking commercial business.

Sign writers ought to be valued, an artist half-way between a painter and designer, a producer who is hidden behind nouns at being the sign maker, painter or even graffiti artist. They are the creators of graphic expressions that decorate urban landscapes, featured by the use of fonts or typographies made freehand, realistic drawings of various everyday objects, the assumption of comics' characters, cartoon or television series, cartoons and color contrasts and screeching at sight. They perform outdoors but they are unnoticed; though, they are seen working on the street, leaving his mark on neighborhoods, streets and squares. With a bit of attention and interest, their own style could be recognized and identified. (Czech-Artasu & Castro 2010).⁶

Popular graphic production is artisan and immediate. There is no previous project; premeditation is minimal. From the general idea, a spontaneous cartoonist carries out his work correcting features simultaneously as the image appears to his eyes. Therefore, the piece conveys naturalness. From there, its warmth, its proximity: the poster has the message, the hand and its shakings, its errors and corrections. «Anonymous» is personal: drawing, hand and soul (Chaves, 2000). Popular graph is available with a service purpose; its essence is to communicate.⁷

Popular graphs or marking system is shown as an advertising element that is characteristic in the urban Ecuadorian landscape and many other parts of the world in progress. It is a set of graphic elements, images, letters that, at using walls, fences

4. Como los trabajos de Marc Combié y Henri Mériou (2007) en Francia, los de Enric Satué y Claret Serrahima (1984) en Cataluña, de América Sánchez (2001) para Barcelona y los de Barry Dawson (2002) en Tokio o Nueva York.

5. Existen diversos trabajos sobre la rotulación popular en Latinoamérica. En Argentina destaca el trabajo del diseñador y editor Guido Julián Indij (2006a, 2006b, 2008a, 2008b), a través de La Marca Editora, que ha desarrollado la colección Registro Gráfico. En Chile, el trabajo de Estudio Tipográfico, dirigido por Luis Rojas y Javier Soto (2001). En Colombia, el trabajo de recuperación realizado por el colectivo de diseñadores Populardelujo cooperativa (2009), que se puede encontrar en <http://www.populardelujo.com>, y los de Suárez (2005). En México destaca el trabajo de los diseñadores José Carlos Mena y Oscar Reyes (2001), entre otros. Véase Checa-Artasu y Castro (2010), un buen estudio del estado de la cuestión en México y América Latina.

4. As the works by Marc Combié & Henri Mériou (2007) in France, Enric Satué & Claret Serrahima (1984) in Catalonia, América Sánchez (2001) for Barcelona & Barry Dawson (2002) in Tokyo or New York.

5. There are several works on popular signage in Latin America. In Argentina, the work by the designer and editor Guido Julián Indij (2006a, 2006b, 2008a, 2008b) stands out, through the Editorial Brand that has developed the Record Graph Collection. In Chile, the Typographic Studio, directed by Luis Rojas & Javier Soto (2001). In Colombia, the recovery work done by the group of designers Populardelujo Cooperative (2009) which can be found at <http://www.populardelujo.com>, and by Suárez (2005). In Mexico, the work done by designers José Carlos Mena & Oscar Reyes (2001), among others. See Czech-Artasu & Castro (2010), a good study on the state of affairs in Mexico and Latin America.

6. Son éstos –con características como el humor, la ironía, el doble sentido, el deseo, la vanidad o la burla– el alma de la gráfica popular. Son su parte sustancial, formada por toda una serie de recursos gráficos que va desde la copia de logotipos y marcas, hasta la creación de personajes inventados por el rotulista. Y en todas ellos destaca también la presencia de la letra, ya que sin ella no hay comunicación del mensaje que se quiere transmitir. La imagen, el dibujo, añadido a la tipografía, cerrará el círculo comunicacional de aquello que se quería transmitir. (Checa-Artasu y Castro 2010).

7. «Es una manifestación más de la cultura social, o sea, del acervo de usos, habilidades y costumbres de una comunidad y de cada uno de sus miembros. Es expresión directa de esa comunidad, la exteriorización de su universo simbólico. Integra el mismo paradigma que la cocina popular, la jerga, el baile, la cultura indumentaria, la gestualidad. Emanada de la propia comunidad y vuelve a ella como su imagen en un espejo. Es el alma de esa comunidad vuelta visible». (Chaves, 2000)

6. These ones –with features such as humor, irony, double meaning, desire, vanity or joke– are the soul of popular graphs. They are its substantial part, made up by a series of graphic resources ranging from replica of logos and brands, until the creation of characters invented by the sign writer. And in all of them, the letter is highlighted too because without it, there is no communication of the message that you want to transmit. The image, drawing, added to the typography, close the communication cycle of the message being conveyed. (Czech-Artasu & Castro 2010).

7. «It is a socio-cultural manifestation, i.e. the acquiescence of applications, skills and customs of a community and every member. It is a direct expression of that community, the exteriorization of its symbolic universe. It integrates the same paradigm than popular cuisine, slang, dance, clothing culture, gestures. It emanates from the community itself and comes back to it as image in a mirror. It is the soul of this community turned into visible». (Chaves, 2000)

comerciales, campañas institucionales o eventos artísticos. En numerosos casos, la rotulación trasciende su sentido funcional para introducir aspectos como el humor y la ironía.

Dentro de la saturación de imágenes publicitarias de las zonas comerciales, rótulos artesanales, anuncios de pequeños negocios hechos en algún taller de rotulación y la publicidad pintada a mano, compiten, peleando por ser mirados, con anuncios impresos digitalmente y con las gigantografías realizadas por profesionales de diseño. La publicidad pintada a mano ha subsistido como una forma de producción visual en un momento de cambio tecnológico, en una economía visual (Chaparro, 2011).

En este ejercicio de recuperación de gráfica urbana, se busca «*volver la mirada a una gráfica que no por ser autóctona o popular, era menos efectiva que aquella que provenía de las escuelas de arte y diseño. Además de la presencia de rótulos en comercios y calles, hay determinadas como el cartelismo, impresiones publicitarias, novelas gráficas, y empaques de productos que han desarrollado un lenguaje gráfico propio. La característica que tienen en común es la factura: los autores no siguen las normas de la academia, las convenciones de la composición plástica ni, mucho menos, las últimas modas, porque no las conocen. Sin embargo, pertenecen a gremios o forman parte de una tradición y, por ello, su trabajo tiene un estilo. Sumado al ingenio de los propietarios y sus ideas de cómo comunicar al consumidor las virtudes de sus productos, el resultado es casi siempre un híbrido, combinación de la habilidad gráfica y la audacia*» (Mena, 2010:11).

Las clases populares son las creadoras de la gráfica popular, la desarrollan y la asumen como forma de comunicación propia. Y no olvidemos nunca que, en América, «*la historia de la colonización fue siempre también la de una guerra de las imágenes*» (Belting, 2007).

Algunos de estos elementos, los más antiguos, más artesanales, como la gráfica popular, se hallan en un proceso de progresiva desaparición. Por eso, en los momentos actuales, hacemos nuestra la reflexión de Alberto Corazón hecha hace casi 40 años referida a Madrid, la capital española: «*¿Qué inexplicable pulsión obliga a cambiar una bombilla por el neón, a embadurnar de verde un muro pintado al fresco, a ocultar un azulejo por un rótulo de plástico, a tirar un mostrador de mármol y sustituirlo por fórmica? No me refiero ya ha lo que ha desaparecido, sino a lo que se oculta en estos momentos. Como diseñador puedo asegurarles que ninguna de estas alteraciones tiene el menor sentido desde el punto de vista de la estimulación visual, la diferenciación, pregnancia, legibilidad, economía o uso de estas alteraciones. Precisamente por eso utilizo término pulsión*». (Corazón, 1979: 117).

and other mural resources, serve to communicate commercial claims, institutional campaigns or artistic events. In many cases, the marking system transcends its functional sense to introduce things like humor and irony.

Within the saturation of advertising images of shopping areas, craft signs, advertisements of small businesses made in a labeling shop and hand-painted advertisement, compete, fighting to be regarded, with digital print ads and with giant-size prints made by design professionals. Hand-painted advertising has survived as a form of visual production at a time of technological change, in a visual economy (Chaparro, 2011).

This practice to recover urban graphs seeks «to look back towards a graph that at being native and popular, was less effective than the one coming from art and design schools. In addition to the presence of signs in shops and streets, there are other types such as poster design, advertising printings, graphic comics, and products packages which have developed their own graphic language. Their common feature is the invoice: authors do not follow the Academy rules, conventions of plastic composition or, the latest fashion, because they do not know them. However, they belong to unions or are part of a tradition and, therefore, their work has style. All this added to the owners' ingenuity and their ideas on how communicating with consumers about the strengths of their products, gives as a result, the combination of graphic skill and boldness that is almost always hybrid» (Mena 2010:11).

Popular classes are the creators of popular graphs, they perform them and assume it as a means of communication itself. And do not ever forget that, in America, «the colonization history was always a war of images» (Belting, 2007).

Some of these elements, the oldest, most artisanal, as the popular graphics, are in a process of gradual disappearance. Therefore, now we analyze an Alberto Corazón's reflection made nearly 40 years ago referring to Madrid, the Spanish capital: «What inexplicable creative drive forces to change a light bulb by the neon one, to smear all in green a wall painted outside in the fresh air, to hide a tile by a plastic sign, to throw a marble counter and replace it by Formica? I do not mean what has already disappeared, but what is being hidden in these moments. As a designer, I can assure you that none of these changes have any sense from the point of view of visual stimulation, differentiation, weight, readability, economy or use of these alterations. That is why I use the term creative drive». (Corazón, 1979: 117).

Diseño gráfico, siempre

La larga tradición del diseño gráfico, milenaria, se desarrolló finalmente en los talleres de impresores y se trasladó después a nuevos profesionales especializados que dejaron el ámbito de la imprenta. El diseño gráfico ha formado parte central de la comunicación social. Algunas épocas con una marcada pobreza conceptual y en otras con una eclosión espléndida. Y, en todas las épocas, la gráfica publicitaria no se puede desligar de sus soportes. Es imposible pero pensar en el diseño gráfico actual y en toda la comunicación contemporánea sin tener en cuenta las creaciones de los diseñadores anteriores. En este libro encontrarán muestras de una cierta cultura popular seleccionadas para honrar los valores de esta gráfica anónima.⁸

Y es que, tal como denuncian diversos estudiosos, «*en el mundo globalizado actual, las artesanías – y por extensión, las producciones visuales [incluido el diseño, añadimos nosotros]– se dividen en dos grupos: aquellas con identidad de algún pueblo en específico que a través de su artesanía muestra su originalidad, su singularidad y creatividad y aquellas artesanías de imitación, descontextualizadas, repetitivas, que copian o mezclan sin criterio alguno diversas tradiciones, con productos anodinos, sin alma, sin historia, sin fuerza. La copia se ha vuelto descarada y agresiva, se bajan patrones, diseños y modelos de internet, revistas o fotografías, pretendiendo pasar por creaciones originales: tal la crisis del diseño y la innovación*». (Valarezo, 2015).⁹

Tal como ha manifestado con conocimiento de causa el premiado diseñador quiteño Pablo Iturralde, la riqueza gráfica de Ecuador, desde tiempos inmemoriales, es incontestable pero lastimosamente no es muy conocida por los diseñadores gráficos contemporáneos, por lo que no suelen generar diseños representativos o conectados con las culturas ancestrales ecuatorianas y no los diferencian de los que proceden de otros países andinos. Ello provoca un desconocimiento generalizado, fuera y dentro del país, de la identidad gráfica ecuatoriana. Las culturas ecuatorianas ancestrales tenían una cosmovisión sólida y bien estructurada que repercutía directamente sobre sus elementos gráficos. En cambio, en la actualidad, la falta de unas bases fuertes que sostengan la gráfica y la estética ecuatoriana provoca que estas sean muy vulnerables frente a influencias externas. A pesar de que Ecuador posee una riqueza gráfica enorme, no ha sido aprovechada ni apreciada suficien-

Eternal Graphic design

The long and ancient graphic design tradition was developed in printers' shops and then it was moved to new specialized professionals who left out the printing field. Graphic design has always been a core part in social communication. Some times with a marked conceptual poverty and others with a splendid blooming. And, at all times, graphic advertising cannot be separated from its roots. It is impossible to think of current graphic design and a contemporary communication without considering previous designers' creations. In this book you will find selected samples of a certain popular culture to honor the values of these anonymous graphs.⁸

And, as various scholars denounced, «in today's globalized world, crafts– and by extension, visual productions [including the design, adding us]– they are divided into two groups: those with a certain town identity that shows through its handicrafts an originality, its uniqueness and creativity; and those handicrafts of imitation, out of context, repetitive that copy or mix without any criterion some traditions, with bland products, without a soul, without history, without strength. Plagiarism has become blatant and aggressive, patterns, designs and models, magazines or photographs are downloaded from internet, pretending to be original creations: such is the crisis of design and innovation». (Valarezo, 2015).⁹

The award-winning designer Pablo Iturralde, a well-known Quiteño, said the graphic richness of Ecuador, since immemorial times, is incontestable but unfortunately is not well known by contemporary graphic designers, so they tend not to generate designs that are representative or connected to the Ecuadorian ancient cultures, and they are not differentiated from those coming from other Andean countries. This leads to a widespread ignorance, in and out of the country, about the Ecuadorian graphic identity. The ancient Ecuadorian cultures had a strong and well-structured worldview that impacted directly on its graphic elements. On the other hand, nowadays, the lack of strong bases supporting graphics and Ecuadorian aesthetics causes that they become very vulnerable to external influences. Despite the fact that Ecuador has

8. Para una aproximación a la historia del diseño gráfico en Quito y Ecuador, vease la obra de María Luz Calisto y Gisela Calderón (2014).

9. «Una vez que hemos descubierto los principios del diseño de estos valiosos bienes culturales, podemos asumirnos como norandinos contemporáneos para buscar la continuidad de esta enorme tradición plural de nuestros ancestros. En este punto, es necesario plantearse diversas estrategias de diseño que vaya más allá de su réplica, se planteen la creación siguiendo y desarrollando los principios ancestrales». (Valarezo, 2015).

8. To get an approach to history of graphic design in Quito and Ecuador, see the work by María Luz Calisto & Gisela Calderón (2014).

9. «Once we discovered the design principles in these valuable cultural assets, we can be taken as contemporary north Andean people, for the continuity of this huge plural tradition of our ancestors. «At this point, it is necessary to consider various strategies of design that go beyond its replica, its creation is raised following and developing ancestral principles». (Valarezo, 2015).

temente, provocando que sea más conocida la gráfica autóctona de otros países mucho más que la propia ecuatoriana (Ríos, 2015).¹⁰

Los múltiples usos de la imagen en el ámbito comercial han influido en la transformación de las ciudades mismas como medio publicitario, creando nuevas imágenes que representan los anhelos y deseos de la población, como por la imposición de los nuevos poderes corporativos multinacionales que transformados en marcas tienen un fuerte impacto en nuestras vidas cotidianas.

La gráfica callejera, murales, carteles publicitarios, comunicaciones y señales de todo tipo, ocupan un lugar cada vez más importante en el espacio urbano. Espacios publicitarios legalmente ocupados se amalgaman con otros que incumplen las normativas, o con gráfica callejera espontánea. Para muchos el lugar que va ganando el diseño gráfico en el espacio público es un logro de la profesión, mientras que para otros, la proliferación de la gráfica está degradando el espacio urbano y afectando la calidad de vida de los ciudadanos. Para quienes están a favor el fenómeno representa más trabajo, difusión y legitimación social del diseño, y hasta la oportunidad de embellecer la ciudad mediante una producción cultural. Para los detractores la gráfica urbana afea la ciudad más allá de su calidad, distrae a los automovilistas, ocupa la mente de los ciudadanos en forma inoportuna, e interfiere con las señales de información pública que prácticamente pasan desapercibidas.¹¹

El libro *Imbabura Gráfica*

Este es un libro sobre la relación entre nuestras ciudades y nosotros, sus habitantes y los creadores de la gráfica urbana. El propósito es mostrar las principales piezas gráficas situadas en el espacio público de la provincia de Imbabura, que forman parte de nuestro entorno visual cotidiano. Para realizarlo, hemos fotografiado, referenciado, clasificado y organizado unas 1.800 piezas de gráfica urbana imbabureña: rótulos comerciales, números de portales, esculturas, viñetas, alegorías, pinturas, emblemas, pictogramas, placas, murales comerciales, herrajes, etc., que se hacen legibles e ilustran los múltiples usos de la ciudad. Pretendemos

a huge graphic richness, it has not been exploited or appreciated sufficiently, leading to a better knowledge of native graph from other countries much more than the Ecuadorian one (Ríos, 2015).¹⁰

A diverse use of images in the commercial sector has influenced the transformation of cities as advertising media, creating new images that represent the aspirations and wishes of the population, as imposition of new multinational corporate powers that transformed into brands have a strong impact in our daily lives

Street graphs, murals, posters, communications and signs of all kinds, occupy an increasingly important place in the urban space. Legally occupied advertisements come together with others who violate regulations, or with spontaneous street graphs. For some people the graphic design is gaining space in public areas and it implies an achievement for the profession, while for others, it is the proliferation of graphs that is degrading the urban space and affecting the citizen's quality of life. For those who are in favor, this phenomenon represents more work, dissemination and social legitimization of design, and even the opportunity to beautify the city through a cultural production. For detractors, urban graphs disfigure the city beyond its quality, distract motorists, occupy the minds of citizens inopportunistically, and interfere with the signals of public information that go virtually unnoticed.¹¹

Imbabura graphic book

This is a book about the relationship among our cities and us, its inhabitants and the creators of the urban graph. The purpose is to show the main graphic pieces located in the public areas of the Imbabura province which make up our everyday visual field. To do this, we have photographed, referenced, classified and organized some 1,800 pieces of urban graph in Imbabura: commercial signs, numbers of portals, sculptures, cartoons, allegories, paintings, emblems, pictograms, plaques, commercial murals, ironwork, etc., that become legible and illustrate diverse uses of the city. We

sacar así del anonimato la obra de un elenco multitudinario de grafistas espontáneos y desconocidos: rotulistas, pintores, grabadores, tallistas, herreros, vitralistas, etc... No son muchas las obras reproducidas de autores conocidos. Con ello, contribuiremos orgullosamente a un nuevo campo de estudio sobre la cotidianidad gráfica en Ecuador.

Con este libro queremos hacer una aportación al mundo de la cultura visual de la sierra norte ecuatoriana y, a partir de esta obra, Ibarra y toda la provincia de Imbabura, podrán mirarse en el espejo de su gráfica anónima y, de este modo, recuperar otro aspecto de su rico patrimonio visual. Esta apuesta editorial de la Universidad Técnica del Norte conjuga perfectamente la voluntad institucional de difundir el conocimiento del diseño gráfico y la comunicación visual local, para reparar el hecho de que, durante demasiado tiempo, esta había sido olvidada.

Esta es la primera guía-catálogo del patrimonio gráfico de una ciudad y su provincia en Ecuador. Inspirada fiel y directamente en el libro pionero *Barcelona Gráfica* (2001), del reconocido diseñador argentino-catalán América Sánchez (Buenos Aires 1939), la obra tiene un amplio abanico de lecturas: libro de fotografías, catálogo del patrimonio, manual de consulta para diseñadores, tipógrafos, arquitectos e interioristas y una guía turística en la que están representadas las mejores muestras gráficas de las calles de Imbabura. El libro se abre con un prólogo del reconocido asesor en identidad corporativa, ensayista y docente argentino-catalán Norberto Chaves (Buenos Aires 1942), que inauguró el estudio de este tema con sus aportaciones teóricas a la obra de América Sánchez; con una presentación de uno de los mejores diseñadores ecuatorianos, Pablo Iturralde (Quito 1971), y con este texto interpretativo del resultado de la investigación.

Las imágenes, debidamente georeferenciadas, son clasificadas en once grandes temas: figura humana, flora, fauna, escudos, placas, azulejos, rótulos, monogramas, números, ornamentos y herrajes. Todas las ilustraciones y fotografías que conforman el proyecto y finalmente el libro han estado escogidas conscientemente y todas juegan un papel determinado y seguro. Todas están porque era necesario que estuvieran.

La obra pretende ser mucho más que una simple recopilación gráfica divulgativa y acrítica. Una fotografía dice más cosas al observador atento que a aquel que sólo pasa los ojos por encima. Y una colección de fotografías será mucho más que la suma de documentos gráficos que la forman, cuando estos han sido elegidos según un criterio. Exactamente igual que ocurre con las piezas de un mosaico, que sólo nos muestran su imagen final cuando están todas juntas y puestas en su lugar correspondiente.

Las imágenes que configuran este libro son el expo-

intend to remove from anonymity a multitudinous cast work of unknown and spontaneous graphic designers: sign makers, painters, engravers, carvers, blacksmiths, stained glass window makers, etc... The reproduced works by known authors are not too many. Therefore, we will proudly contribute to a new field of study on the graphic everyday-life in Ecuador.

With this book we want to make a contribution to the visual cultural world in the Northern part of the Ecuadorian Highlands and, from this work, Ibarra and all the province of Imbabura, can be reflected in the mirror of its anonymous graphs and thus, recover another aspect of its rich visual heritage. Técnica del Norte University publisher perfectly combines the institutional desire of spreading graphic design knowledge and local Communication, to fix the fact that, for too long, this had been forgotten.

This is the first graphic heritage guide-catalogue of a city and its province in Ecuador. Faithfully and directly inspired in the book pioneering graphs in Barcelona (2001), by the renowned designer Argentinean-Catalan América Sánchez (Buenos Aires 1939), this work has a wide range of readings: book of photographs, heritage catalogue, reference manual for designers, typographers, architects and interior designers and a tourist guide where the best graphic examples of the streets in Imbabura are represented. The book starts with a prologue of the recognized corporate identity consultant, essayist and professor Argentinean-Catalan Norberto Chaves (Buenos Aires 1942), who was a pioneer in the study of this subject with his theoretical contributions to the work of América Sánchez; with an introduction to one of the best Ecuadorian designers, Pablo Iturralde (Quito, 1971), and with this interpretive text about this investigation outcome.

The images, duly georeferenced, are classified into eleven main themes: human figure, flora, fauna, coat of arms, plaques, tiles, signs, monograms, numbers, ornaments and iron works. All illustrations and photographs making up the project and the book itself have been carefully chosen, and they play a specific and essential role. All of them are necessary and required to be there.

This work is intended to be much more than a simple, informative and uncritical graphic collection. A photograph tells more things to the attentive observer than to those who only give a quick look. And a photograph collection will be much more than the adding of graphic documents that make it up, when these have been chosen according to a criterion. Exactly just like parts of a mo-

10. Entrevista realizada por Nicolás Ríos, en enero de 2015, en Ríos (2015). En palabras de otro especialista, Brito, (2015): *"Partimos de una constatación empírica: La crisis profunda del diseño y las imposibilidades prácticas de superarlo desde la modernidad y desde el logos occidental. Pero la crisis del diseño es la crisis de la identidad y ahí se levanta como una columna totemica la gran paradoja: Que exista pobreza en el diseño, a pesar de la existencia de una enorme y casi inagotable riqueza estética heredada de nuestros antiguos pueblos, cuya polifonía en el relato, en las formas y en los colores son fuente inagotable de inspiración. Por estas razones históricas como un 'sacramento de la esperanza' tenemos la urgencia de explorar en nuestros orígenes, es decir en aquellos símbolos que se han mantenido invisibles de manera deliberada o inconscientemente, porque únicamente con esta singularidad podemos pretendernos universales"*.

11. Véase el debate planteado por ForoAlfa (2011), en <http://foroalfa.org/articulos/grafica-urbana-degradacion-visual-o-conquista-del-diseno>

10. Interview by Nicolás Ríos, in January 2015, in Ríos (2015). Said in words of another specialist, Brito, (2015): *"We start from an empirical observation: the deep crisis of design and the practical impossibilities to overcome it from modernity and the West logos. "But the crisis of design is an identity crisis and from there, the great paradox rises as a totemic column: Poverty in the design, despite the existence of a huge, nearly inexhaustible wealth inherited from our ancient people, whose polyphony in the story telling, shapes and colors are endless source of inspiration. "For these historical reasons as a 'sacrament of hope' we have an urge to explore our origins, that is to say, in those symbols that have remained invisible either deliberately or unconsciously because only with this singularity we can claim to be universal"*.

11. See the debate brought up by ForoAlfa (2011), in <http://foroalfa.org/articulos/grafica-urbana-degradacion-visual-o-conquista-del-diseno>

nente de la realidad gráfica imbabureña actual. Hemos salido a las calles y hemos disparado exhaustivamente la cámara fotográfica –o el *smartphone*– para comprobar que la existencia de esta mezcla es la norma en nuestras ciudades y no la excepción. Este desorden visual contribuye a polucionar el entorno comercial más que no ha regenerarlo, pero también parece una incitación a interpretar la libre y legítima competencia entre comerciantes. La franja de las fachadas ocupada por los rótulos anunciadores de los establecimientos es, en las sociedades consumistas, la línea más visible del horizonte de la ciudad, la parte de la calle que se corresponde con más frecuencia con el campo visual del paseante. Y por eso es importante. Quizá fuera bueno que los comerciantes no consideraran estos espacios como un patrimonio exclusivamente privado, sino también como un patrimonio colectivo: de toda la ciudad y de toda la ciudadanía (Satue 2001: 17-18).

La voluntad final de este libro es estar al servicio de los ciudadanos, poner a su alcance, guiar y acompañar todos los lectores de esta obra en un viaje visual imaginario a través de la gráfica popular imbabureña, en un intento por fijar su atención en la gran variedad de detalles gráficos existentes en las fachadas que conforman su paisaje urbano. Un viaje, sorprendente y fascinante...

Es evidente que en los últimos años se ha producido una evolución exponencial de los lenguajes visuales como herramientas educativas, culturales y de explicación de la realidad. Es interesante, pues, editar un producto basado de forma preeminente en las imágenes fotográficas, en esta nueva sociedad global en que vivimos, donde la imagen tiene cada día un papel más decisivo. Un estado actual de la gráfica urbana que pueda entrar fácilmente por los ojos a los lectores de todas las edades y condiciones.

Este libro es la culminación de una árdua tarea de investigación como docente de la principal institución universitaria de la zona norte del país, para garantizar la recuperación y la difusión del diseño gráfico en las calles de Imbabura. Y hacerlo, además, con la capacidad de síntesis que sólo permite el formato visual es la mejor garantía para poder llegar eficazmente a todo tipo de públicos.

Este trabajo de investigación está en la línea de los principios y orientaciones de las políticas del Plan Nacional para el Buen Vivir planteadas y ejecutadas por el Gobierno de la Revolución Ciudadana de la República de Ecuador, presidido por el Ec. Rafael Correa Delgado, que en su numeral 4.4 manifiesta «Mejorar la calidad de la educación en todos sus niveles y modalidades, para la generación de conocimiento y la formación integral de personas creativas, solidarias, responsables, críticas, participativas y productivas, bajo los principios de igualdad, equidad social y territorialidad». Por ello

saic, which just shows us its final image when they are all together and in its corresponding place.

The images making up this book are an exponent to the current graphic reality in Imbabura. We have gone out to the streets and carefully shot the camera –or smartphone– to verify that this mixing existence is the norm and not an exception in our cities. This visual disorder contributes to pollute the business environment more than to regenerate it, but also it seems an incitement to interpret a free and legitimate competition among traders. Strip facades occupied by signs announcing shops is, in consumerist societies, the most visible line in the city horizon, the street side corresponding to a most frequent strollers' visual field. And that is why it is important. Perhaps, it would be good that traders do not consider these areas as exclusively private heritage, but also as a collective patrimony: belonging to the entire city and all citizens (Satué 2001: 17-18).

The last intention of this book is to offer service to citizens, guide and accompany all its readers in an imaginary visual journey through the popular graph in Imbabura, in an attempt to grab their attention on the great variety of graphic details, in walls that make up the urban landscape. A surprising and fascinating trip...

It is clear that in recent years there has been an exponential evolution of visual languages as tools for the educational, cultural, and explicit reality. It is interesting, therefore editing a product based on a pre-eminent way on photograph images, of this new global society where we live, where an image plays a more decisive role every time. A current state of urban graph that can easily enter through the eyes of all ages and conditions.

This book is the culmination of an arduous research task performed by a professor at the main university in the northern part of the country, to warrant the graphic design recovery and dissemination on the streets of Imbabura. And done, with a synthesis ability that only allows the visual format, as the best guarantee to effectively reach all types of audiences.

This research work is within the principles and policy guidelines of the National Plan for Good Living raised and implemented by the Government of the National Revolution in the Republic of Ecuador, presided by the Economist. Rafael Correa Delgado, manifesting in paragraph 4.4 «Improve the quality of education at all levels and modalities, for the generation of knowledge and the integral formation of creative, supportive, responsible, critical, participative and productive people, under the principles of equality, social equity and

se justifica la elaboración de un libro en donde las nuevas generaciones interesadas en seguir el camino del diseño, la publicidad y la comunicación visual puedan realizar sus consultas y solventar inquietudes referentes a la gráfica popular de nuestra provincia.¹²

Con este proyecto queremos contribuir al desarrollo de valores como la ética, responsabilidad social, análisis crítico, justicia y equidad y las relaciones interpersonales para el eficiente trabajo en equipo, respetando los criterios individuales sin perder el horizonte de la creatividad e innovación acordes al siglo XXI. El nivel de impacto e incidencia social conseguido será de gran importancia puesto que estudiantes, docentes y sociedad en general tendrán un documento de consulta que les permita potenciar sus capacidades cognoscitivas y desarrollar su sensibilidad estética como seres integrales y respetuosos de las distintas formas de expresión gráfica de la sociedad.

La metodología para la obtención de la imágenes se ha basado en el trabajo de campo, en los recorridos sistemáticos por los espacios públicos de las ciudades y pueblos de Imbabura realizadas por los alumnos dirigidos y orientados por el autor de este proyecto. También hemos contado con la ayuda de los mejores fotógrafos de la zona, Robert Gibson Z., Marcelo Jaramillo y de algunos compañeros docentes de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología, como el MSc. David Ortiz y el Lic. Henry Pineda.

Y, sin ninguna duda, este libro no habría sido posible sin el apoyo decidido e incondicional de las autoridades académicas de la Universidad Técnica del Norte, especialmente de su rector Dr. Miguel Naranjo y del Decano de la FECYT, MSc. Raimundo López. Y también gracias a los coordinadores de las carreras de Diseño Gráfico, MSc. Ramiro Carrascal, de Diseño y Publicidad MSc. David Ortiz y Artes Plásticas Dr. José Revelo; a los admirados prologuistas y presentadores, Norberto Chaves y Pablo Iturralde; a todos los compañeros docentes de las Carreras de Diseño Gráfico y de Diseño y Publicidad, a los alumnos de las asignaturas que imparto, y al gentil personal administrativo y de servicios.

Y finalmente, quiero agradecer a America Sanchez su colaboración en la gestación de este libro que es, también, un homenaje a su obra. Un homenaje conceptual y también en el diseño, que sigue premeditadamente, y casi milimétricamente, el de su libro pionero *Barcelona Gráfica*.

¡Muchas gracias a todos!, o, como decimos en catalán, «moltes gràcies a tothom!». 🐼

12. Y en su numeral 2.2 dice: «La justicia social y económica como base del ejercicio de las libertades pues en una sociedad justa, todas y cada una de las personas gozan del mismo acceso a los medios materiales, sociales y culturales necesarios para llevar una vida satisfactoria; la salud, la educación y el trabajo son las bases primordiales de la justicia social, con dichos medios, todos los hombres y mujeres podrán realizarse como seres humanos y reconocerse como iguales en sus relaciones sociales».

territoriality». For this reason, the preparation of a book, where new generations interested in pursuing the path of design, advertising and visual communication can make queries and resolve concerns relating to the popular graphs of our province, is justified.¹²

With this project we want to contribute to the development of values such as ethics, social responsibility, critical analysis, justice and equity and interpersonal relationships for efficient teamwork, respecting the individual criteria without losing the horizon of creativity and innovation into the 21st century. The achieved level of impact and social incidence will be important to teachers, students and society in general, who will have a consulting document that will enable them to enhance their cognitive abilities and develop their aesthetic sensibility, as comprehensive and respectful beings towards different ways of graphic expression in society.

The methodology to get the images has been based on fieldwork, students led and directed by the author of this project, carried out systematic tours around public spaces of cities and towns in Imbabura. We have also relied on the help of the best photographers of the area, Robert Gibson Z., Marcelo Jaramillo and some teaching colleges at Faculty of Education, Science and Technology, such as David Ortiz M.A. and Henry Pineda B.A.

And, this book would not have been possible without the strong and unconditional support by academic authorities of Técnica del Norte University, especially its Rector Dr. Miguel Naranjo and the Dean of FECYT Raimundo López M.A. And also thanks to the Graphic Design Coordinator Ramiro Carrascal M.A., Design and Advertising Coordinator David Ortiz M.A. and Plastic Arts Coordinator Dr. Jose Revelo; the admired prologue writers and presenters, Norberto Chaves and Pablo Iturralde; to all educational colleges of Design and Design & Advertising, to the students of the courses that I teach, and to the gentle administrative and services staff.

And finally, I want to thank America Sanchez, for his contribution in the gestation of this book being is also a tribute to his work. A conceptual tribute as well as to the design, which premeditatedly and almost minutely follows his book, a pioneer in graphs of Barcelona. Many thanks to all!, or, as we say in Catalan, «moltes gràcies a tothom!». 🐼

12. Paragraph 2.2 says: «Social and economic justice as basis for the development of freedom in a just society, each and every one of the people have the same access to material, social and cultural means to lead a successful life; health, education and work are the primary bases of social justice, with media, all men and women can live fully as human beings and be recognized with equity in their social interactions.»







RUMIÑAHUI. ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y ESTADOS UNIDOS. **OTAVALO**



VIRGEN DEL SOL. SUCRE Y ESTADOS UNIDOS. **OTAVALO**



RUMIÑAHUI. PARQUE SIMÓN BOLÍVAR. **OTAVALO**



TRÁNSITO COLLAHUAZO. LOMA DE CARANQUI. **IBARRA**



NAZACOTA PUENTO. LOMA DE CARANQUI. **IBARRA**



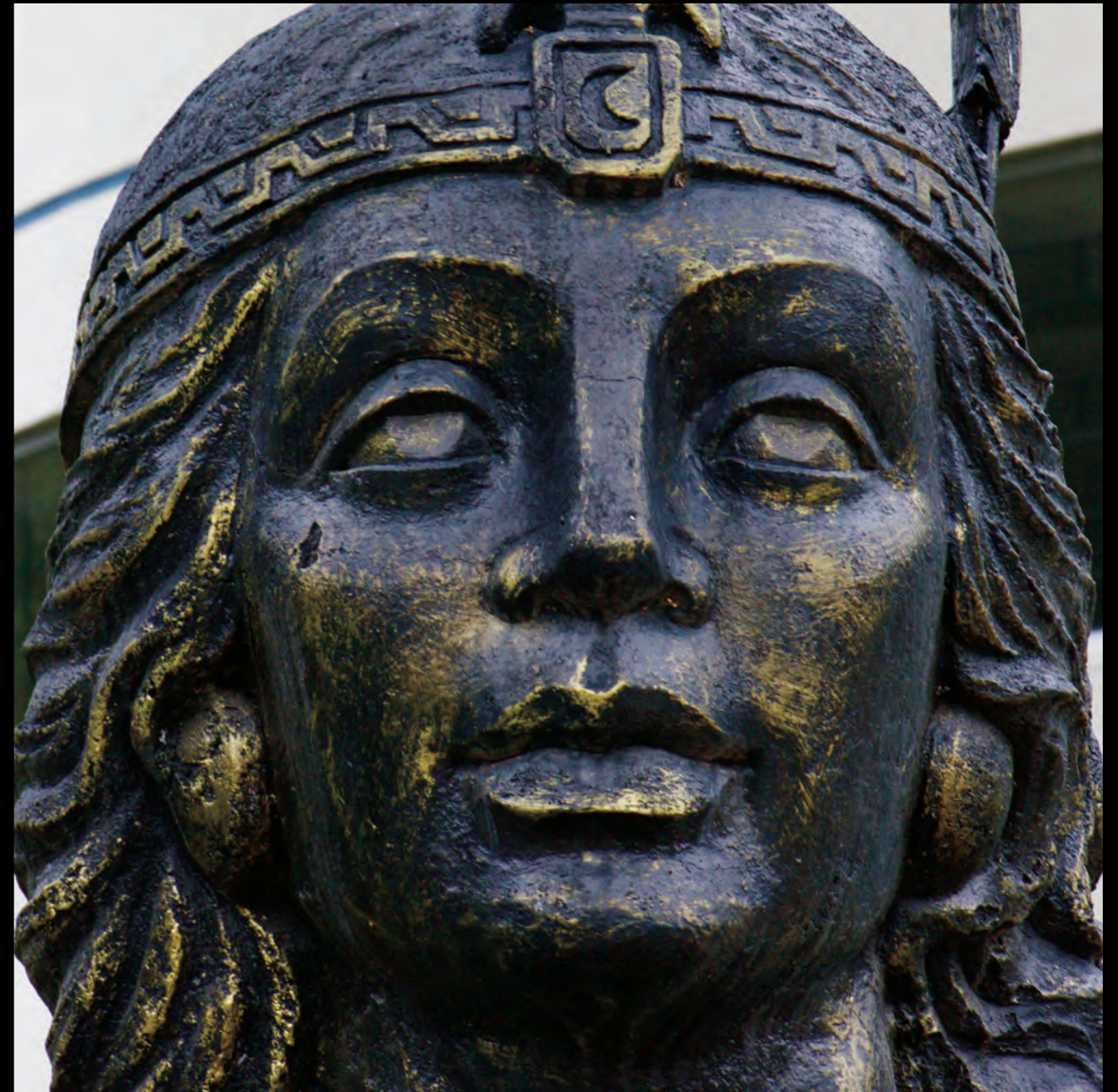
DAQILEMA. UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE. **IBARRA**



JUMANDI. LOMA DE CARANQUI. **IBARRA**



ATAHUALPA. UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE. IBARRA



PRINCESA PACCHA. UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE. IBARRA



ATAHUALPA. CASA DE LA CULTURA BENJAMÍN CARRIÓN. IBARRA



RUMIÑAHUI. PARQUE CENTRAL. URQUQUÍ



RUMIÑAHUI. UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE. IBARRA



JUANA ATABALIPA. LOMA DE CARANQUI. IBARRA



RUMIÑAHUI. COLEGIO TEODORO GÓMEZ. IBARRA



ATAHUALPA. PLAZA ATAHUALPA. CARANQUI. IBARRA



INTY ÑAN. PEGUCHE. OTAVALO



MUSEO DE LAS CULTURAS. COTACACHI



27 DE NOVIEMBRE Y FRANCISCO TERÁN. SAN ANTONIO DE IBARRA



COPACABANA. OTAVALO



CASCADA DE PEGUCHE. OTAVALO



INTY ÑAN. PEGUCHE. OTAVALO



SIMÓN BOLÍVAR Y GARCÍA MORENO. IBARRA



COLEGIO TEODORO GÓMEZ. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y ABDÓN CALDERÓN. OTAVALO



MUELLE DE YAHUARCOCHA. IBARRA



COLEGIO TEODORO GÓMEZ. IBARRA



ATAHUALPA. PAKARI TAMBO. VICENTE RAMÓN ROCA Y JUAN DE DIOS MORALES. OTAVALO



MÚSICOS INDÍGENAS. PAKARI TAMBO. VICENTE RAMÓN ROCA Y JUAN DE DIOS MORALES. OTAVALO



AYA HUMA. CASA DE LA CULTURA BENJAMÍN CARRIÓN. IBARRA



AYA HUMA. ABDÓN CALDERÓN Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. OTAVALO



LOS PENDONEROS. OTAVALO



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. COTACACHI



SIMÓN BOLÍVAR. COTACACHI



RAMON TEANGA. SAN ANTONIO DE IBARRA



DAQUILEMA. CASA DE LEÓNIDAS PROAÑO. SAN ANTONIO DE IBARRA



JUMANDI. CASA DE LEÓNIDAS PROAÑO. SAN ANTONIO DE IBARRA



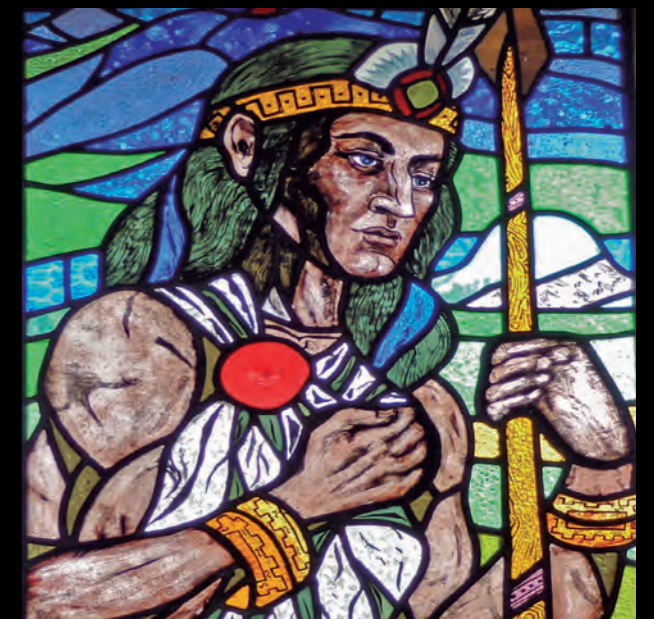
MANUELA LEÓN. CASA DE LEÓNIDAS PROAÑO. SAN ANTONIO DE IBARRA



LÁZARO CONDO. CASA DE LEÓNIDAS PROAÑO. SAN ANTONIO DE IBARRA



DOLORES CAGUANGO. CASA DE L. PROAÑO. SAN ANTONIO DE IBARRA



ATAHUALPA. CASA DE LEÓNIDAS PROAÑO. SAN ANTONIO DE IBARRA



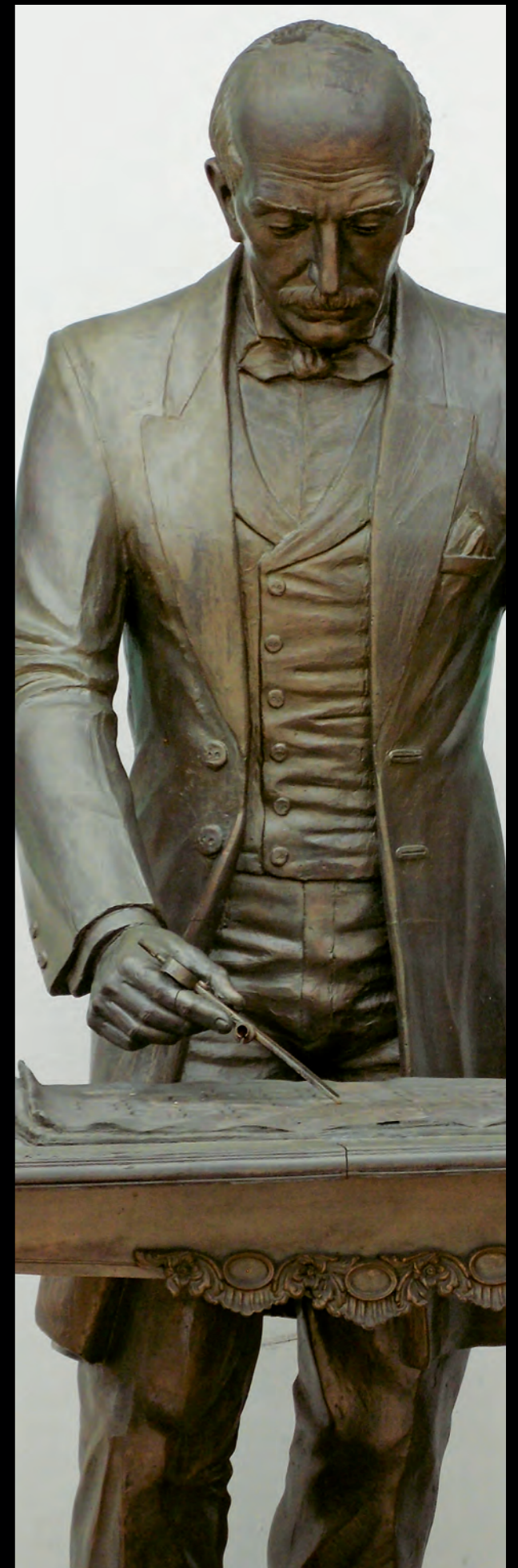
PEDRO MONCAYO. PARQUE PEDRO MONCAYO. IBARRA



MODESTO A. PEÑAHERRERA. GONZÁLEZ SUÁREZ. COTACACHI



LEÓNIDAS PROAÑO. EZEQUIEL RIVADENEIRA. SAN ANTONIO DE IBARRA



GABRIEL GARCÍA MORENO. ESQUINA DEL COCO. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR. PARQUE ABDÓN CALDERÓN. COTACACHI



CRISTÓBAL DE TROYA. ALEJANDRO PASQUEL MONGE, EL OBELISCO. IBARRA



ABDÓN CALDERÓN. PLAZOLETA ABDÓN CALDERÓN. IBARRA



EUGENIO ESPEJO. UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE. IBARRA



JUAN MONTALVO. UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE. IBARRA



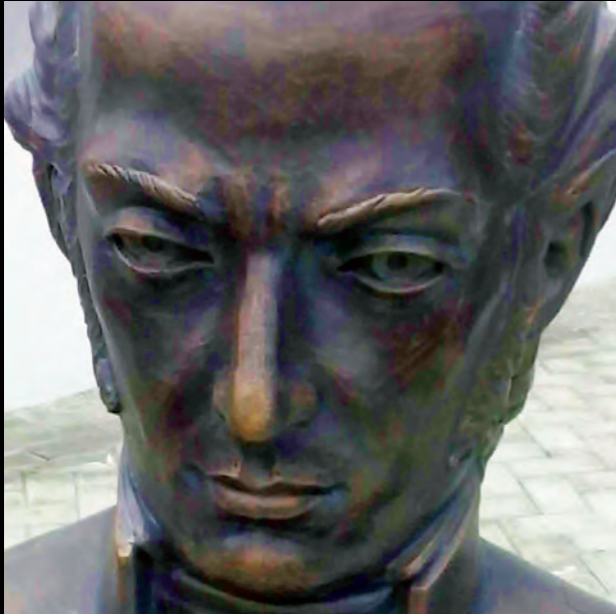
LEÓNIDAS PROAÑO. UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE. IBARRA



ELOY ALFARO. PLAZOLETA ELOY ALFARO. IBARRA



PLAZA CÍVICA. UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR. UNIVERSIDAD DE OTAVALO. OTAVALO



JULIO MIGUEL AGUINAGA. JULIO MIGUEL AGUINAGA. ATUNTAQUI



SIMÓN BOLÍVAR. PARQUE SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



RAMON TEANGA. SAN ANTONIO DE IBARRA



PEDRO MONCAYO. UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE. IBARRA



AUDITORIO AGUSTÍN CUEVA. UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE. IBARRA



AGUSTÍN CUEVA. UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE. IBARRA



AUDITORIO AGUSTÍN CUEVA. UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE. IBARRA



GOBERNACIÓN DE IMBABURA. IBARRA



SUCRE Y CAMILO POMPEYO GUZMAN. SAN ANTONIO DE IBARRA



IGLESIA DEL DIVINO NIÑO. IBARRA



PANAMERICANA SUR. SAN ANTONIO DE IBARRA



ROSITA PAREDES. UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE. IBARRA



JUAN DE SALINAS Y EL RETORNO. IBARRA



PARQUE ABDÓN CALDERÓN. COTACACHI



ANA LUISA LEORO VÁSQUEZ, JAIME RIVADENEIRA Y REDONDEL AJAVÍ. IBARRA



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DANIEL REYES. SAN ANTONIO DE IBARRA



MIRADOR DE SAN MIGUEL ARCÁNGEL. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR. MUSEO DE LAS CULTURAS. COTACACHI



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. MUSEO DE LAS CULTURAS. COTACACHI



CENTRO INTERCULTURAL COMUNITARIO EL JUNCAL. EL JUNCAL. IBARRA



ELOY ALFARO. ZULETA. IBARRA



MUSEO DE LAS CULTURAS. COTACACHI



SANCHO PANZA. UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE. IBARRA



DON QUIJOTE. UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE. IBARRA



ATAHUALPA. INSTITUTO S.T. DANIEL REYES. SAN ANTONIO DE IBARRA



PANAMERICANA NORTE. ATUNTAQUI



SAN MIGUEL ARCÁNGEL. REDONDEL DE AJAVÍ. IBARRA



VIRGEN DE GUADALUPE. IGLESIA DE SAN LUIS. **OTAVALO**



SANTA MARIANITA DE JESÚS. IGLESIA DE SAN LUIS. **OTAVALO**



OBISPO SILVIO LUIS HARO ALVEAR. CAPILLA EPISCOPAL. **IBARRA**



OBISPO JUAN IGNACIO LARREA HOLGUÍN. CAPILLA EPISCOPAL. **IBARRA**



BEATA NARCISCA DE JESÚS MARTILLO. IGLESIA DE SAN LUIS. **OTAVALO**



JESÚS RESUCITADO CON LOS DISCÍPULOS. IGLESIA DE SAN LUIS. **OTAVALO**



OBISPO ALEJANDRO PASQUEL MONJE. CAPILLA EPISCOPAL. **IBARRA**



OBISPO FEDERICO GONZÁLEZ SUÁREZ. CAPILLA EPISCOPAL. **IBARRA**



HERMANO MIGUEL FEBRES CORDERO. IGLESIA DE SAN LUIS. **OTAVALO**



JESÚS EN BATANIA CON MARTA Y MARÍA. IGLESIA DE SAN LUIS. **OTAVALO**



OBISPO ANTONIO TOMÁS ITURRALDE. CAPILLA EPISCOPAL. **IBARRA**



SANTO CURA DE ARS. IGLESIA DE SAN LUIS. **OTAVALO**



BASÍLICA DE LA MERCED. IBARRA



BASÍLICA DE LA MERCED. IBARRA



BASÍLICA DE LA MERCED. IBARRA



BASÍLICA DE LA MERCED. IBARRA



BASÍLICA DE LA DOLOROSA. IBARRA



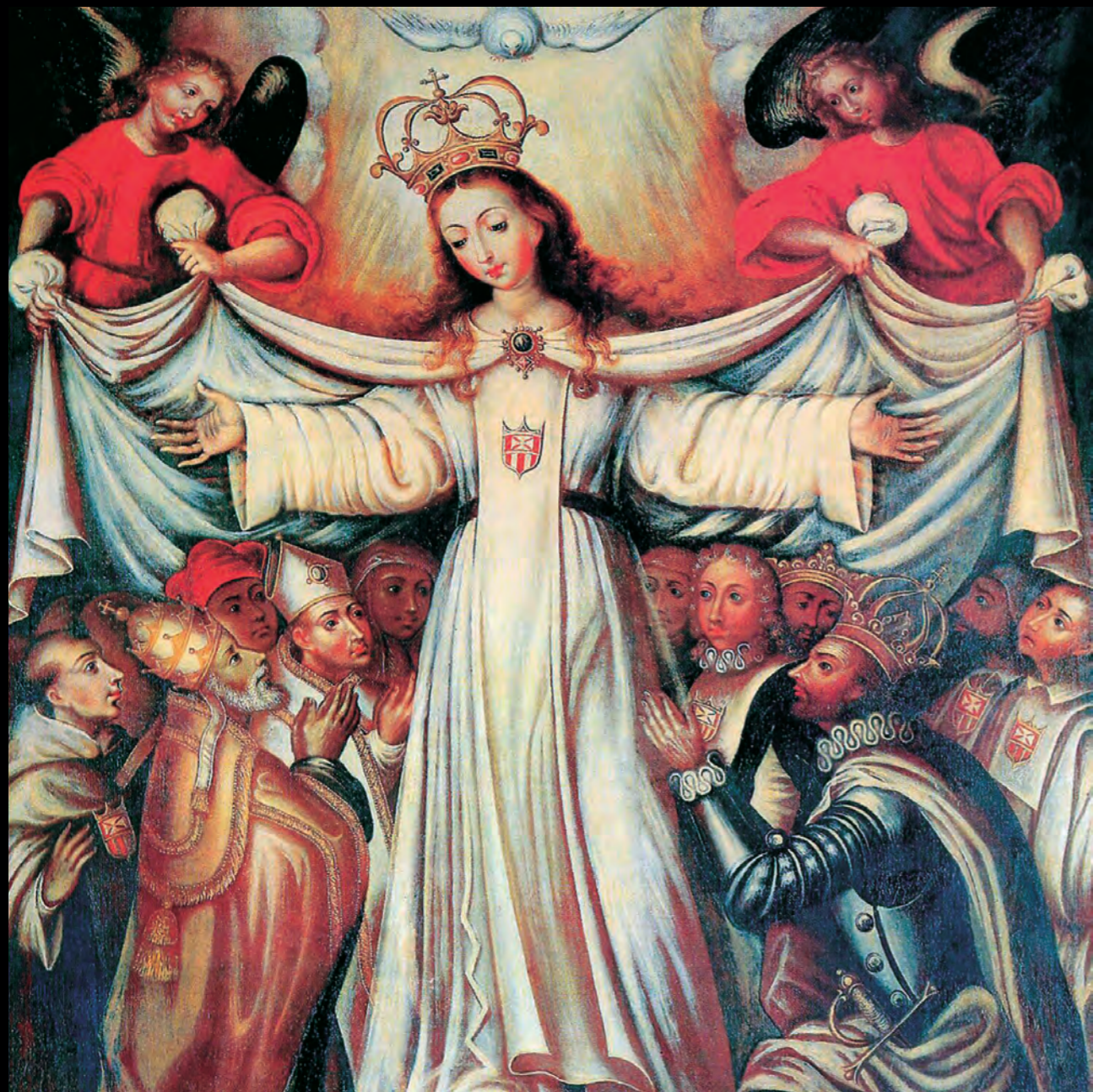
IGLESIA EL JORDÁN. OTAVALO



IGLESIA DE SAN BLAS. URQUQUI



IGLESIA DE SAN FRANCISCO. OTAVALO



BÁSILICA DE LA MERCED. IBARRA



IGLESIA DEL SEÑOR DEL AMOR. CARANQUI. IBARRA



IGLESIA EL JORDÁN. OTAVALO



IGLESIA DEL SEÑOR DEL AMOR. CARANQUI. IBARRA



IGLESIA DE SAN LUIS. OTAVALO



BASILICA DE LA DOLOROSA. IBARRA



BASILICA DE LA MERCED. IBARRA



IGLESIA EL JORDÁN. OTAVALO



GRUTA DEL SOCABÓN. OTAVALO



CAPILLA EPISCOPAL. IBARRA



CAPILLA EPISCOPAL. IBARRA



MIGUEL OVIEDO Y JUAN MONTALVO. IBARRA



CEMENTERIO GENERAL. URCUQUÍ



IGLESIA DE SANTO DOMINGO. IBARRA



SANTA MARTA. IGLESIA DE SANTA MARTA. ATUNTAQUI



IGLESIA DEL SEÑOR DEL SANTO SEPULCRO. ATUNTAQUI



CAPILLA EPISCOPAL. IBARRA



IGLESIA EL JORDÁN. OTAVALO



IGLESIA DE SANTO DOMINGO. IBARRA



SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS. OTAVALO



MERCADO AMAZONAS. IBARRA



MERCADO AMAZONAS. IBARRA



IGLESIA DEL SEÑOR DEL AMOR. CARANQUI. IBARRA



IGLESIA DE SAN BLAS. URQUQUI



MIGUEL OVIEDO Y JUAN MONTALVO. IBARRA



IGLESIA EL JORDÁN. OTAVALO



IGLESIA EL JORDÁN. OTAVALO



PARQUE DEL PERIODISMO. IBARRA



PARQUE DEL PERIODISMO. IBARRA



PARQUE DEL PERIODISMO. IBARRA



PARQUE DEL PERIODISMO. IBARRA



ERNESTO CHE GUEVARA. UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE. IBARRA



EL RENACER. FÁBRICA IMBABURA. ANDRADE MARÍN. ANTONIO ANTE



JAIME ROLDÓS AGUILERA. PARQUE CÍVICO. PIMAMPIRO



EL PENSADOR. UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE. IBARRA



SAN MIGUEL ARCÁNGEL. PARQUE CENTRAL. URCUQUÍ



EL PROGRESO. FÁBRICA IMBABURA. ANDRADE MARÍN. ANTONIO ANTE



PANAMERICANA NORTE. SAN ANTONIO DE IBARRA



BOMBEROS. PARQUE DE LA FAMILIA. IBARRA



PARQUE GERMÁN GRIJALVA. IBARRA



PARQUE GERMÁN GRIJALVA. IBARRA



POLICIA NACIONAL. JAIME ROLDÓS AGUILERA Y PANAMERICANA. IBARRA



PARQUE GERMÁN GRIJALVA. IBARRA



PARQUE S. VICENTE PONCE. IBARRA



REDONDEL DE LA MADRE. IBARRA



PARQUE ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. ATUNTAQUI



REDONDEL DE LOS DANZANTES. OTAVALO



PARQUE ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. ATUNTAQUI



PARQUE ABDÓN CALDERÓN. COTACACHI



PARQUE CÍVICO. PIMAMPIRO



PARQUE ELEODORO AYALA. SAN ANTONIO DE IBARRA



PARQUE ELEODORO AYALA. SAN ANTONIO DE IBARRA



PARQUE ELEODORO AYALA. SAN ANTONIO DE IBARRA



PARQUE ELEODORO AYALA. SAN ANTONIO DE IBARRA



PARQUE ELEODORO AYALA. SAN ANTONIO DE IBARRA



PARQUE ELEODORO AYALA. SAN ANTONIO DE IBARRA



AUDITORIO AGUSTÍN CUEVA. UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE. IBARRA



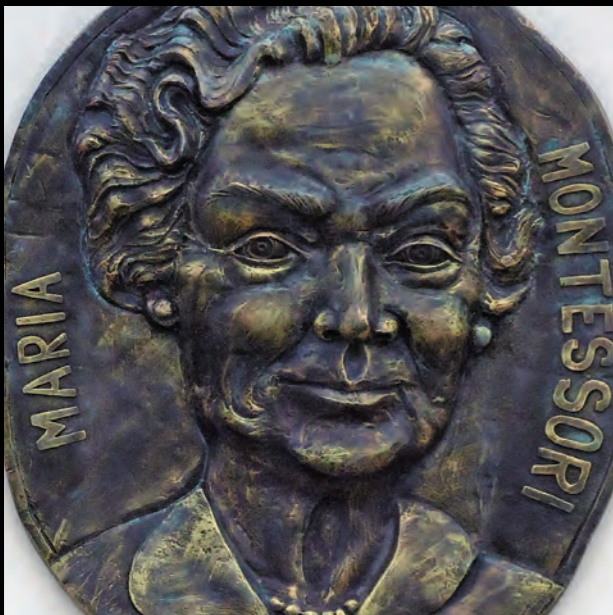
CAMILO POMPEYO GUZMÁN Y A. JOSÉ DE SUCRE. SAN ANTONIO DE IBARRA



BASÍLICA DE LA MERCED. IBARRA



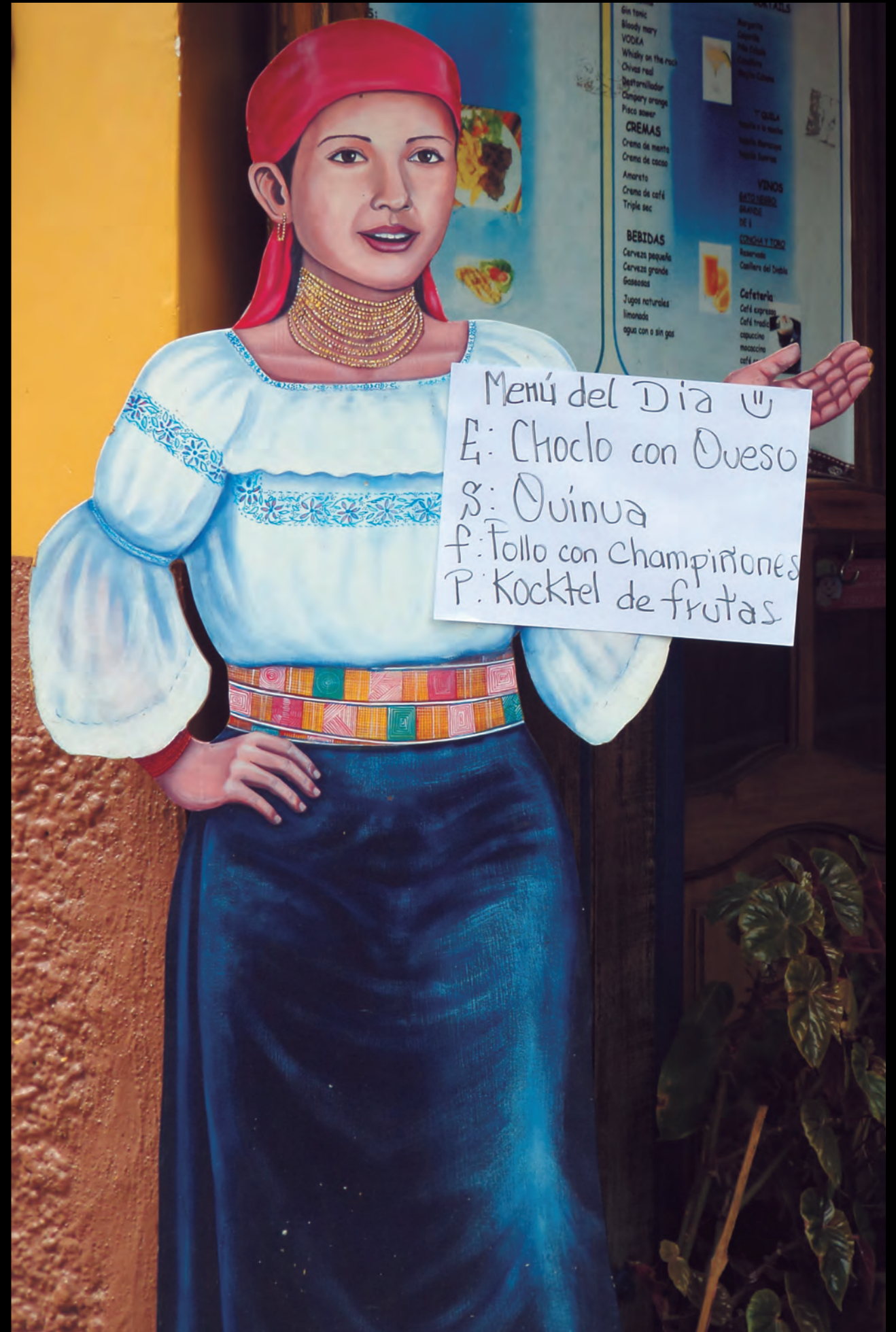
GUAGUAS DE PAN. CEMENTERIO DE LOS INDÍGENAS. OTAVALO



MARÍA MONTESSORI. JARDÍN MARÍA MONTESSORI. IBARRA



BASÍLICA DE LA MERCED. IBARRA



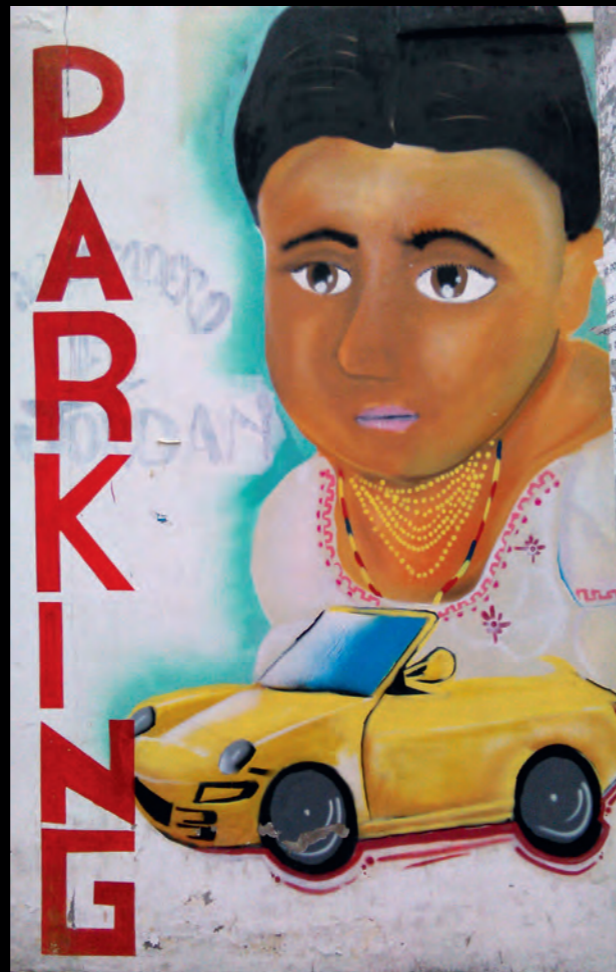
Menú del Día ☺
 E: Choclo con Queso
 S: Quinua
 f: Follo con Champiñones
 P: Kocktel de frutas

GIN TONIC
 Bloody mary
 VODKA
 Whisky on the rock
 Oivas real
 Bestorvilador
 Campary orange
 Pisco sower
 CREMAS
 Crema de menta
 Crema de cacao
 Anarsto
 Crema de café
 Triple sec
 BEBIDAS
 Cerveza pequeña
 Cerveza grande
 Gaseosas
 Jugos naturales
 limonada
 agua con o sin gas

ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. OTAVALO



ATAHUALPA Y TOBIÁS MENA. IBARRA



ABDÓN CALDERÓN Y ROCA. OTAVALO



RAFAEL SÁNCHEZ Y FRANCISCO BONILLA. IBARRA



JUAN DE DIOS MORALES. OTAVALO



SÁNCHEZ Y CIFUENTES Y JAIME ROLDÓS AGUILERA. IBARRA



JUAN DE SALINAS Y JUAN JOSÉ FLORES. IBARRA



PIÑÁN Y PANAMERICANA NORTE. IBARRA



EL RETORNO Y ATAHUALPA. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y TEODORO GÓMEZ. IBARRA



31 DE OCTUBRE Y JUAN DE DIOS MORALES. OTAVALO



VICENTE ROCAFUERTE. IBARRA



MARIANO ACOSTA Y JUAN FRANCISCO LEORO VÁZQUEZ. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y JUAN DE DIOS MORALES. OTAVALO



VICENTE RAMÓN ROCA. OTAVALO



RAFAEL SÁNCHEZ Y TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE. IBARRA



BOLÍVAR VINUEZA E IMBABURA. ANDRADE MARÍN. ANTONIO ANTE



SIMÓN BOLÍVAR. COTACACHI



PARQUE DEL AVIÓN Y ÁNGEL MENESES. IBARRA



JAIME ROLDÓS AGUILERA Y AURELIO MOSQUERA NARVÁEZ. IBARRA



JUAN JOSÉ FLORES Y PEDRO VICENTE MALDONADO. IBARRA



SÁNCHEZ Y CIFUENTES Y EUSEBIO BORRERO. IBARRA



JOSÉ JOAQUÍN DE OLMEDO Y JUAN DE VELASCO. IBARRA



MARIANO ACOSTA Y OBISPO ALEJANDRO PASQUEL MONGE. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y GARCÍA MORENO. IBARRA



PEDRO VICENTE MALDONADO Y JUAN DE VELASCO. IBARRA



ATAHUALPA Y RICARDO SÁNCHEZ. IBARRA



GARCÍA MORENO. OTAVALO



SIMÓN BOLÍVAR Y OBISPO MOSQUERA. IBARRA



QUITO Y 31 DE OCTUBRE. OTAVALO



MARIANO ACOSTA Y JUAN JOSÉ FLORES. IBARRA



ATAHUALPA Y FRANCISCO BONILLA. IBARRA



JUAN JOSÉ FLORES Y VICENTE ROCAFUERTE. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR. OTAVALO



VICENTE RAMON ROCA Y ABDÓN CALDERÓN. OTAVALO



SIMÓN BOLÍVAR. OTAVALO



ESTACIÓN DEL TREN. OTAVALO



VICENTE ROCAFUERTE Y GUILLERMINA GARCÍA. IBARRA



GENERAL ENRÍQUEZ Y PÉREZ MUÑOZ. ATUNTAQUI



TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE Y SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. OTAVALO



LUIS VARGAS TORRES Y GONZALO GÓMEZ JURADO. IBARRA



MEJÍA Y SIMÓN BOLÍVAR. OTAVALO



MANUEL DE LA CHICA NARVAEZ Y JUAN JOSÉ FLORES. IBARRA



ALFREDO OBANDO LUNA Y VICENTE ROCAFUERT. IBARRA



ATAHUALPA Y JOSÉ MIGUEL LEORO. IBARRA



CRISTÓBAL COLÓN Y JOSÉ JOAQUIN DE OLMEDO. IBARRA



TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE Y BARTOLOMÉ GARCÍA. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y CRISTÓBAL COLÓN. IBARRA



HELEODORO AYALA Y DARIO EGAS GRIJALVA. IBARRA



24 DE MAYO Y VICENTE ROCAFUERTE. COTACACHI



ATAHUALPA Y RICARDO SÁNCHEZ. IBARRA



NEPTALÍ ORDOÑEZ. IBARRA



10 DE AGOSTO. COTACACHI



JUAN DE VELASCO Y VICENTE ROCAFUERTE. IBARRA



PÉREZ MUÑOZ Y RIO AMAZONAS. ATUNTAQUI



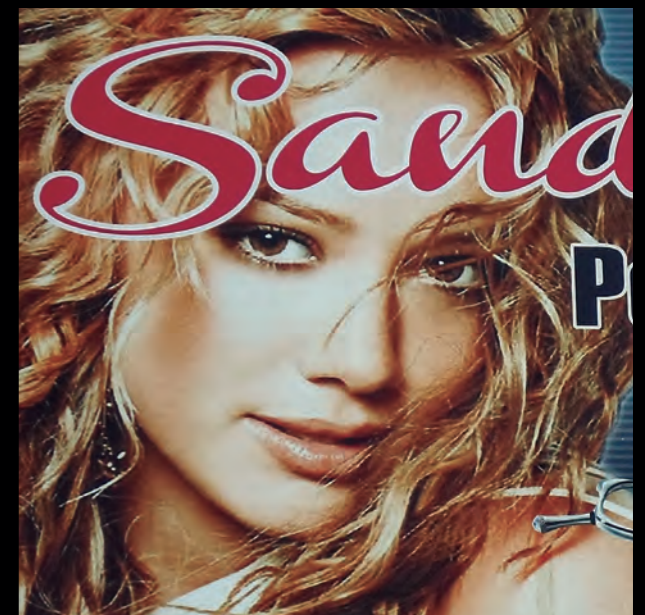
ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. IBARRA



VÍCTOR MANUEL GUZMÁN Y ALFREDO GÓMEZ. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR. OTAVALO



SIMÓN BOLÍVAR. OTAVALO



EUSEBIO BORRERO Y SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



JULIO MIGUEL AGUINAGA Y ABDÓN CALDERÓN. ATUNTAQUI



FÁBRICA IMBABURA. ANTONIO ANTE



PANAMERICANA NORTE. URCUQUÍ



MIGUEL OVIEDO Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



PARQUE LINEAL. OTAVALO

Flora

Flora





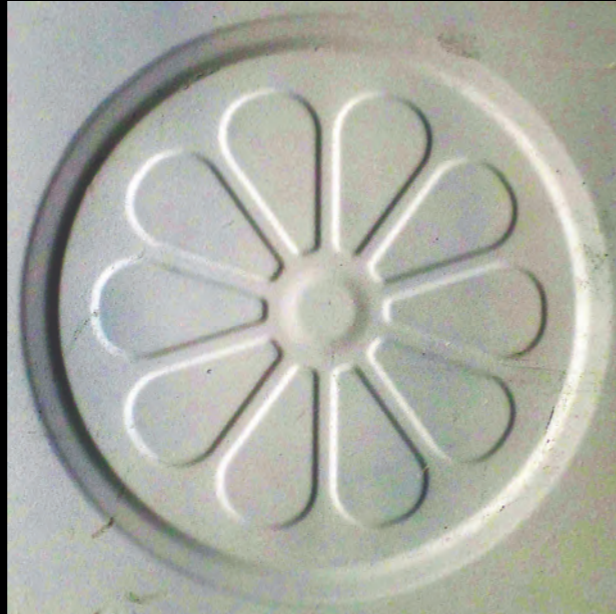
ATAHUALPA Y JOSÉ MIGUEL LEORO. IBARRA



VICENTE ROCAFUERTE Y JUAN JOSÉ FLORES. IBARRA



PARQUE SANTO DOMINGO. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y EUSEBIO BORRERO. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y PEDRO MONCAYO. IBARRA



VICENTE ROCAFUERTE Y PEDRO MONCAYO. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y OLMEDO. OTAVALO



CAPILLA EPISCOPAL. IBARRA



CAPILLA EPISCOPAL. IBARRA



31 DE OCTUBRE Y JUAN MONTALVO. OTAVALO



BOLÍVAR Y GARCÍA MORENO. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



PARQUE ELEODORO AYALA. SAN ANTONIO DE IBARRA



CEMENTERIO SAN MIGUEL DE IBARRA. IBARRA



ELIAS LIBORIO MADERA Y JUAN DE SALINAS. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. OTAVALO



MUSEO DE LAS CULTURAS. COTACACHI



JUAN M. GRIJALVA Y SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



MUELLE YAHUARCOCHA. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. IBARRA



JUAN MONTALVO Y GONZÁLEZ SUÁREZ. COTACACHI



EL RETORNO Y RICARDO SÁNCHEZ IBARRA



CACIQUE OTAVALO Y GUAYAQUIL. OTAVALO



MARIANO ACOSTA Y CRISTÓBAL GÓMEZ JURADO. IBARRA



TEODORO MIGUEL EGAS. SAN ANTONIO DE IBARRA



TEODORO MIGUEL EGAS. SAN ANTONIO DE IBARRA



TEODORO MIGUEL EGAS. SAN ANTONIO DE IBARRA



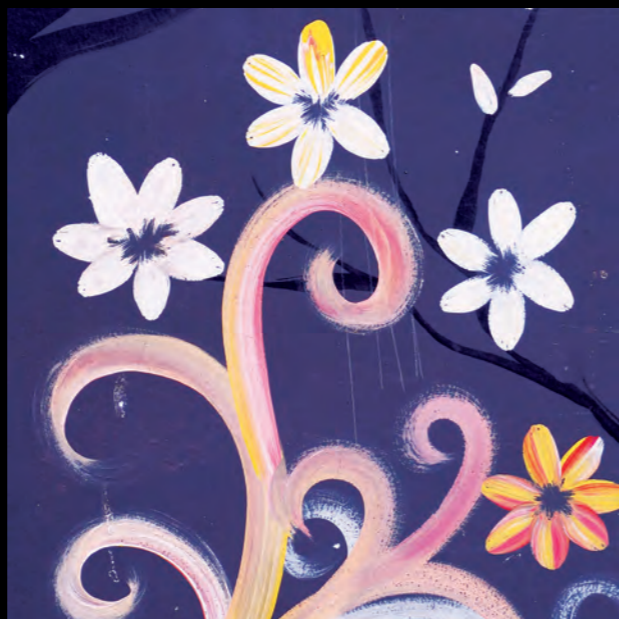
CEMENTERIO DE SAN MIGUEL. IBARRA



JUAN DE SALINAS Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. OTAVALO



RAMÓN TEANGA Y ELOY ALFARO. SAN ANTONIO DE IBARRA



EL RETORNO. IBARRA



CEMENTERIO DE SAN MIGUEL. IBARRA



PARQUE ABDÓN CALDERÓN. COTACACHI



JUAN MONTALVO Y MIGUEL OVIEDO. IBARRA



MARIANO ACOSTA. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. OTAVALO



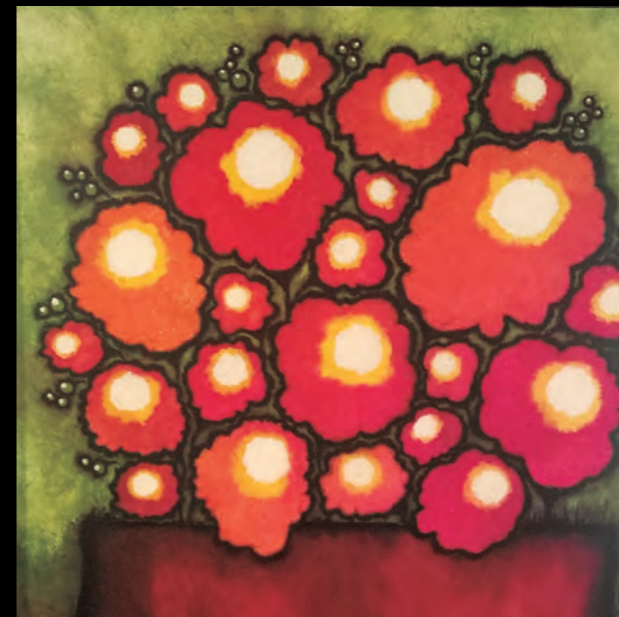
LA ESPERANZA. IBARRA



LAS CORAZAS Y CHASQUIS. PEGUCHE. OTAVALO



JOSÉ ANTONIO Y RIVERA. COTACACHI



VICENTE ROCAFUERTE Y JOSÉ MEJIA. IBARRA



RAMÓN TEANGA Y EZEQUIEL RIVADENEIRA. SAN ANTONIO DE IBARRA



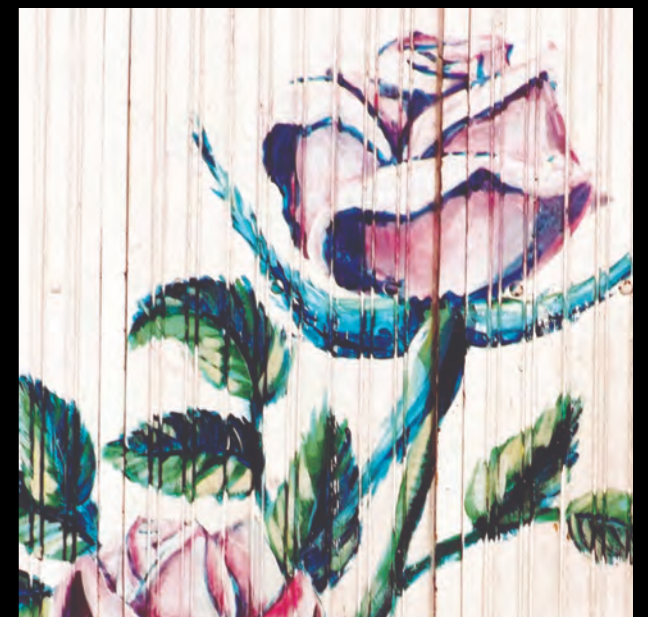
PEDRO MONCAYO. IBARRA



FRANCISCO TERÁN Y 27 DE NOVIEMBRE. SAN ANTONIO DE IBARRA



JUAN DE VELASCO Y RÍO AMAZONAS. ATUNTAQUI



RAMÓN TEANGA. SAN ANTONIO DE IBARRA



IGLESIA EL JORDÁN. OTAVALO



IGLESIA DE SAN LUIS. OTAVALO



CAPILLA EPISCOPAL. IBARRA



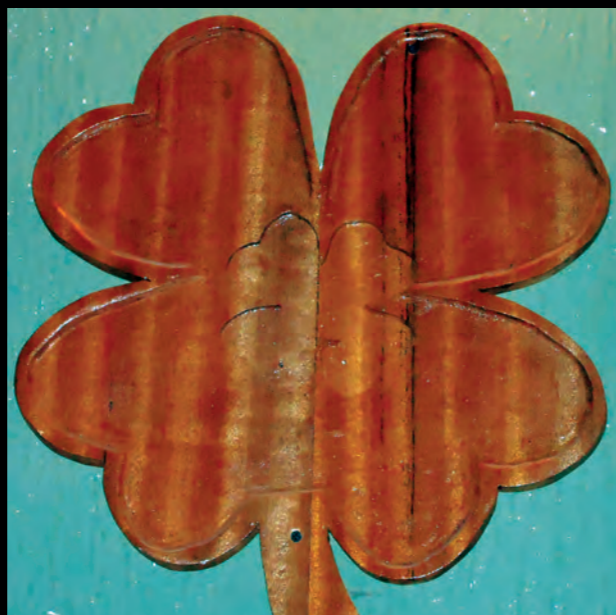
GARCÍA MORENO Y SUCRE. IBARRA



PEDRO MONCAYO Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. IBARRA



IGLESIA DE SAN LUIS. OTAVALO



SIMÓN BOLÍVAR Y JOSÉ JOAQUÍN OLMEDO. OTAVALO



BASÍLICA DE LA MERCED. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y GARCÍA MORENO. IBARRA



IGLESIA DE SAN LUIS. IBARRA



CAPILLA EPISCOPAL. IBARRA



IGLESIA LA CATEDRAL. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y GARCÍA MORENO. IBARRA



BASÍLICA DE LA MERCED. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y MIGUEL OVIEDO. IBARRA



BASÍLICA DE LA MERCED. IBARRA



IGLESIA DE SAN LUIS. IBARRA



IGLESIA DE SAN FRANCISCO. IBARRA



CAPILLA EPISCOPAL. IBARRA



SIMÓN BOLIVAR Y GARCÍA MORENO. IBARRA



VICENTE ROCAFUERTE Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. IBARRA



SÁNCHEZ Y CIFUENTES Y JUAN JOSÉ FLORES. IBARRA



IGLESIA DEL SEÑOR DEL SANTO SEPULCRO. ATUNTAQUI



IGLESIA LA CATEDRAL. IBARRA



SÁNCHEZ Y CIFUENTES Y JUAN JOSÉ FLORES. IBARRA



IGLESIA DEL JORDÁN. OTAVALO



IGLESIA DEL QUINCHE. IBARRA



IGLESIA DEL SEÑOR DEL AMOR. CARANQUI. IBARRA



PARQUE LA VICTORIA. IBARRA



PARQUE DE ILUMÁN. OTAVALO



10 DE AGOSTO. IBARRA



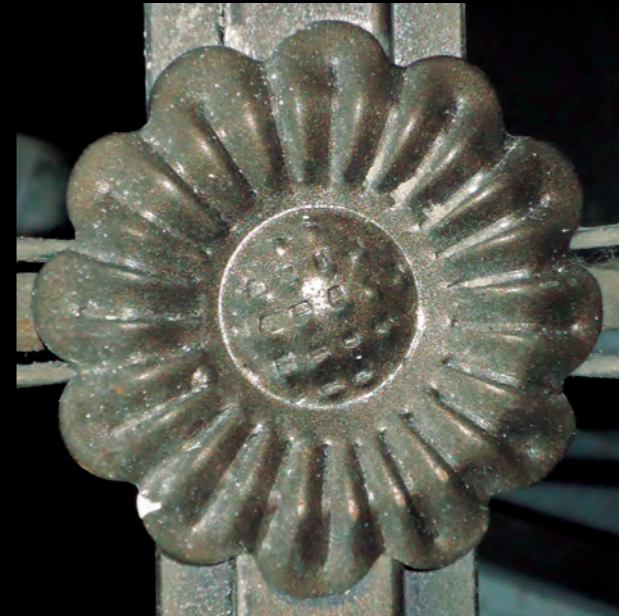
PARQUE PEDRO MONCAYO. IBARRA



10 DE AGOSTO. COTACACHI



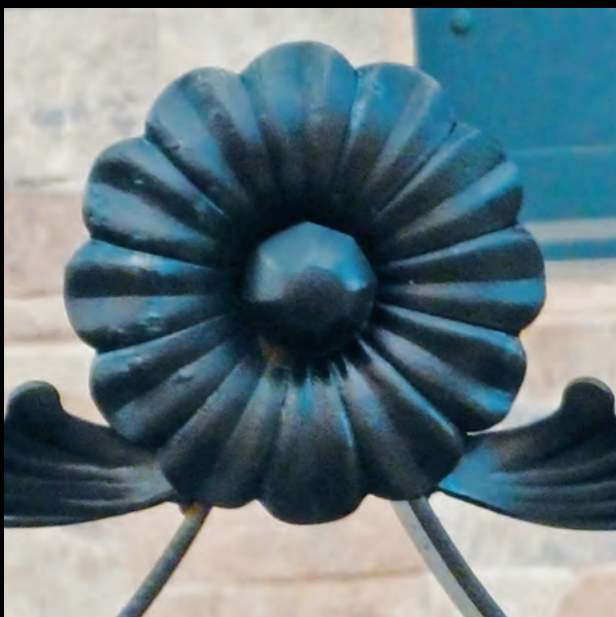
TOBIÁS MENA. IBARRA



10 DE AGOSTO. COTACACHI



PARQUE PEDRO MONCAYO. IBARRA



RAMÓN TEANGA. SAN ANTONIO DE IBARRA



GARCÍA MORENO Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y JUAN DE VELASCO. IBARRA



MIGUEL OVIEDO Y JOSÉ JOAQUÍN DE OLMEDO. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



ELOY ALFARO. ATUNTAQUI



IGLESIA DE SAN FRANCISCO. IBARRA



FERNANDINA Y LATACUNGA. IBARRA



GARCÍA MORENO. ANTONIO ANTE



JUAN DE VELASCO Y PEDOR VICENTE MALDONADO. IBARRA



BASILICA DE LA DOLOROSA. IBARRA



PEDRO MONCAYO Y VICENTE ROCAFUERTE. IBARRA



PEDRO MONCAYO Y VICENTE ROCAFUERTE. IBARRA



PEDRO MONCAYO Y VICENTE ROCAFUERTE. IBARRA



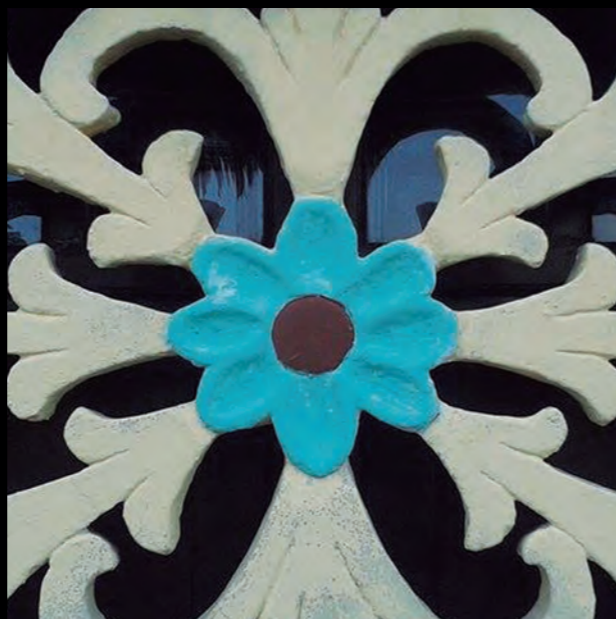
IGLESIA MATRIZ. URQUQUÍ



PEDRO MONCAYO Y VICENTE ROCAFUERTE. IBARRA



MACHÁNGARA. OTAVALO



IGLESIA DE SAN FRANCISCO. IBARRA



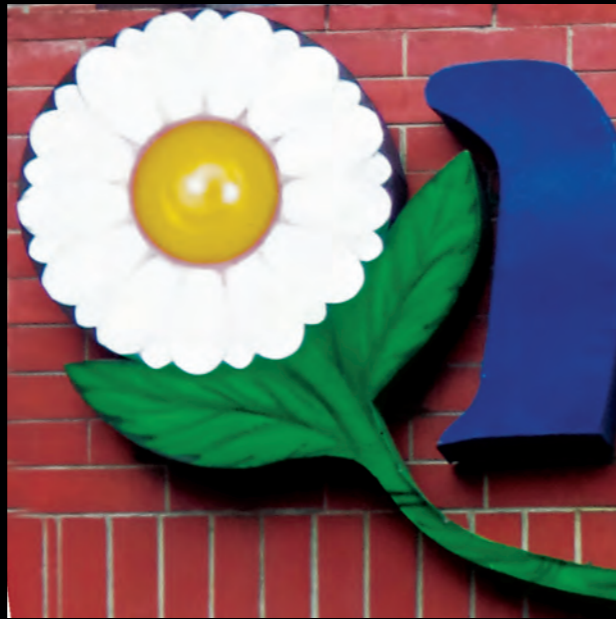
JOSÉ JOAQUÍN OLMEDO. IBARRA



IGLESIA DE LA ESPERANZA. IBARRA



ABDÓN CALDERÓN Y MODESTO JARAMILLO. OTAVALO



SIMÓN BOLÍVAR Y CRISTÓBAL COLÓN. OTAVALO



VICENTE ROCAFUERTE Y JUAN JOSÉ FLORES. IBARRA



JUAN JOSÉ FLORES Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y GONZÁLEZ SUÁREZ. COTACACHI



CHICA NARVÁEZ Y PEDRO MONCAYO. IBARRA



CHICA NARVÁEZ Y PEDRO MONCAYO. IBARRA



9 DE OCTUBRE. IBARRA



SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



PEDRO MARTÍNEZ Y NUÑEZ. COTACACHI



SIMÓN BOLÍVAR Y CRISTÓBAL DE TROYA. IBARRA



CISTÓBAL DE TROYA Y FERNANDO VILLAMAR. IBARRA



SIMÓN BOLIVAR. IBARRA



MARIANO ACOSTA Y CRISTOBAL GÓMEZ JURADO. IBARRA



SIMÓN BOLIVAR Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. OTAVALO



SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



ABERLARDO MONCAYO. ANTONIO ANTE



PLAZOLETA ELOY ALFARO. IBARRA



EL RETORNO. IBARRA



Fauna

Fauna



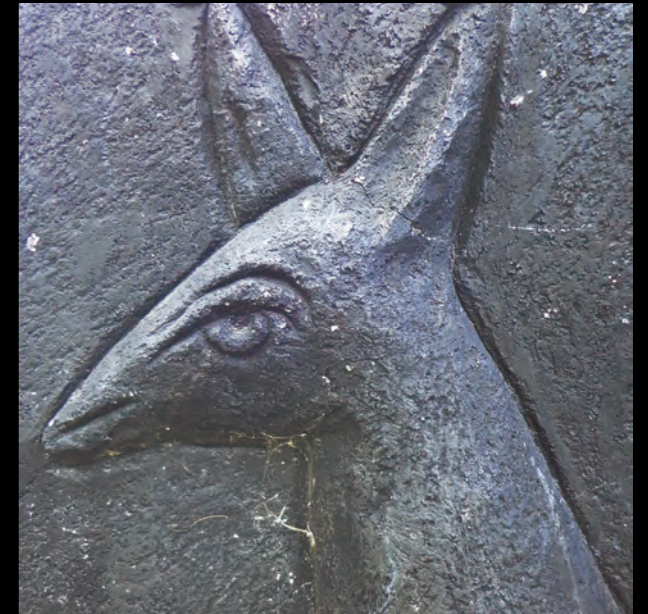
PARQUE BOYACÁ. IBARRA



MUELLE DE LA LAGUNA DE YAHUARCOCHA. IBARRA



RAMÓN TEANGA Y HERMANOS MIDEROS. SAN ANTONIO DE IBARRA



MUELLE DE LA LAGUNA DE YAHUARCOCHA. IBARRA



FRANCISCO TERÁN Y 27 DE NOVIEMBRE. SAN ANTONIO DE IBARRA



MUELLE DE LA LAGUNA DE YAHUARCOCHA. IBARRA



JUAN JOSÉ FLORES Y VICENTE ROCAFUERTE. IBARRA



INTY ÑAN. PEGUCHE. OTAVALO



JUAN JOSÉ FLORES Y VICENTE ROCAFUERTE. IBARRA



INTY ÑAN. PEGUCHE. OTAVALO



INTY ÑAN. PEGUCHE. OTAVALO



PAKARI TAMBO. VICENTE RAMON ROCA. OTAVALO



PAKARI TAMBO. VICENTE RAMON ROCA. OTAVALO



ALEJANDRO LÓPEZ. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR. COTACACHI



VICENTE ROCAFUERTE Y EUSEBIO BORRERO. IBARRA



GARCÍA MORENO Y SUCRE. COTACACHI



Basílica de la Merced. Ibarra



Mariano Acosta y Genaro Jaramillo. Ibarra



García Moreno y Antonio José de Sucre. Otavalo



Vicente Rocafuerte y José Mejía Lequerique. Ibarra



Vicente Rocafuerte y José Mejía Lequerique. Ibarra



José Joaquín Olmedo y Miguel Oviedo. Ibarra



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y GENERAL ENRÍQUEZ. ATUNTAQUI



JAIME RIVADENEIRA Y JUAN DE DIOS NAVAS. IBARRA



MIGUEL OVIEDO Y JOSÉ JOAQUÍN OLMEDO. IBARRA



RIO AMAZONAS Y ESPEJO. ATUNTAQUI



INTY ÑAM. PEGUCHE. OTAVALO



AUDITORIO AGUSTÍN CUEVA. UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE. IBARRA



SÁNCHEZ Y CIFUENTES Y JOSÉ MIGUEL LEORO. IBARRA



VICENTE RAMÓN ROCA Y CRISTOBAL COLÓN. OTAVALO



INTY ÑAM. PEGUCHE. OTAVALO



PARQUE SAN FRANCISCO. COTACAQUI



KINTI WASI. **OTAVALO**



VICENTE RAMON ROCA Y QUITO. **OTAVALO**



JUAN JOSÉ FLORES Y VICENTE ROCAFUERTE. **IBARRA**



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y MIGUEL OVIEDO. **IBARRA**



PAZ PONCE DE LEÓN. **OTAVALO**



GARCÍA MORENO Y SUCRE. **OTAVALO**



PEDRO VICENTE MALDONADO Y CRISTOBAL COLON. **IBARRA**



ATAHUALPA Y MIGUEL LEORO. **IBARRA**



SAN JUAN Y ARGENTINA. SAN PABLO DEL LAGO. **OTAVALO**



CRISTOBAL DE TROYA. **IBARRA**



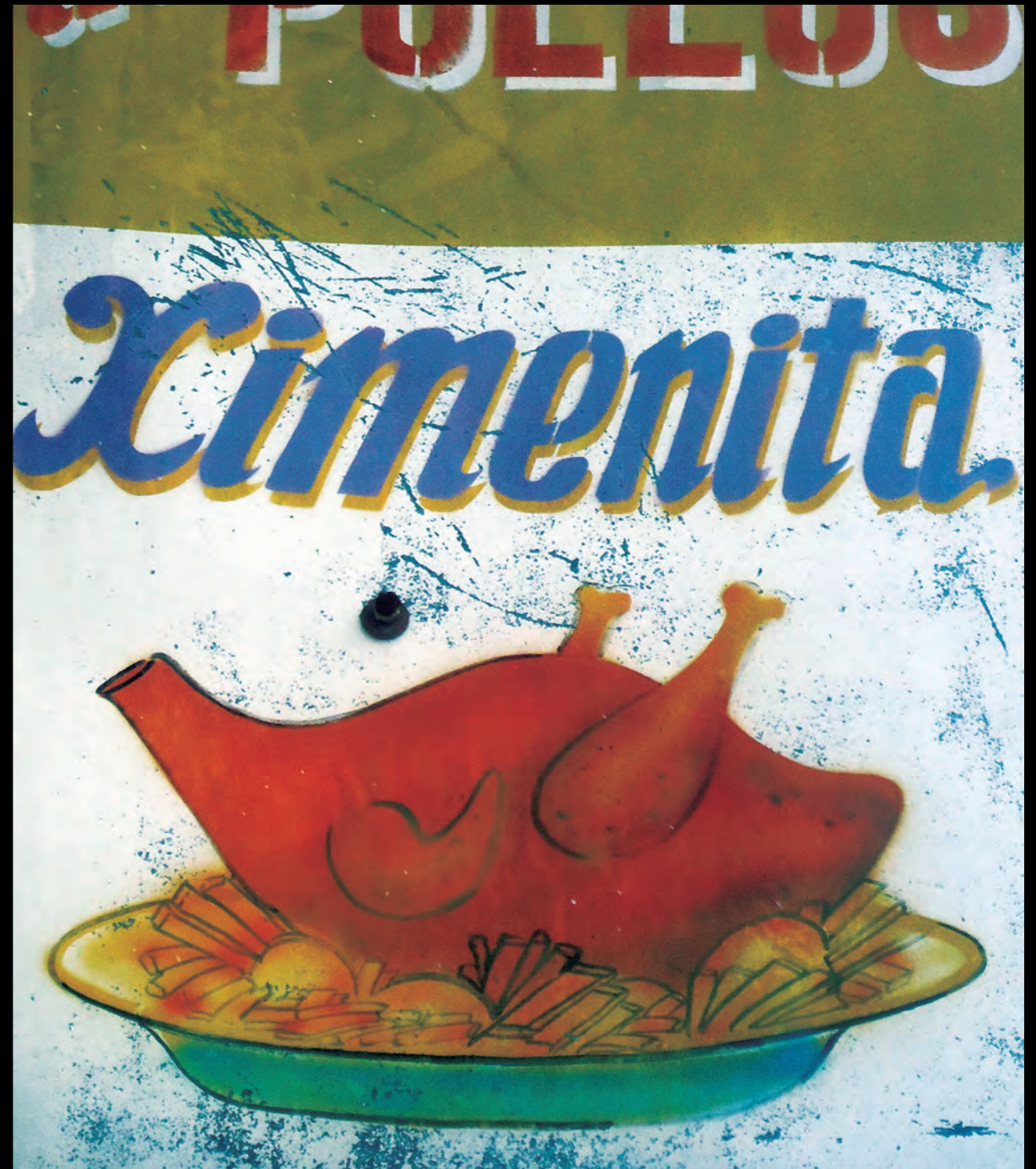
SIMÓN BOLIVAR Y JUAN DE DIOS MORALES. **OTAVALO**



VICENTE ROCAFUERTE. **IBARRA**



LUIS VARGAS TORRES Y FRAY VACAS GALINDO. IBARRA



ESTÉBAN PERALTA Y MARÍA PIJAL. OTAVALO



JOSÉ JOAQUIN DE OLMEDO. OTAVALO



GENERAL ENRÍQUEZ. ATUNTAQUI



JAIME RIVADENEIRA Y JUAN DE DIOS NAVAS. IBARRA



JULIO MIGUEL AGUINAGA Y ARTURO PÉREZ. ANTONIO ANTE



ATAHUALPA Y CÉSAR DÁVILA GUERRA. IBARRA



31 DE OCTUBRE Y JUAN MONTALVO. OTAVALO



JULIO MIGUEL AGUINAGA Y ARTURO PÉREZ. ANTONIO ANTE



31 DE OCTUBRE Y JUAN MONTALVO. OTAVALO



31 DE OCTUBRE Y QUITO. OTAVALO



ABELARDO MONCAYO. ANTONIO ANTE



MERCADO 23 DE MAYO. IBARRA



PEPDRO MONCAYO. IBARRA



OBISPO MOSQUERA Y BARTOLOMÉ GARCÍA. IBARRA



GENERAL ENRÍQUEZ. ATUNTAQUI



GONZÁLEZ SUÁREZ. COTACACHI



OVIDEO Y JAIME RIVADENEIRA. IBARRA



SIMÓN BOLIVAR Y ATAHUALPA. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y ABDÓN CALDERON. OTAVALO



VICENTE RAMON ROCA Y MODESTO JARAMILLO. OTAVALO



PARQUE ORNAMENTAL. COTACACHI



SAN VICENTE. IBARRA



10 DE AGOSTO. COTACACHI



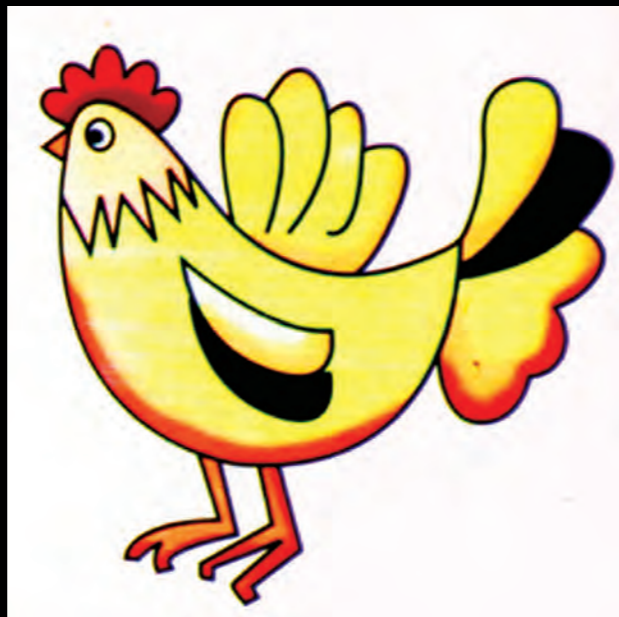
CRISTOBAL DE TROYA Y MARIANO ACOSTA. IBARRA



10 DE AGOSTO. COTACACHI



ATAHUALPA. OTAVALO



RETORNO. COTACACHI



CRISTÓBAL COLÓN Y MODESTO JARAMILLO. OTAVALO



MARIANO ACOSTA. IBARRA



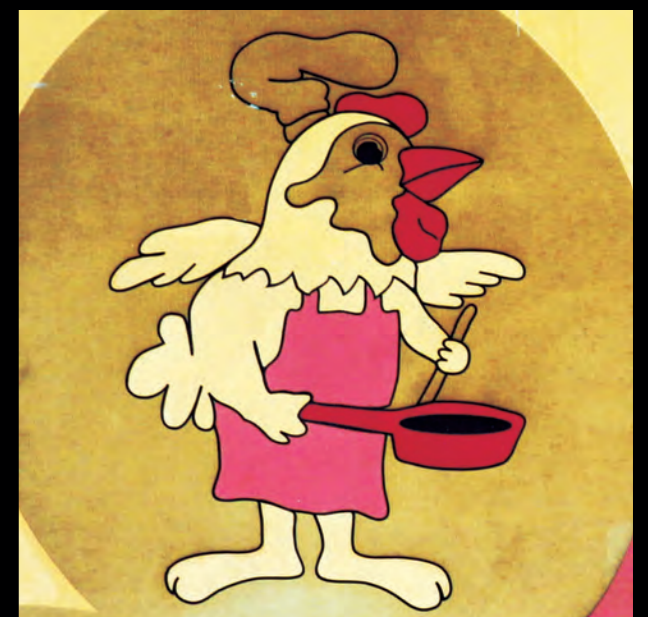
ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y ABDÓN CALDERON. OTAVALO



PANAMERICANA NORTE. OTAVALO



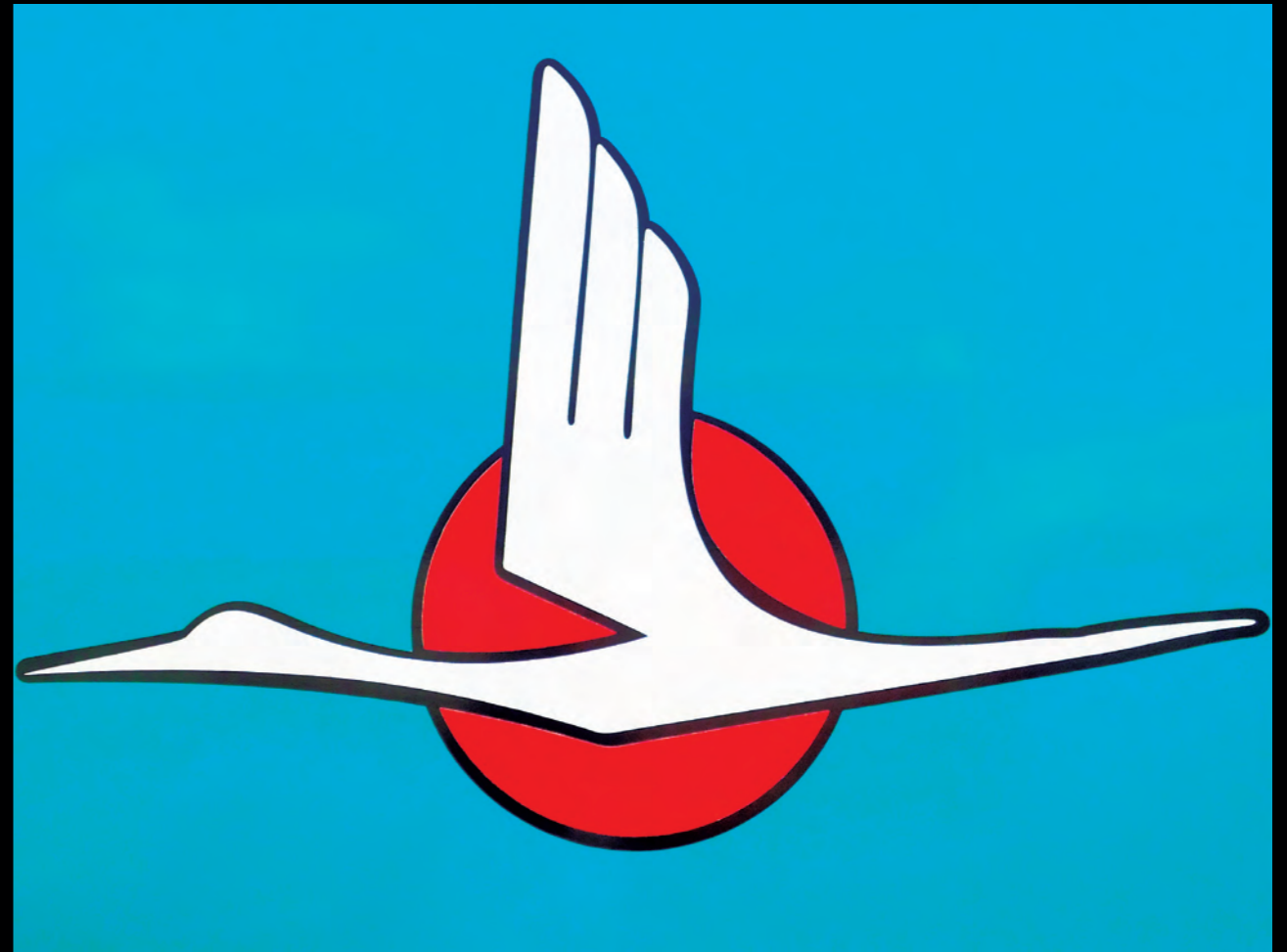
JAIME RIVADENEIRA. IBARRA



SIMÓN BOLIVAR Y TEODORO GÓMEZ. IBARRA



TERMINAL TERRESTRE. OTAVALO



TERMINAL TERRESTRE. OTAVALO



31 DE OCTUBRE Y JUAN MONTALVO. OTAVALO



ATAHUALPA Y QUIROGA. OTAVALO



ISLA SANTA ISABEL Y LATACUNGA. IBARRA



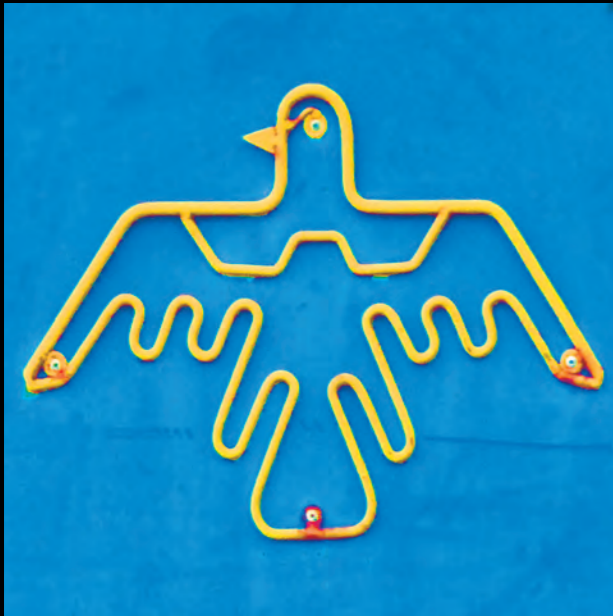
ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. OTAVALO



PARQUE SAN FRANCISCO. COTACACHI



JORGE VITERI GUZMÁN Y FRAY BARTOLOMÉ DE LAS CASAS. IBARRA



PARQUE ABDÓN CALDERÓN. COTACACHI



ABDÓN CALDERÓN. OTAVALO



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y JUAN DE DIOS MORALES. IBARRA



EL OBELISCO. IBARRA



JUAN DE VELASCO Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. IBARRA



SÁNCHEZ Y CIFUENTES Y JUAN DE VELASCO. IBARRA



TERMINAL TERRESTRE. IBARRA



EUGENIO ESPEJO Y RICARDO SÁNCHEZ. IBARRA



MARISCAL SUCRE Y CRISTÓBAL COLÓN. IBARRA



10 DE AGOSTO Y PEDRO MONCAYO. IBARRA



CRISTOBAL COLÓN Y 31 DE OCTUBRE. OTAVALO



GARCÍA MORENO Y GONZÁLEZ SUÁREZ. ATUNTAQUI



EL RETORNO Y RIO TAHUANDO. IBARRA



CRISTÓBAL DE TROYA Y FRAY VACAS GALINDO. IBARRA



SÁNCHEZ Y CIFUENTES Y RICARDO SÁNCHEZ. IBARRA



CRISTÓBAL DE TROYA Y JAIME ROLDÓS AGUILERA. IBARRA



JOSÉ JOAQUÍN DE OLMEDO Y JUAN DE VELASCO. IBARRA



FÁBRICA IMBABURA. ANTONIO ANTE



SIMÓN BOLÍVAR. COTACACHI



TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE Y BARTOLOMÉ GARCÍA. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y GARCÍA MORENO. IBARRA



SIMÓN BOLIVAR Y TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE. IBARRA



VICENTE ROCAFUERTE Y PEREZ GUERRERO. IBARRA



ATAHUALPA Y PIEDRAHITA. IBARRA



SIMÓN BOLIVAR Y ESTEVEZ MORA. OTAVALO



MIGUEL OVIEDO Y VICENTE ROCAFURTE. IBARRA



ABDÓN CALDERÓN Y SIMON BOLIVAR. OTAVALO



ANTONIO CORDERO Y TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE. IBARRA



MIGUEL OVIEDO Y SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



10 DE AGOSTO Y SUCRE. COTACACHI



JUAN DE VELASCO. IBARRA



JOSÉ JOAQUÍN DE OLMEDO. IBARRA



SIMÓN BOLIVAR. COTACACHI



JUAN FRANCISCO CEVALLOS. IBARRA



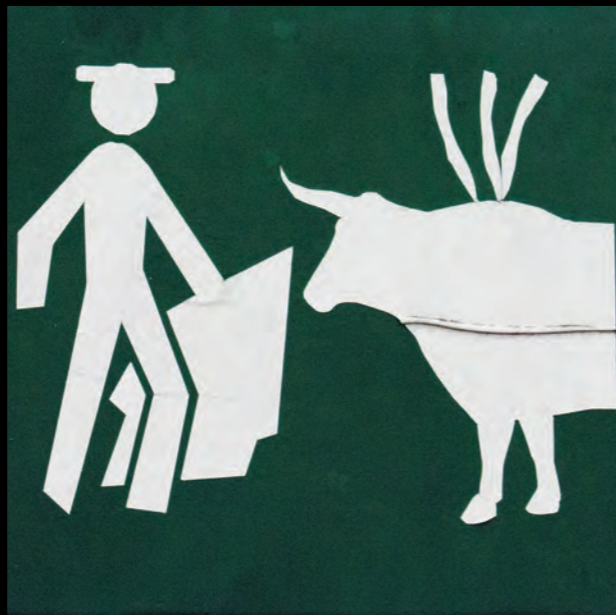
ATAHUALPA Y FRANCISCO BONILLA. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y JUAN DE DIOS MORALES. OTAVALO



CRISTÓBAL COLÓN Y JOSÉ JOAQUÍN OLMEDO. IBARRA



PARQUE PEDRO MONCAYO. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y 10 DE AGOSTO. COTACACHI



VICENTE ROCAFUERTE Y JUAN JOSÉ FLORES. IBARRA



JUAN DE VELASCO Y EUGENIO ESPEJO. IBARRA



ATAHUALPA Y EL RETORNO. IBARRA



PLAZA CENTENARIO. OTAVALO



IBARRA E ISLA SANTA ISABEL. IBARRA



MIGUEL OVIEDO Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. IBARRA



EUGENIO ESPEJO Y ALFREDO PÉREZ GUERRERO. IBARRA



PLAZOLETA GONZÁLES SUÁREZ. OTAVALO



10 DE AGOSTO Y VICENTE ROCAFUERTE. COTACACHI



SÁNCHEZ Y CIFUENTES Y LUIS FERNANDO VILLAMAR. IBARRA



PARQUE PEDRO MONCAYO. IBARRA



AUDITORIO AGUSTÍN CUEVA. UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE. IBARRA



SIMÓN BOLIVAR Y HERMANOS MIDEROS. SAN ANTONIO DE IBARRA



PEDRO MONCAYO Y 10 DE AGOSTO. COTACACHI



YAHUARCOCHA. IBARRA



YAHUARCOCHA. IBARRA



LA ESPERANZA. IBARRA



10 DE AGOSTO Y PEDRO MONCAYO. COTACACHI



ALMAGRO. SAN PABLO DEL LAGO. OTAVALO



PEDRO MONCAYO Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



SIMÓN BOLIVAR Y OBISPO MOSQUERA. IBARRA



JAIME RIVADENEIRA Y OVIEDO. IBARRA



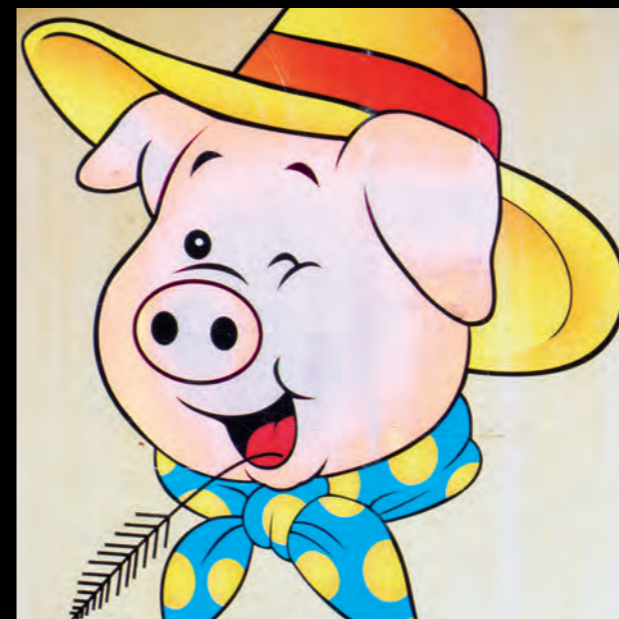
PARQUE VICENTE PONCE. IBARRA



VICENTE ROCAFUERTE Y CRISTÓBAL COLÓN. IBARRA



SIMÓN BOLIVAR Y ALFREDO PEREZ GUERRERO. IBARRA



GABRIEL GARCÍA MORENO. IBARRA



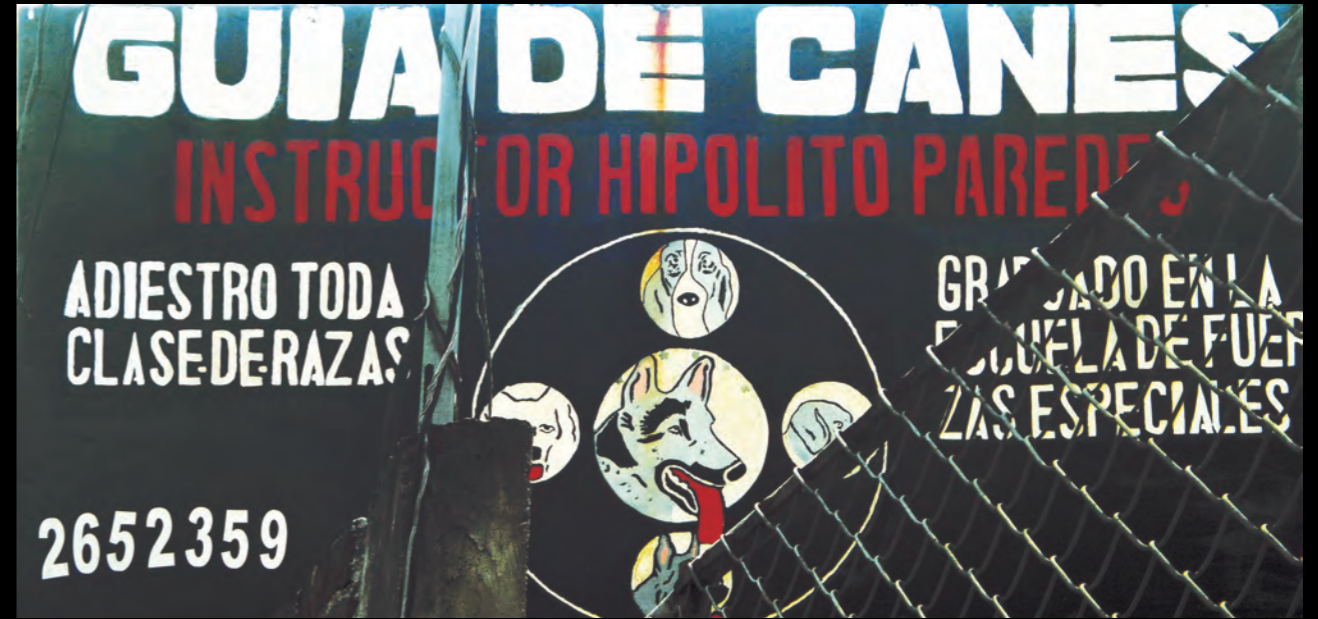
ATAHUALPA Y QUITO. OTAVALO



ATAHUALPA. OTAVALO



CRISTÓBAL DE TROYA Y FRAY VACAS GALINDO. IBARRA



EMPERADOR PACHA Y PRINCESA CORI CORI. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y JUAN DE SALINAS. OTAVALO



LUIS LEORO FRANCO. ATUNTAQUI. ANTONIO ANTE



TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE Y ATAHUALPA. IBARRA



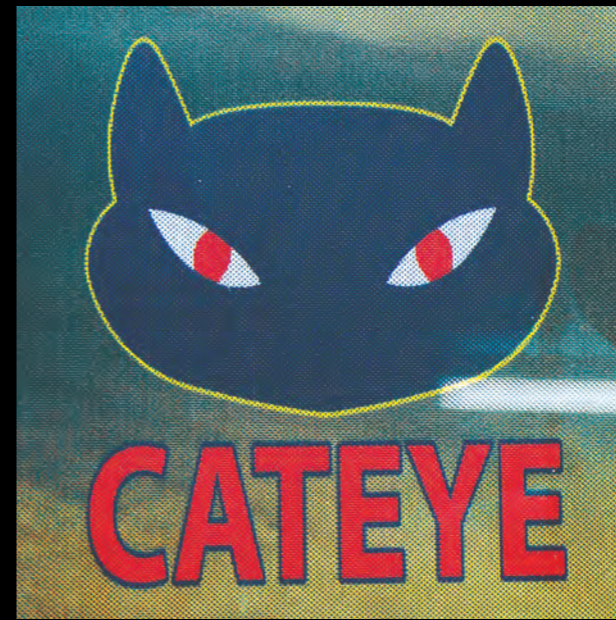
ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y CRISTOBAL COLÓN. OTAVALO



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y QUITO. OTAVALO



VICENTE RAMÓN ROCA Y CRISTÓBAL COLÓN. IBARRA



MARIANO ACOSTA Y 10 DE AGOSTO. IBARRA



JOSÉ JOAQUIN DE OLMEDO Y PEDRO MONCAYO. IBARRA



MERCADO AMAZONAS. IBARRA



31 DE OCTUBRE Y QUITO. OTAVALO



SALINAS Y ANTONIO JOSE DE SUCRE. OTAVALO



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y JOSÉ MEJÍA LEQUERICA. IBARRA



ELOY ALFARO Y JAIME RIVADENEIRA. IBARRA



QUITO Y PASAJE UNIDO. IBARRA



MERCADO MUNICIPAL. COTACACHI



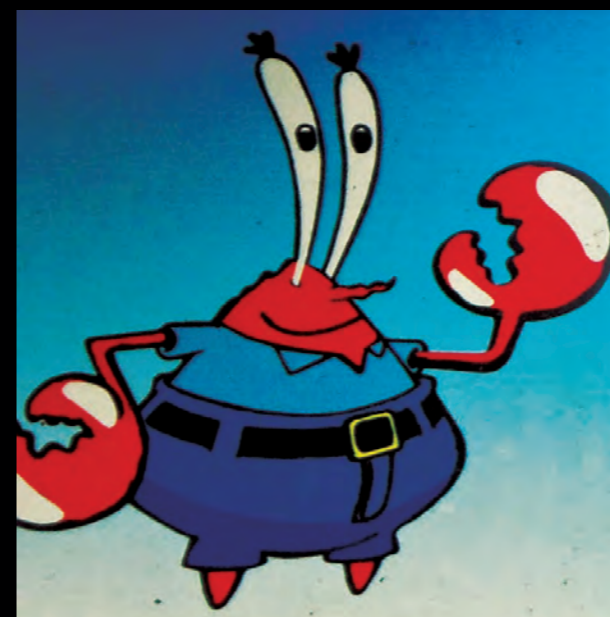
LAGUNA DE YAHUARCOCHA. IBARRA



LA JOYA. OTAVALO



PANAMERICANA NORTE. OTAVALO



MARIANO ACOSTA Y CRISTOBAL GÓMEZ JURADO. IBARRA



PANAMERICANA NORTE. OTAVALO



JUAN DE SALINAS Y GARCÍA MORENO. IBARRA



COLEGIO TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE. IBARRA



SALINAS Y MODESTO PEÑAHERRERA. ATUNTAQUI



EL RETORNO Y RIO CURARAY IBARRA



PARQUE CIUDAD BLANCA. IBARRA



ALFONSO CISNEROS. OTAVALO



SÁNCHEZ Y CIFUENTES Y OBISPO MOSQUERA. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y LUIS ENRIQUE CEVALLOS. SAN ANTONIO DE IBARRA



VICENTE PIEDRAHITA Y MODESTO JARAMILLO. OTAVALO



PARQUE PEDRO MONCAYO. IBARRA

Vida · Salud · Energía

GUAYAQUIL Y CRISTÓBAL COLÓN. OTAVALO

ORAJIBI
CAFETERIA
RESTAURANTE
COMIDA
VEGETARIANA

SUCRE Y CRISTÓBAL COLÓN. OTAVALO

**QUE NO TE
DEN GATO
POR LIEBRE**

Solo **ALMACENES FERRO ELÉCTRICO**, te garantiza:

OBISPO MOSQUERA Y BARTOLOMÉ GARCÍA. IBARRA

GALLERA

31 DE OCTUBRE Y JUAN MONTALVO. OTAVALO

NO ESTACIONAR

NO SEAS **G A R A G E**

JOSÉ JOAQUÍN OLMEDO Y PEDRO MONCAYO. IBARRA



Escudos

Shields



IGLESIA DE SANTO DOMINGO. IBARRA



MIGUEL OVIEDO Y JUAN MONTALVO. IBARRA



ESTACIÓN DEL FERROCARRIL. PLAZA DEL OBELISCO. IBARRA



IGLESIA DE SANTO DOMINGO. IBARRA



BASÍLICA DE LA DOLOROSA. IBARRA



BASÍLICA DE LA DOLOROSA. IBARRA



IGLESIA DE SAN PABLO DEL LAGO. OTAVALO



SÁNCHEZ Y CIFUENTES Y JUAN JOSÉ FLORES. IBARRA



IGLESIA DE SAN LUIS. OTAVALO



IGLESIA DE SAN LUIS. OTAVALO



SIMÓN BOLÍVAR Y JUAN JOSÉ FLORES. IBARRA



MIGUEL OVIEDO Y JUAN MONTALVO. IBARRA



BASILICA DE LA MERCED. IBARRA



JUAN JOSÉ FLORES Y MANUEL DE LA CHICA NARVÁEZ. IBARRA



IGLESIA LA CATEDRAL. IBARRA



ATAHUALPA. OTAVALO



ESTACIÓN DEL FERROCARRIL. IBARRA



MUNICIPIO. IBARRA



PREFECTURA DE IMBABURA. IBARRA



PARQUE SIMÓN BOLÍVAR. OTAVALO



RÍO AMAZONAS Y JULIO MIGUEL AGUINAGA. ANTONIO ANTE



PARQUE ABDÓN CALDERÓN. COTACACHI



27 DE NOVIEMBRE Y FRANCISCO TERÁN. SAN ANTONIO DE IBARRA



LUIS FERNANDO VILLAMAR. IBARRA



JAIME RIVADENEIRA. IBARRA



LUIS FERNANDO VILLAMAR Y VICTOR MANUEL PEÑAHERRERA. IBARRA



EL RETORNO Y RIO BLANCO. IBARRA



QUITO Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. OTAVALO



TARQUI. COTACACHI



SIMÓN BOLÍVAR Y NEPTALÍ ORDÓNEZ. OTAVALO



PEDRO VICENTE MALDONADO Y CRISTÓBAL COLÓN. IBARRA



JOSÉ MEJÍA LEQUERICA Y PEDRO RODRÍGUEZ. IBARRA



ESCUELA DE BOMBEROS. SAN PABLO DEL LAGO. OTAVALO



JUAN FRANCISCO BONILLA Y JUAN DE SALINAS. IBARRA



JUAN FRANCISCO BONILLA Y JUAN DE SALINAS. IBARRA



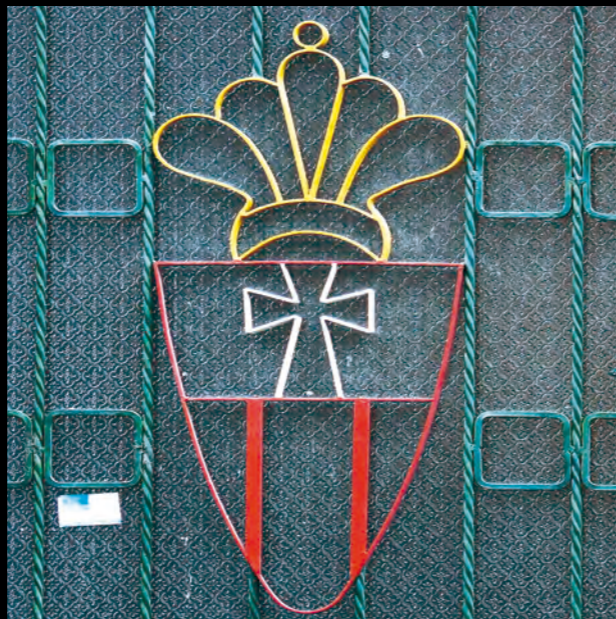
VICENTE ROCAFUERTE Y CIRSTOBAL COLÓN. IBARRA



JUAN DE SALINAS Y EUGENIO BORRERO. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y JOSÉ MEJÍA LEQUERICA. IBARRA



JUAN JOSÉ FLORES Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



ATAHUALPA Y JACINTO COLLAHUAZO. OTAVALO



PANAMERICANA NORTE. OTAVALO



SAN RAFAEL. SAN PABLO DEL LAGO. OTAVALO



VICENTE LARREA Y TRANS 4. OTAVALO



JUANA ATABALIPA Y LUIS TORO MORENO. IBARRA



JUAN JOSÉ FLORES Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. IBARRA



EL RETORNO Y RIO AGUARICO. IBARRA



ATAHUALPA. OTAVALO



MERCADO 24 DE MAYO. OTAVALO



GALO PLAZA Y GENERAL ENRIQUEZ. ATUNTAQUI



GONZÁLES SUÁREZ Y EUGENIO ESPEJO. ATUNTAQUI



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. IBARRA



TERMINAL TERRESTRE. OTAVALO



NEPTALÍ ORDOÑEZ Y ATAHUALPA. OTAVALO



QUIS QUIS. IBARRA



ALFREDO GÓMEZ JAIME Y VÍCTOR MANUEL GUZMÁN. IBARRA



TERMINAL TERRESTRE. OTAVALO



VÍCTOR MANUEL PEÑAHERRERA Y JAIME ROLDÓS AGUILERA. IBARRA



GONZÁLES SUÁREZ Y CORNELIO VELASCO. ATUNTAQUI



TERMINAL TERRESTRE. OTAVALO



JUAN DE SALINAS Y ATAHUALPA. ATUNTAQUI



GENERAL ENRÍQUEZ Y GARCÍA MORENO. ANTONIO ANTE



TERMINAL TERRESTRE. IBARRA



SÁNCHEZ Y CIFUENTES Y LUIS FERNANDO VILLAMAR. IBARRA



MARIANO ACOSTA Y OBISPO ALEJANDRO PASQUEL MONGE. IBARRA



CHIRIBOGA. SAN PABLO DEL LAGO. OTAVALO



31 DE OCTUBRE Y JUAN MONTALVO. OTAVALO



MODESTO PEÑAHERRERA Y VICENTE ROCAFUERTE. COTACACHI



TERMINAL TERRESTRE. OTAVALO



LUIS ABEL TAFUR CISNEROS Y FRANCISCO BONILLA. IBARRA



ISLA SANTA ISABEL Y AMBATO. IBARRA



FRAY VACAS GALINDO Y PEDRO MONCAYO. IBARRA



GENERAL ENRÍQUEZ Y ALEJANDRO ANDRADE. ATUNTAQUI



TERMINAL TERRESTRE. IBARRA



SÁNCHEZ Y OVIEDO. IBARRA



CARLOS DÍAS ALMEIDA. IBARRA



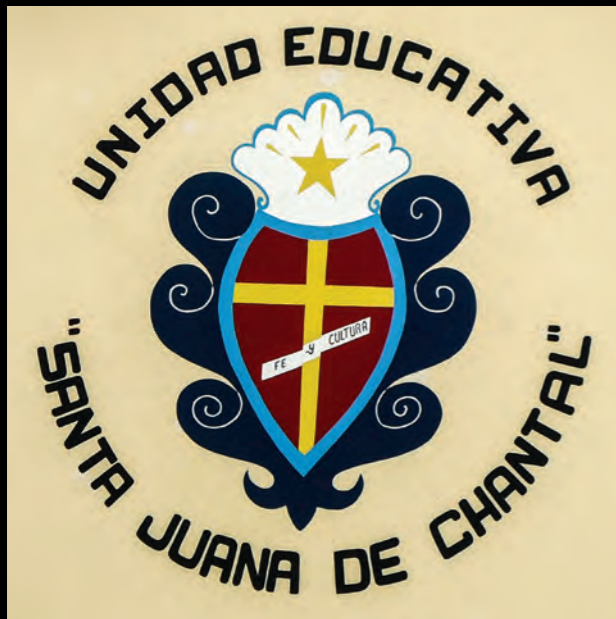
TERMINAL TERRESTRE. OTAVALO



TERMINAL TERRESTRE. OTAVALO



TERMINAL TERRESTRE. IBARRA



VICENTE RAMÓN ROCA Y SALINAS. OTAVALO



FRANCISCO BONILLA Y CALIXTO MIRANDA SUÁREZ. IBARRA



TERMINAL TERRESTRE. OTAVALO



TRONCAL DE LA SIERRA Y PIMÁN. IBARRA



AUDITORIO AGUSTÍN CUEVA. UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE. IBARRA



GUZMÁN Y GONZÁLEZ SUAREZ. URCUQUI



SIMÓN BOLÍVAR Y GERMÁN GRIJALVA. IBARRA



SÁNCHEZ Y CIFUENTES Y GARCÍA MORENO. IBARRA



COLEGIO UNIVERSITARIO UTN. IBARRA



EUGENIO ESPEJO. IBARRA



TERMINAL TERRESTRE. ATUNTAQUI



SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



ORDÓÑEZ Y ATAHUALPA. IBARRA



TERMINAL TERRESTRE. IBARRA



JUAN ELIAS Y FRAY VACAS GALINDO. IBARRA



ULPIANO DE LA TORRE Y ARSENIO TORRES. IBARRA



JUAN DE DIOS NAVAS Y JAIME RIVADENEIRA. IBARRA



RAMÓN ALARCÓN. IBARRA



JOSÉ OBISPO MOSQUERA Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



GARCÍA MORENO. ANTONIO ANTE



TERMINAL TERRESTRE. IBARRA



JUAN DE VELASCO. IBARRA



PARQUE BOYACÁ. IBARRA



ATAHUALPA. IBARRA



CRISTÓBAL DE TROYA. IBARRA



ABDÓN CALDERÓN Y GUAYAQUIL. OTAVALO



JUAN DE ALBARRACÍN Y PANAMERICANA NORTE. OTAVALO



JUAN JOSÉ FLORES. IBARRA



VICENTE ROCAFUERTE. IBARRA



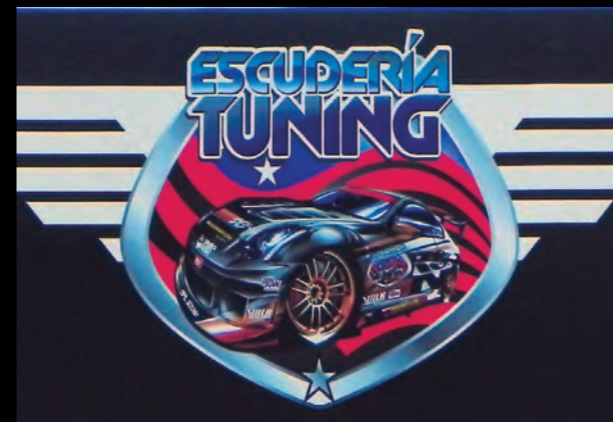
VICTOR MANUEL PEÑAHERRERA



TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE. IBARRA



TERMINAL TERRESTRE. OTAVALO



FRAY VACAS GALINDO. IBARRA



CRISTOBAL DE TROYA. IBARRA



JUAN DE VELASCO. IBARRA



EL RETORNO. IBARRA



17 DE JULIO Y PADRE AURELIO ESPINOSA POLIT. IBARRA



JUAN DE SALINAS. IBARRA



JOSÉ JOAQUIN OLMEDO Y JUAN DE VELASCO. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y RAFAEL LARREA ANDRADE. IBARRA

A LA MEMORIA
DE LOS PATRIOTAS SACRIFICADOS
POR LA LIBERTAD
EL 17 DE JULIO DE 1823



Placas
Plaques

“ NO IGNORO QUE LA PATRIA IMPONE DEBERES INCONTROVERTIBLES Y POR LO MISMO SAGRADOS. PERO SE TAMBIEN QUE NINGUNA COSA, POR GRANDE QUE SEA, PUEDE OBLIGAR A UN CIUDADANO A MANCHAR SU HONOR, PROSTITUIR SU DIGNIDAD Y SOFOCAR LOS GRITOS DE SU CONCIENCIA. MAS ALTO QUE TODO ESTA LA JUSTICIA COMO FUNDAMENTO Y FIN PRIMORDIALES DE LA SOCIEDAD; Y DONDE ELLA NO EXISTE NO HAY PATRIA, DEBER, NI COMPROMISOS SOCIALES ”.



MUNICIPIO DE IBARRA. IBARRA

LA PIEDRA DE BOLIVAR
SIEMPRE ES ALTA LA GLORIA
LA CUMBRE ES EL DESTINO DE LOS GRANDES
QUE CEJAN, ALLA, ARFIBA, SU MEMORIA...
Y BOLIVAR, EL CONDOR DE LOS ANDES,
SUBIO LA CORDILLERA DE LA HISTORIA,
AQUI, EL TAHUANDO, EL RIO, EN CUYA ORILLA
FUE LA UNICA JORNADA,
DE SUELO ECUATORIANO,
DONDE EL LIBERTADOR SACO SU ESPADA;
AQUI, EL MOMENTO DEL AMARGO ASIBAR,
LA BATALLA JUGANDOSE, A LA SUERTE;
AQUI, LA PIEDRA QUE SALVO A BOLIVAR
DE LOS DISPAROS DE UNA ACIAGA MUERTE.
PABLO HANNIBAL VELA,
PUERTA CORONADO,
IBARRA, AGOSTO 24 DE 1961.

PARQUE BOYACÁ. IBARRA

A SIMON BOLIVAR
Y SUS HEROICAS HUESTES
VICTORIOSAS EN TAHUANDO
EL 17 DE JULIO DE 1823.
EL EJERCITO NACIONAL
1923.

PARQUE BOYACÁ. IBARRA

“APENAS SUPIERON LOS FACCIOSOS QUE SE LES ATACABA, EMPRENDIERON RETIRARSE Y SITUARSE DEL OTRO LADO DEL RIO DE ESTA VILLA, POSESION MUY DEFENSIBLE, POR ESCARPA DA Y ESTRECHA, CON UN PUENTE DE POR MEDIO, PERO NUESTRA CABALLERIA QUE RECIBIO ORDEN PARA CARCARLOS EN EL ACTO LO EJECUTO DE UNA MANERA TAN VELOZ QUE DESDE LAS CALLES FUERON PUESTOS EN DESORDEN Y EMPEZARON A MORIR A LANZASOS ”

BOLETIN DEL EJERCITO LIBERTADOR

PARQUE BOYACÁ. IBARRA

CLAUSULA NOVENA
“DEJO PERPETUAMENTE A LA
DIOCESIS DE IBARRA LA
PROPIEDAD DE LA HISTORIA
GENERAL DEL ECUADOR...
PARA LA INSTRUCCION CRISTJANA
DE LOS NIÑOS Y DE LAS NIÑAS
DE ESA DIOCESIS.”
FEDERICO GONZALEZ SUAREZ.

PARQUE SAN AGUSTÍN. IBARRA

RUMIÑAHUI

“PERSONIFICACION DE LOS SIMBOLOS Y VALORES DE LA PATRIA.
MAJESTUOSA IRA DEL CIVISMO EN LA MAS PURA FUENTE DE LA VIRTUD.

COMO NUESTROS BASALTOS ANDINOS:

ALTO PARA ENGRANDECER LOS PLANOS DE LA ALTURA;
ALTO PARA DARNOS LA FORTALECEDORA IMAGEN DE LO MASCULO;
ALTO PARA AVIZORAR DESDE EL MINARETE ERGUIDO LOS PELIGROS
QUE AMENACEN A LOS FUNDAMENTOS ESENCIALES DEL ECUADOR”.

PARQUE SIMÓN BOLÍVAR. OTAVALO

A LA CLASE TRABAJADORA
POR SU ACCION PATRIOTICA
EN LA OBRA DEL FERROCARRIL
QUITO-ESMERALDAS.
EL COMITE OBRERO IMBABUREÑO
PRO-FESTEJOS INAUGURACION FERROCARRIL
EN IBARRA.
QUITO 17 DE JULIO DE 1923.

ESTACIÓN DEL FERROCARRIL. IBARRA

FUNDADORES
DE IBARRA
EN 1606.
CAPITAN DON.
CRISTOBAL DE
TROYA.
DON PEDRO LOPEZ
DE ZUNIGA. PEDRO
CARYALLO. FR. PE.
DRO BEDON. JUAN DE
ARCAYA. PEDRO DE
SAN AGUSTIN. GABRIEL
DE SADNA DON.
RODRIGO DE MIÑO.
JUAN DE ZAROSA
TOMAS DE AVILA
JUAN DE LEON AVENDA
ÑO. GABRIEL GOMEZ.
ANTONIO DE LA CANAL
JUAN MARTINEZ DE ORBE
JUAN DE GALLEGOS
JUAN SANCHEZ DE ALBA
MATEO MORENO DE
ACOSTA. MATEO DE YE
PEZ. ANTONIO DE CAR
VAJAL. DIEGO JIMENEZ.
PEDRO DE MONTENEGRO
FRANCISCO MORIANO. FRAN
CISCO NIETO. SEBASTIAN
HERNANDEZ DE VERGARA
JUAN GOMEZ DE OLVERA
PEDRO DE MIÑO. CRISTOBAL
PALOMINO. JERONIMO FLORO
DIEGO PONCE. PEDRO DELGADO
JUAN SERRANO. VICENTE DE IN
SUASTI. COSME JIMENEZ. JUAN
DE LA ROCA. JUAN DE LUDUEÑA
JUAN DE BRITO. JUAN FARFAN
JUAN DE AREVALO. JUAN DE
CUEVAS. TOMAS RODRIGUEZ
URBAN DE LA SERNA. ANTON LO
PEZ SERRANO. DIEGO PONCE.
(EL MOZO.)

EL OBELISCO. IBARRA

IBARRA

A LOS HEROES DEL
17 DE JULIO
1823 - 1923

PARQUE BOYACÁ. IBARRA

1823-1923

LA CLASE OBRERA DE IBARRA
A LOS HEROES DEL
17 DE JULIO

PLAZOLETA ABDÓN CALDERÓN. IBARRA

¡OH PATRIA,
AL FIN TE VEO LIBRE.....
YA PUEDO MORIR.....!

EL BATALLON "CARCHI" N° 7°.

MCMXXIII.

POR M. AYALA

PARQUE BOYACÁ. IBARRA

220

SIMON BOLIVAR

LA REPUBLICA DE VENEZUELA,
EN LA PRESIDENCIA DE DON
ROMULO BETANCOURT
A LA CIUDADANIA IBARREÑA EN EL CXL ANIVERSARIO
DE LA GLORIOSA BATALLA DE IBARRA,
DIRIGIDA PERSONALMENTE POR EL LIBERTADOR.
XVII - VII - MCMLXIII.

PARQUE BOYACÁ. IBARRA

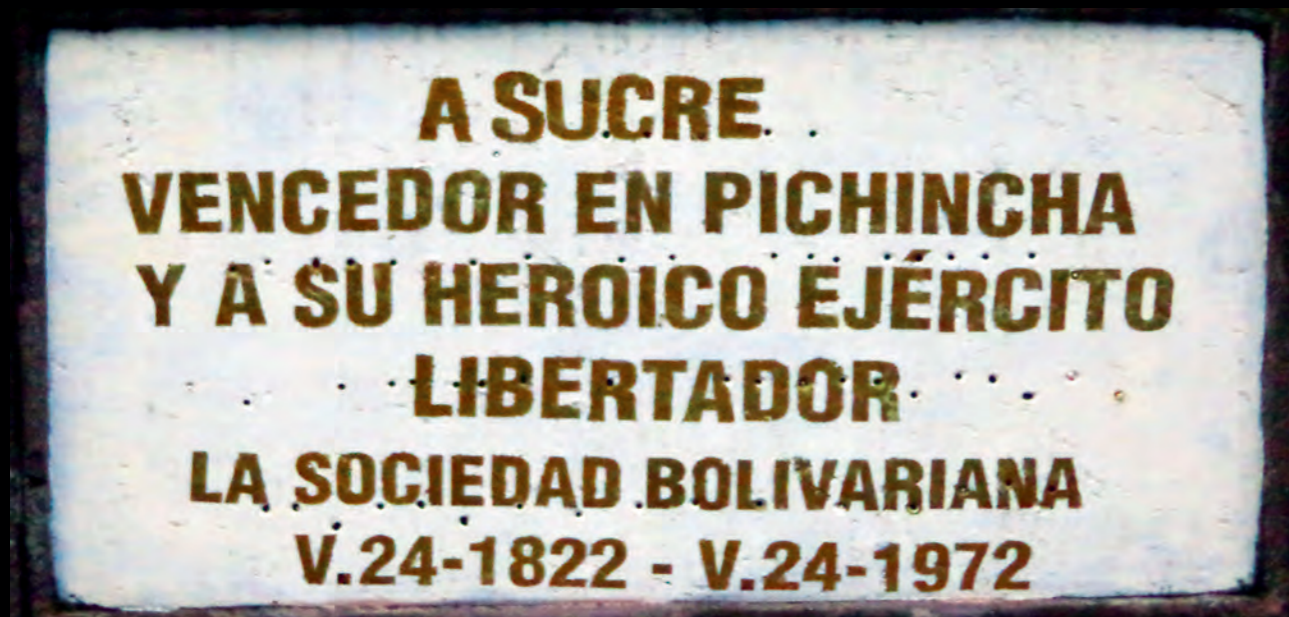
221



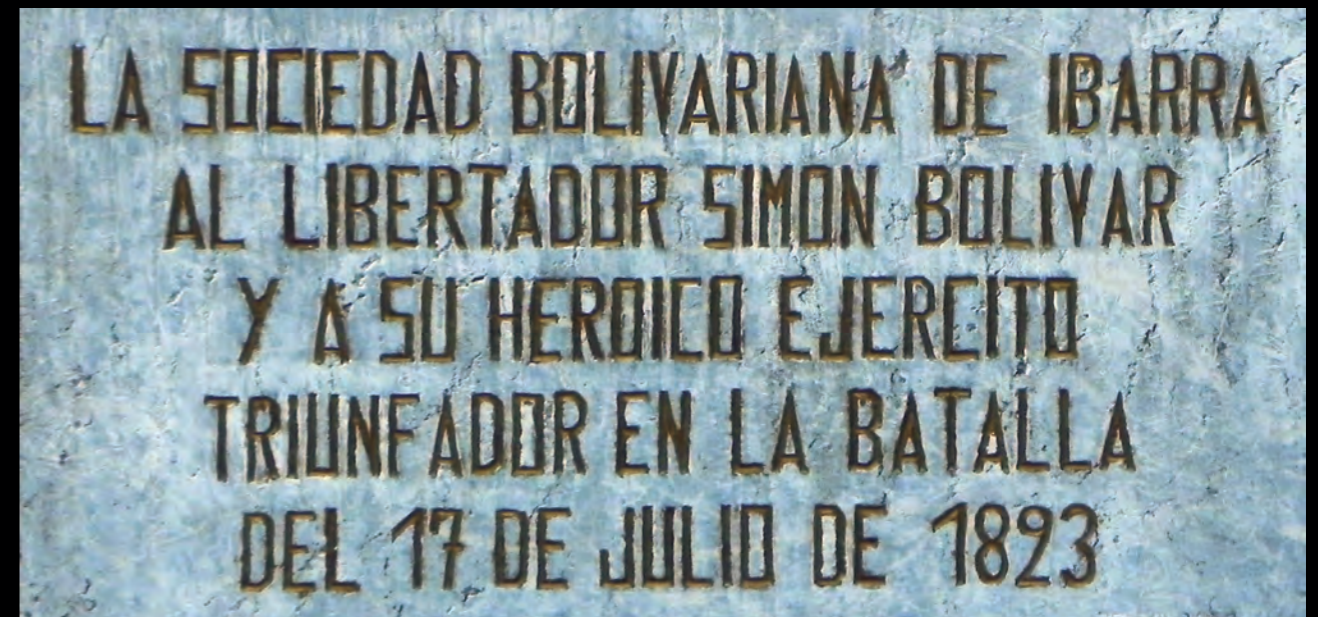
GOBERNACIÓN DE IMBABURA. IBARRA



GOBERNACIÓN DE IMBABURA. IBARRA



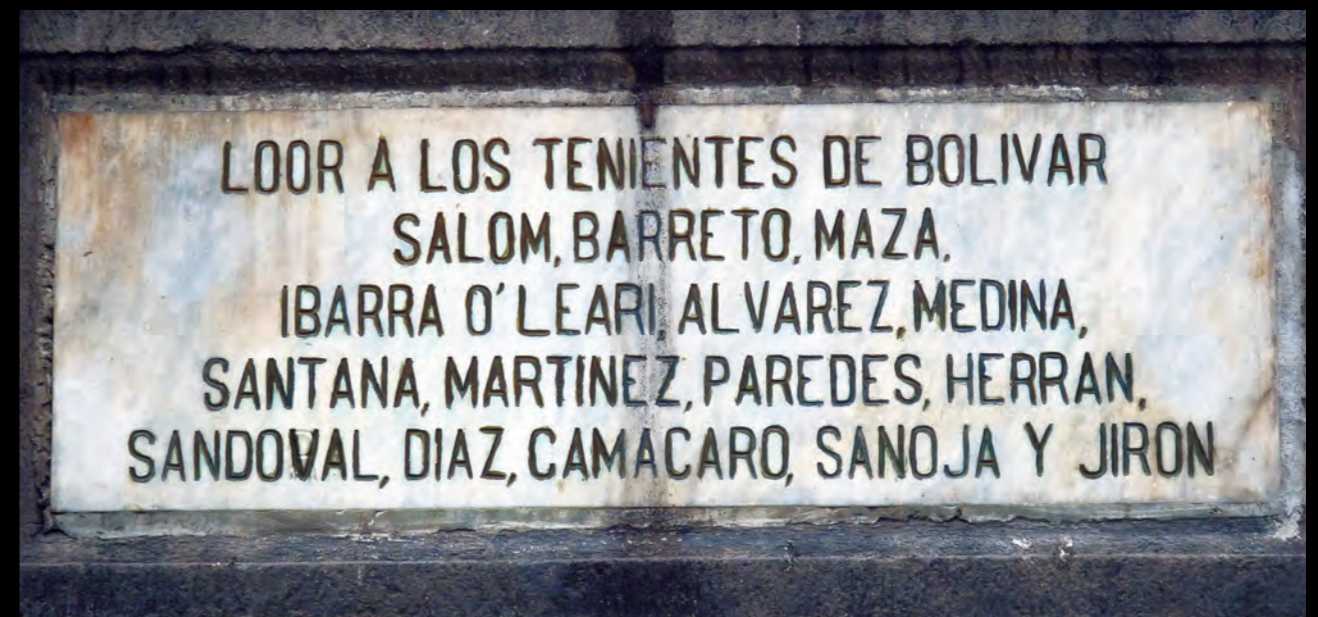
PARQUE BOYACÁ. IBARRA



PARQUE BOYACÁ. IBARRA



PARQUE BOYACÁ. IBARRA



PARQUE BOYACÁ. IBARRA



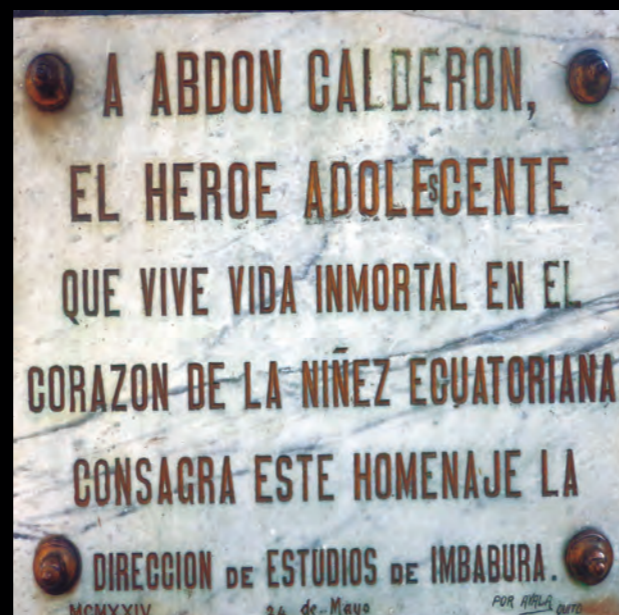
IGLESIA DE SAN FRANCISCO. IBARRA



IGLESIA DE SAN FRANCISCO. IBARRA



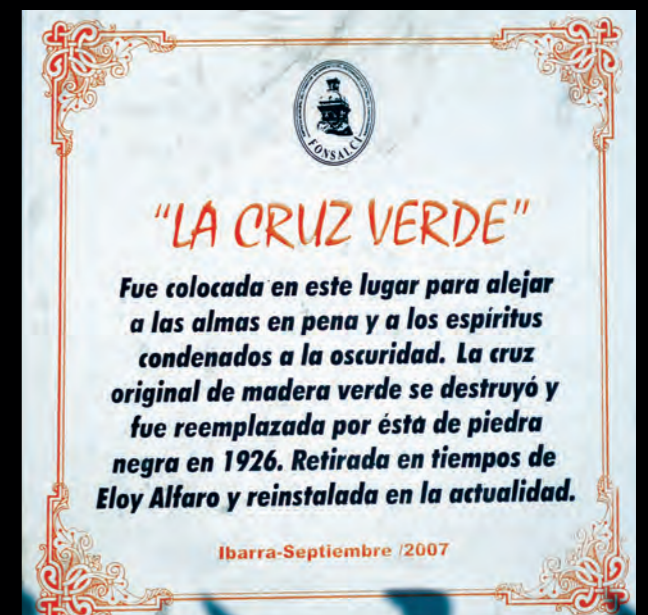
PARQUE ABDÓN CALDERÓN. IBARRA



PARQUE ABDÓN CALDERÓN. IBARRA



PARQUE ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. ATUNTAQUI



EL RETORNO Y TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE. IBARRA



PLAZOLETA FRANCISCO CALDERÓN. IBARRA



PARQUE SIMÓN BOLÍVAR. OTAVALO



PARQUE PEDRO MONCAYO. IBARRA

EXCMO. SR.
OBISPO
C. ANTONIO MOSQUERA
Subte. 11 de 1942

GENERAL ENRÍQUEZ Y ATAHUALPA. ATUNTAQUI

EXCMO. SR.
NUNCIO APTCO.
EFREN FORNI
Subte. 11 de 1942

GENERAL ENRÍQUEZ Y ATAHUALPA. ATUNTAQUI

SE CONCLUYO ESTE MONASTERIO, EL AÑO DE 1876,
Y LA YGLESIA, EL DE 1877, BAJO LA DIRECCIÓN DEL Sr. CA-
NONIGO D. MARIANO ACOSTA

JUAN DE VELASCO Y JUAN DE SALINAS. IBARRA

BARRIO
DE
SAN JOSE
Subte. 11 de 1942

GENERAL ENRÍQUEZ Y ATAHUALPA. ATUNTAQUI

SAN JOSE
DE
CHALTURA
Subte. 11 de 1942

GENERAL ENRÍQUEZ Y ATAHUALPA. ATUNTAQUI

1872 1951
A LA NOBLE E HIDALGA CIUDAD
DE
IBARRA
LEVANTADA SOBRE SUS PROPIAS RUINAS
EL M. I. CONCEJO MUNICIPAL
IBARRA, 28 - IV - 1951

SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA

PARROQUIA
SAN FRANCISCO
DE NATABUELA
Subte. 11 de 1942

GENERAL ENRÍQUEZ Y ATAHUALPA. ATUNTAQUI

SAN ROQUE
IX-13-42

GENERAL ENRÍQUEZ Y ATAHUALPA. ATUNTAQUI

La ignorancia, el olvido o el desprecio de los derechos del hombre son
las únicas causas de los males públicos.
Declaración de Derechos del Hombre y del Ciudadano
Asamblea Nacional Proceso en 1789

PARQUE GERMÁN GRIJALVA. IBARRA

BATALLÓN "JARAMILLO", N.º 8.º DE L.
Julio 1.º 1908 = J. R. D.

ANTIGUO CUARTEL. JUAN JOSÉ FLORES Y MANUEL DE LA CHICA NARVÁEZ. IBARRA



VICENTE ROCAFUERTE Y PEDRO MONCAYO. IBARRA



PARQUE PEDRO MONCAYO. IBARRA



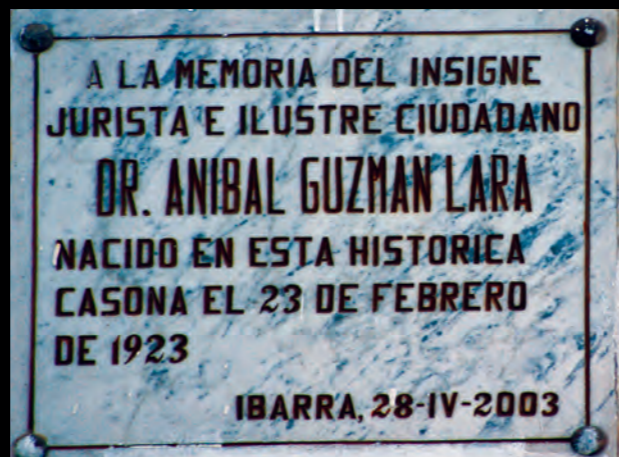
MARIANO ACOSTA Y GABRIEL MISTRAL. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. SAN ANTONIO DE IBARRA



GARCÍA MORENO Y SIMÓN BOLÍVAR. OTAVALO



EL RETORNO Y RIO CHINCHIPE. IBARRA



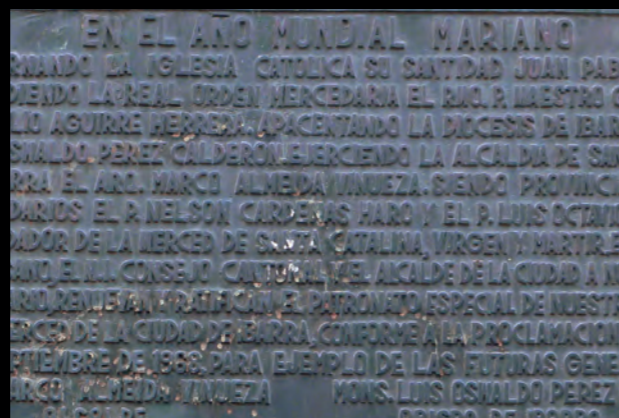
GARCÍA MORENO Y SIMÓN BOLÍVAR. OTAVALO



VICENTE ROCAFUERTE. OTAVALO



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y CAMILO P. GUZMÁN. SAN ANTONIO DE IBARRA



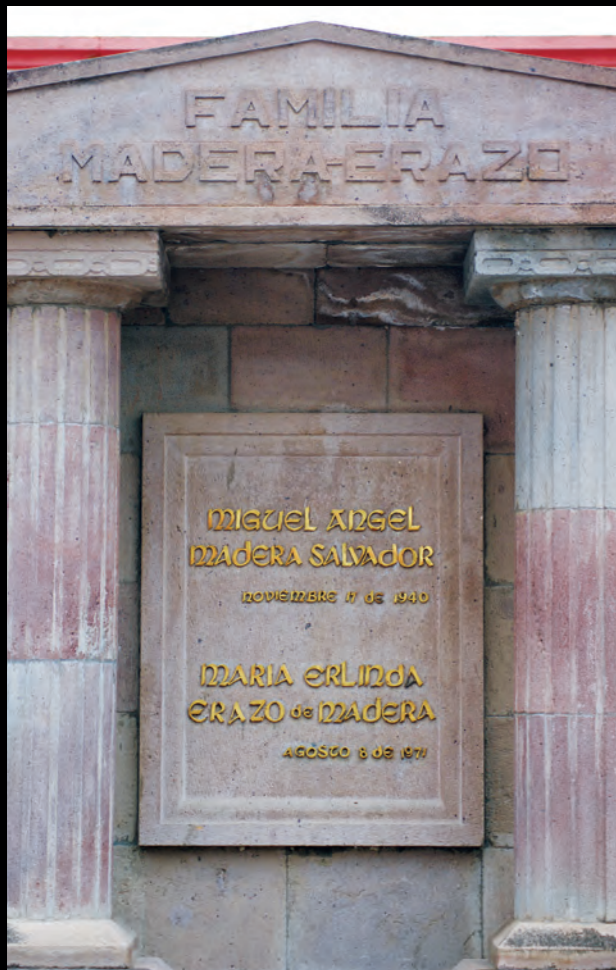
SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



IGLESIA DE SAN FRANCISCO. OTAVALO



SIMÓN BOLÍVAR Y MIGUEL OVIEDO. IBARRA



CEMENTERIO DE CARANQUI. IBARRA



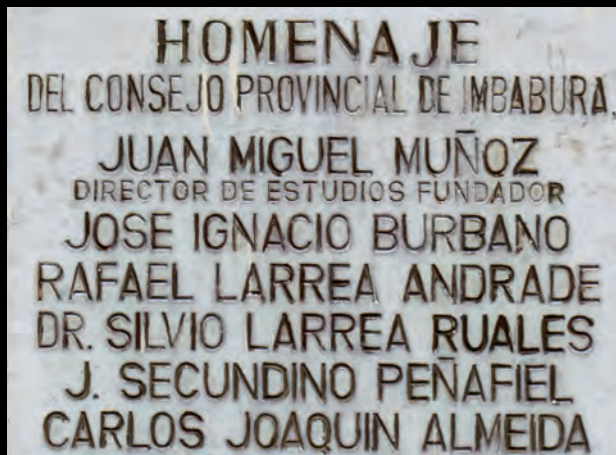
JUAN MONTALVO. IBARRA



JUAN JOSÉ FLORES Y SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



PARQUE DR. VÍCTOR MANUEL PEÑAHERRERA. IBARRA



VICENTE ROCAFUERTE Y MIGUEL OVIEDO. IBARRA



PARROQUIA LA DOLOROSA. IBARRA



17 DE JULIO Y DOCTOR LUIS MADERA. IBARRA



GENERAL ENRÍQUEZ Y RÍO FRÍO. ANDRADE MARÍN



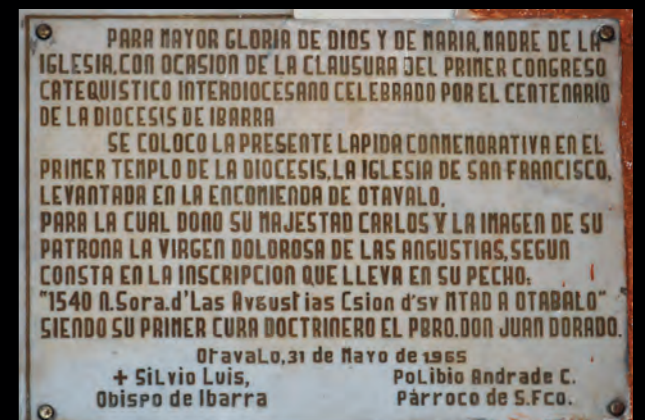
SIMÓN BOLÍVAR Y JUAN JOSÉ FLORE. IBARRA



MARIANO ACOSTA Y GABRIEL MISTRAL. IBARRA



PEDRO MONCAYO Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



31 DE OCTUBRE. OTAVALO

A TI UNA ESPADA TE
 ATRAVESARA EL ALMA Lc.

RECUERDO DEL CENTENARIO
 DEL MILAGRO Y VISITA DEL CUADRO
 DE LA DOLOROSA DEL COLEGIO.
 16 DE OCTUBRE DEL 2005.

MONS. LAURO V. ESCALANTE V.
 PARROCO DE LA BASILICA
 LA DOLOROSA

TERESA GORDILLO DE SILVA.
 PTA. DE LA CONGREGACION.

IGLESIA LA DOLOROSA. IBARRA

FERNANDO TERAN V. DE CURA DE ES
 TAD. FUE EL QUE EN DAR LA VOZ DE A
 LARMA A LOS PATRIOTAS EN LA JORNADA
 DEL 27 DE MARZO DE 1812. EL PARROCO HOY
 LE CONSACRA UN RECUERDO DE ADMIRACION Y
 CARINO. V. MCMXXXV

PARQUE ELEODORO AYALA. IBARRA

DANIEL S. REYES
 VIVIO PARA EL BIEN Y LA BELLEZA.
 FULGE SU FAMA EN SUS DISCIPULOS.
 SU GLORIA, EN LA PATRIA, SU MEMO
 RIA EN EL CORAZON DE SU PUEBLO.

Guillermo Yalencia

ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y CAMILO P. GUZMÁN. SAN ANTONIO DE IBARRA

STMA.
 VIRGEN
 DE MONSERRATH
 RUEGA POR NOSOTROS

GRUTA DEL SOCAVÓN. OTAVALO

LA COLONIA RESIDENTE EN QUITO
 RINDE SU HOMENAJE DE FELICITACION
 AL COMITE PRA MEJORAS
 CON MOTIVO DE LA CULMINACION DE SU
 OBRA

26 - IV - 64

PARQUE REPÚBLICA DE CHILE. IBARRA

A LA MEMORIA DEL INSIGNE
 JURISTA E ILUSTRE CIUDADANO
 DR. ANIBAL GUZMAN LARA
 NACIDO EN ESTA HISTORICA
 CASONA EL 23 DE FEBRERO
 DE 1923

IBARRA, 28-IV-2003

VICTOR MANUEL GUZMÁN. IBARRA

MONUMENTO
 AL GENERAL
 RUMINAHUI
 Y LAS DIOSAS
 DEL SOL

PARQUE SIMÓN BOLÍVAR. OTAVALO

LA ASOCIACION DE
 TRABAJADORES DEL IOA
 EN RECONOCIMIENTO AL
 INSTITUTO OTAVALEÑO DE
 ANTROPOLOGIA EN SUS 25 ANOS

AGOSTO, 1991

UNIVERSIDAD DE OTAVALO. OTAVALO

La vida de este hombre, es por lo fructifera, limpia y sabia,
 un vivificante ejemplo de cómo se debe contribuir al
 bienestar de la sociedad.

J.R.C.

JULIO M. AGUINAGA Y OLMEDO. ATUNTAQUI

LA JUNTA PARROQUIAL DE QUIROGA
 RINDE HOMENAJE DE GRATITUD Y
 ETERNO AGRADECIMIENTO AL SR.
 Srdo. Luis Mejia Montesdeoca
 DIGNO PREFECTO DE IMBABURA
 POR SU VALIOSA AYUDA PARA LA
 TERMINACION DE ESTE EDIFICIO.

RENE B. FLORES H.
 PRESIDENTE

JUNIO 28 1993

QUIROGA. COTACACHI

AL ILUSTRE PATRONO
 VICTOR MANUEL GUZMAN
 PARADIGMA DE LA EDUCACION
 PERIODISTA DE FUSTE
 DESTACADO LEGISLADOR Y
 HOMBRE PUBLICO.

IBARRA 31-MARZO-1982

COLEGIO VICTOR MANUEL GUZMÁN. IBARRA

LA SOCIEDAD DE ARTESANOS
 DE IBARRA, EN SUS BODAS DE
 ORO, RINDE HOMENAJE DE GRATI
 TUD, AL FUNDADOR DE LA CIUDAD
 Sr. Dr. MIGUEL DE IBARRA

JUNIO 19-1954

GARCÍA MORENO Y SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA

EL MUNICIPIO DE IBARRA
 A
 GERMAN GRIJALVA T.
 CIUDADANO DISTINGUIDO
 1925-1971

SÁNCHEZ Y CIFUENTES Y JUAN JOSÉ FLORES. IBARRA

PRINCIPIÓ ESTA
 OBRA IX 20 DE 1921

IGLESIA PRINCIPAL. COTACACHI

DONDE HAY ASEO
 HAY CULTURA.

SÁNCHEZ Y CIFUENTES Y JUAN JOSÉ FLORES. IBARRA

RUMINAHUI

PARQUE SIMÓN BOLÍVAR. OTAVALO



FRAY BARTOLOMÉ DE LAS CASAS. IBARRA



MEJIA LEQUERICA Y ATAHUALPA. OTAVALO



GENERAL ENRÍQUEZ. ANTONIO ANTE



MIGUEL OVIEDO Y PEDRO MONCAYO. IBARRA



ATAHUALPA. OTAVALO



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y QUIROGA. OTAVALO



JUAN JOSÉ FLORES. IBARRA



MANUEL DE LA CHICA NARVÁEZ. IBARRA



PARQUE ABDÓN CALDERÓN. COTACACHI



JUAN JOSÉ FLORES Y VICENTE ROCAFUERTE. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR. COTACACHI



ESTADIO RUMIÑAHUI. COTACACHI



SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



EL RETORNO. IBARRA



BASÍLICA DE LA DOLOROSA. IBARRA



JUAN JOSÉ FLORES Y VICENTE ROCAFUERTE. IBARRA



ALFREDO PÉREZ GUERRERO Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



MARIANO ACOSTA Y MANUELITA CAÑIZARES. IBARRA



Azulejos y mosaicos

Tiles and mosaics



PARQUE BOYACÁ. IBARRA



PARQUE BOYACÁ. IBARRA



PARQUE BOYACÁ. IBARRA



PARQUE BOYACÁ. IBARRA



PARQUE BOYACÁ. IBARRA



PARQUE BOYACÁ. IBARRA



10 DE AGOSTO. COTACACHI



SIMÓN BOLÍVAR. COTACACHI



SUCRE Y JUAN MONTALVO. COTACACHI



SIMÓN BOLÍVAR Y 9 DE OCTUBRE. COTACACHI



SIMÓN BOLÍVAR Y 10 DE AGOSTO. COTACACHI



SIMÓN BOLÍVAR Y 9 DE OCTUBRE. COTACACHI



10 DE AGOSTO. COTACACHI



GONZÁLEZ SUÁREZ Y 10 DE AGOSTO. COTACACHI



9 DE OCTUBRE Y VICENTE ROCAFUERTE. COTACACHI



PEDRO MONCAYO Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y JUAN DE VELASCO. IBARRA



CEMENTERIO DE SAN MIGUEL. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y OBISPO MOSQUERA. IBARRA



CEMENTERIO DE SAN MIGUEL. IBARRA



PLAZA DE LA INTERCULTURALIDAD. COTACAHÍ



CUENCA Y TENA. IBARRA



LUIS FELIPE BORJA Y CLAUDIO MANET. IBARRA



ZOILA LARREA Y PEDRO MONCAYO. IBARRA



JUAN DE VELASCO Y JUAN MONTALVO. IBARRA



SUCRE Y JUAN DE DIOS MORALES. OTAVALO



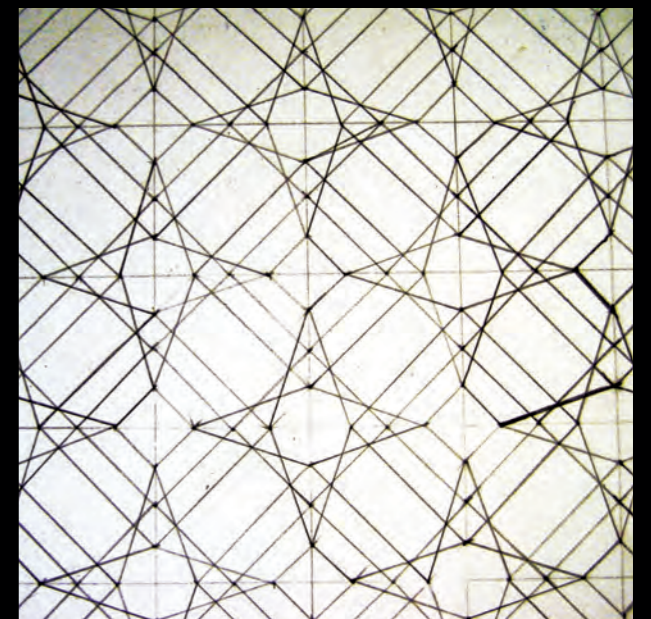
MANUEL DE LA CHICA NARVÁEZ Y EUSEBIO BORRERO. IBARRA



FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA. UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE. IBARRA



IGLESIA MATRIZ. COTACACHI



PADRE JULIO MARÍA MATOVELLE. URCUQUÍ



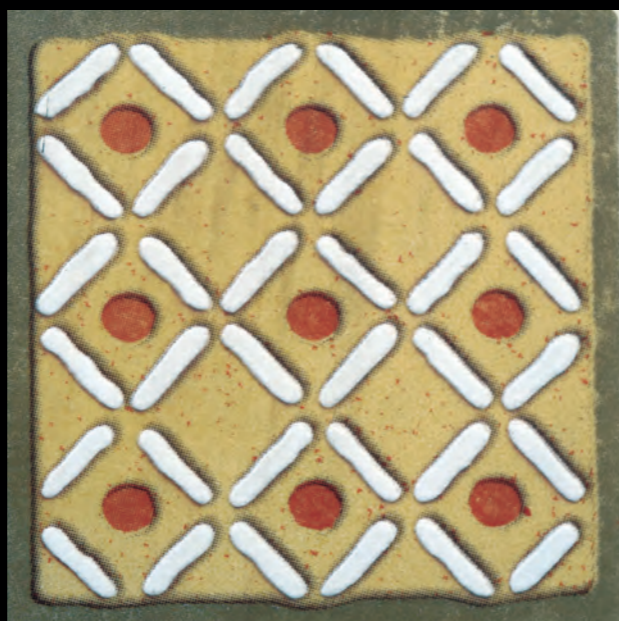
CAPILLA EPISCOPAL. IBARRA



IGLESIA DEL QUINCHE. IBARRA



IGLESIA MATRIZ. URQUQUÍ



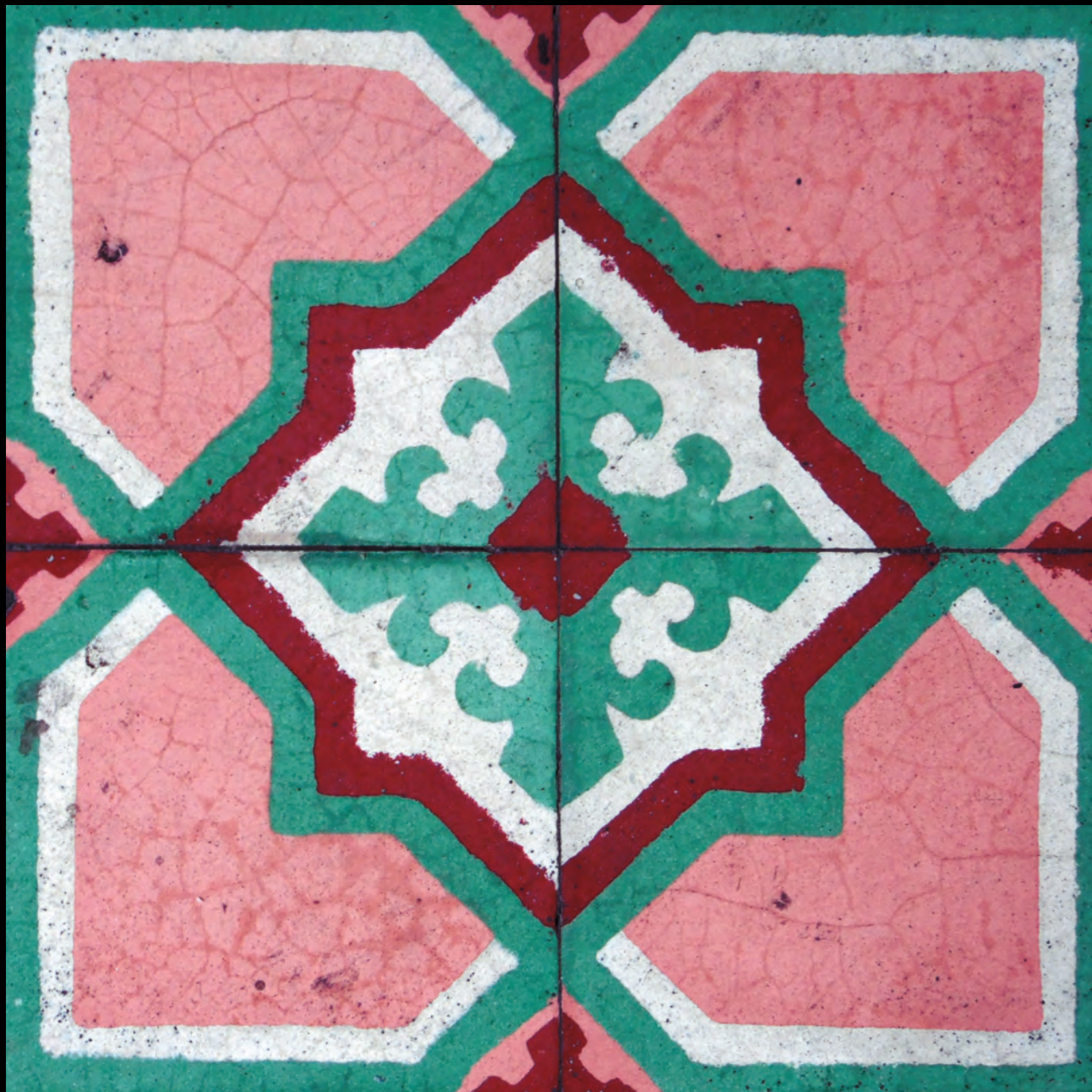
ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y CRISTÓBAL COLÓN. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



IGLESIA DEL QUINCHE. IBARRA



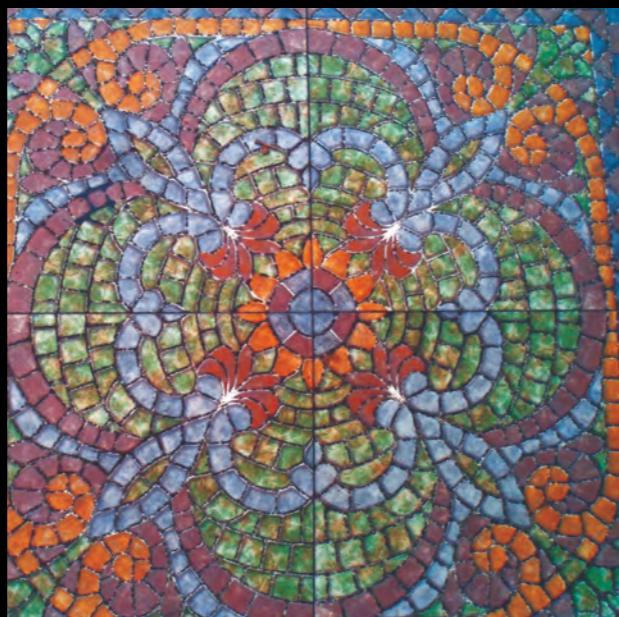
BA SÍLICA DE LA MERCED. IBARRA



GERMÁN GRUJALVA Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y CRISTOBAL COLÓN. IBARRA



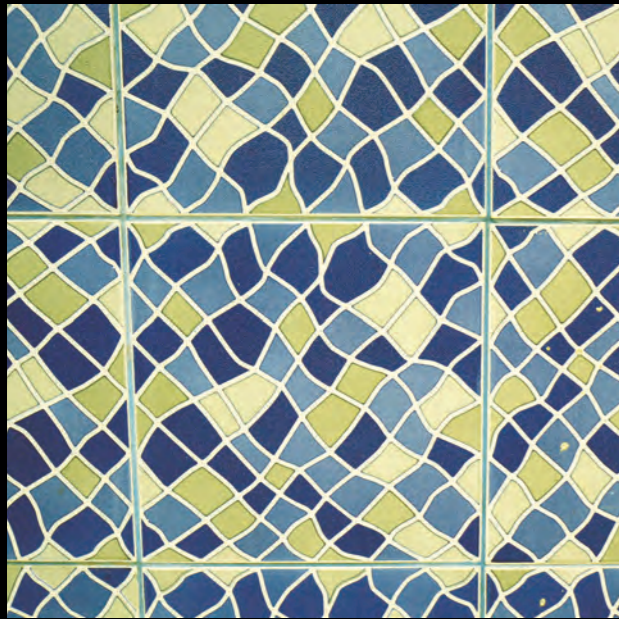
MANUEL DE LA CHICA NARVAEZ Y JOSÉ MEJÍA LEQUERICA. IBARRA



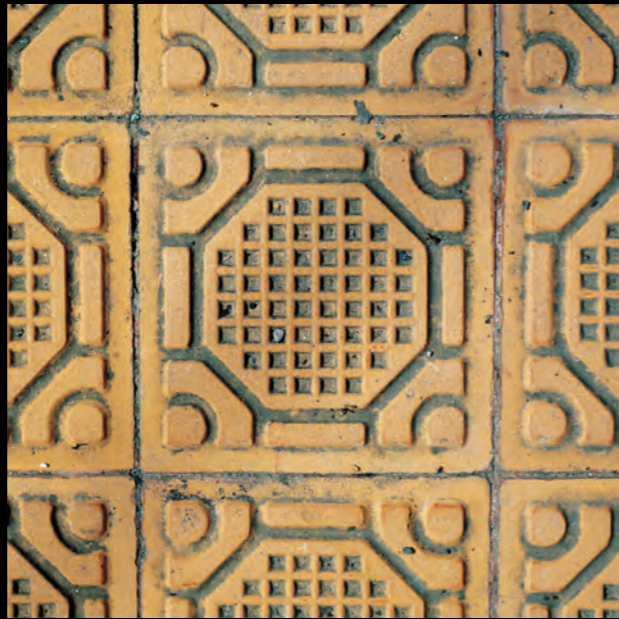
BA SÍLICA DE LA MERCED. IBARRA



ANTIGUO HOSPITAL SAN VICENTE DE PAUL. IBARRA



CARLOS ALMEIDA Y QUITO. IBARRA



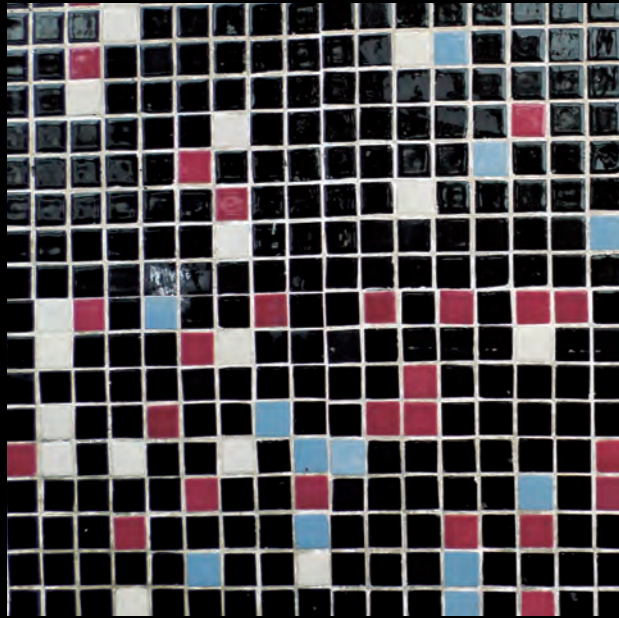
ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y SIMÓN BOLÍVAR. OTAVALO



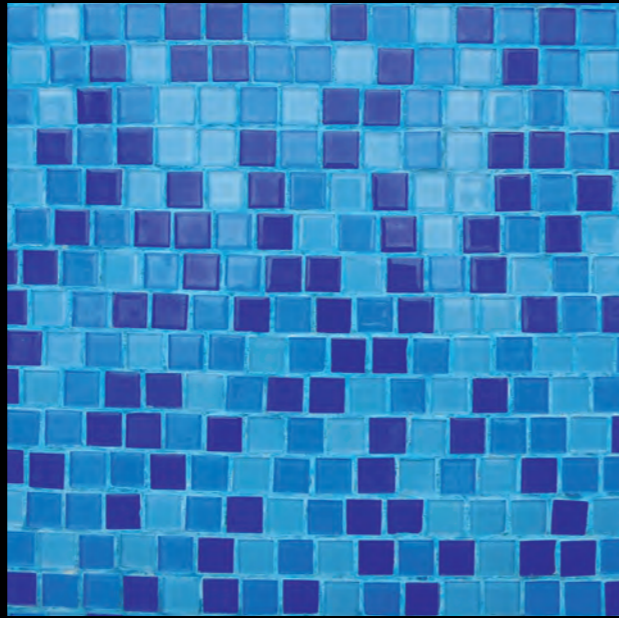
QUITO Y ATAHUALPA. OTAVALO



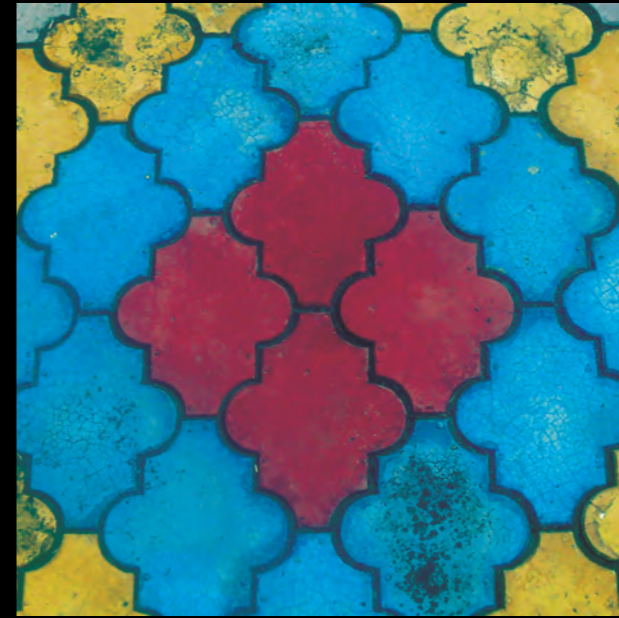
RUKUÑAN. PEGUCHE. OTAVALO



PIEDRAHITA Y VICENTE ROCAFUERTE. OTAVALO



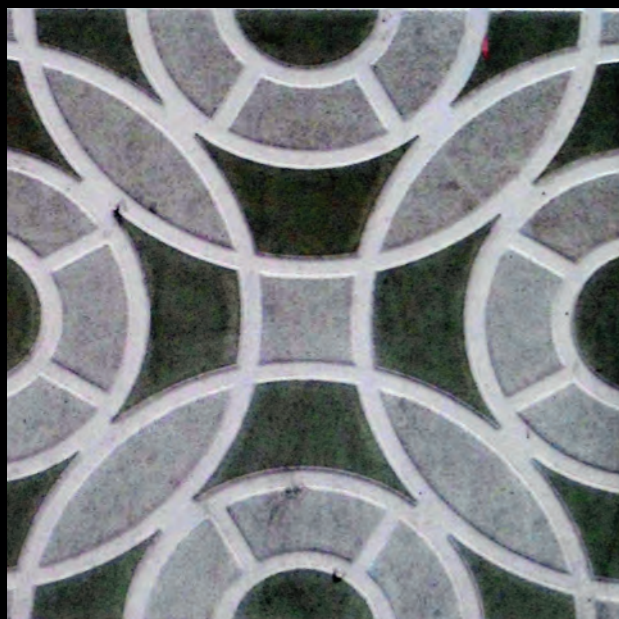
CARCHI Y MARÍA ANGÉLICA IDROBO. IBARRA



QUIROGA Y SIMÓN BOLÍVAR. OTAVALO



ALFREDO PÉREZ GUERRERO Y VICENTE ROCAFUERTE. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y CRISTÓBAL COLÓN. OTAVALO



PARQUE BOYACÁ. IBARRA



VICENTE ROCAFUERTE Y 9 DE OCTUBRE. COTACACHI



JUAN DE VELASCO Y JUAN MONTALVO. IBARRA



OPU plott center

Impresión de Planos
Ampliación y Reducción
Scanner

hugo.boss-74@hotmail.es

Telf ofc. 062609560 - 0939121758

ASESORIA TRIBUTARIA

SRI

- DECLARACIONES DEL IVA
- IMPUESTOS A LA RENTA
- REGISTRO DE INGRESOS Y EGRESOS
- DEVOLUCIONES DEL IVA Y RETENCIONES EN LA FUENTE
- ANEXOS

Telf: 062 606 782 - 062 546 071 Cel: 082 697 935

IMPRESIONES A COLOR Y B/N

Rótulos
Signs



SUCRE Y 9 DE OCTUBRE. COTACACHI



FACCHAÑAN. PEGUCHE. OTAVALO



MERCADO AMAZONAS. IBARRA



JOSÉ JOAQUÍN DE OLMEDO Y EUSEBIO BORRERO. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y RAFAEL LARREA ANDRADE. IBARRA



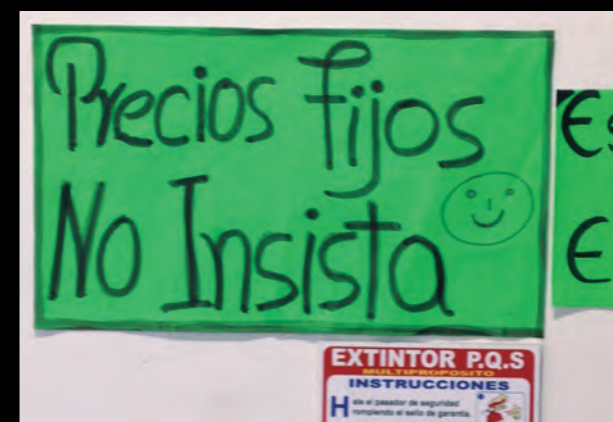
MANUEL ZAMBRANO Y PASAJE G. IBARRA



MARIANO ACOSTA Y FRAY VACAS GALINDO. IBARRA



JACINTO COLLAHUASO. OTAVALO



JOSÉ JOAQUIN OLMEDO Y CRISTÓBAL COLÓN. IBARRA



JUAN DE VELASCO Y VICENTE ROCAFUERTE. IBARRA



ESCALINATAS. PEGUCHE. OTAVALO



MIGUEL OVIEDO Y JAIME RIVADENEIRA. IBARRA



ATAHUALPA Y RIO MORONA. IBARRA



SIMÓN BOLIVAR Y JUAN DE VELASCO. IBARRA



MARIANO ACOSTA Y ZOILA TAFUR DE PAZ. IBARRA



PEDRO RODRÍGUEZ Y ELOY ALFARO. IBARRA



LUIS CABEZAS BORJA Y MARIANO ACOSTA. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y GENERAL ENRIQUEZ. ATUNTAQUI



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. IBARRA



JOSÉ JOAQUÍN DE OLMEDO Y ATAHUALPA. OTAVALO



SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



GARCÍA MORENO. ATUNTAQUI



PARQUE PEDRO ONCAYO. IBARRA



FACCHAÑAN. PEGUCHE. OTAVALO



PIEDRAHITA Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. OTAVALO



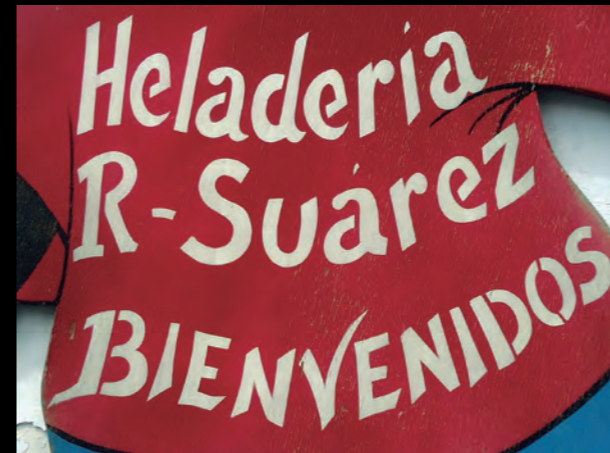
PEDRO MONCAYO. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR. COTACACHI



CRISTÓBAL COLÓN Y PEDRO VICENTE MALDONADO. IBARRA



MIGUEL OVIEDO Y JOSÉ JOAQUÍN OLMEDO. IBARRA



EL ROCIO. OTAVALO



GARCÍA MORENO. ATUNTAQUI



JUAN JOSÉ FLORES Y JUAN MONTALVO. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y MIGUEL OVIEDO. IBARRA



CRISTÓBAL DE TROYA Y FRAY VACAS GALINDO. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y GARCÍA MORENO. IBARRA



ATAHUALPA. IBARRA



ATAHUALPA. IBARRA



GOBERNACIÓN DE IMBABURA. IBARRA



CARLOS ELÍAS ALMEIDA Y JAIME RIVADENEIRA. IBARRA



MARIANO ACOSTA. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y GENERAL ENRÍQUEZ. ATUNTAQUI



ATAHUALPA Y RICARDO SÁNCHEZ. IBARRA



VICENTE ROCAFUERTE Y ELÍAS LIBORIO MADERA. IBARRA



OBISPO MOSQUERA Y BARTOLOMÉ GARCÍA. IBARRA



QUITO Y VICENTE RAMÓN ROCA. OTAVALO



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y JUAN DE DIOS MORALES. OTAVALO



MERCADO 24 DE MAYO. OTAVALO



TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE Y SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



JAIME RIVADENEIRA Y LUIS VARGAS TORRES. IBARRA



PEDRO MONCAYO Y 10 DE AGOSTO. COTACACHI



MANUEL DE LA CHICA NARVÁEZ Y MARIANO ACOSTA. IBARRA



SANTO DOMINGO. ILUMAN. OTAVALO



SANTO DOMINGO. ILUMAN. OTAVALO



SANTO DOMINGO. ILUMAN. OTAVALO



SANTO DOMINGO. ILUMAN. OTAVALO



EUGENIO ESPEJO. IBARRA



FACCHAÑAN. PEGUCHE. OTAVALO



AGATO. OTAVALO



PANAMERICANA NORTE. PEGUCHE. OTAVALO



UNIDAD EDUCATIVA. PEGUCHE. OTAVALO



CASCADA DE PEGUCHE. OTAVALO



JUAN DE SALINAS Y SIMÓN BOLÍVAR. OTAVALO

BAMBÚ

BAÑOS DE CAJON



Telf.: 093 562 372

SÁNCHEZ Y CIFUENTES Y CARLOS EMILIO GRIJALVA. IBARRA

Mini Market

Sprinfil



SÁNCHEZ Y CIFUENTES Y TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE. IBARRA

Ternos - Pantalones - Camisas - Corbatas - Ponchos - Uniformes

Confecciones

Guamán



Descuentos para Instituciones cell: 086 507 490

ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. IBARRA

BOHEMIOS

BAR CONCIERTO PIZZERIA

• HUMUS • FALAFEL • SHAWARMAN • SPAGETTI • LASAGNA • PIPAS DE AGUA (SHISHA)

bohemiosbarpizzeria@hotmail.com / patricio_i_puente@hotmail.com Telf: 2 923 102 - Cel: 094 422 472

JUAN DE SALINAS Y MODESTO JARAMILLO. OTAVALO

El Buen Pollo

Schifer



MANTÉNGASE INFORMADO EN:
EL COMERCIO
EL NORTE
h.u
EXTRA
La Hora
EL UNIVERSO
LA VERDAD

Asadero el Buen Pollo

POLEO	MEDIO	GRANDE
OCTAVO	PIRAS FITAS	PIRAS COQUINADO
CALCRIPAPAS	AFANADO	CURTIDOROS

Asadero Buen Pollo

Almuerzos	1.45
Octavos	1.15
Papi-pollo	1.15
Salchi-papas	1.15
1/4 de pollo	1.15
Medio pollo	1.15
1 pollo	1.15
Churrascos	1.15
Aganidos	1.15
Juicos	1.15
Bebidas	1.15

SIMÓN BOLÍVAR Y JUAN MONTALVO. OTAVALO

HOTEL

IMPERIO DEL SOL

PIANO-BAR-RESTAURANTE

HOTEL Imperio del Sol Bar Restaurante



LAGUNA DE YAHUARCOCHA. IBARRA



JOSÉ JOAQUÍN OLMEDO Y JUAN DE VELASCO. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y JUAN DE VELASCO. IBARRA



JOSÉ JOAQUÍN OLMEDO Y GERMÁN GRIJALVA. IBARRA



JUAN JOSÉ FLORES Y SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y JUAN DE VELASCO. IBARRA



RAFAEL TROYA Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. IBARRA



PARQUE ABDÓN CALDERÓN. COTACACHI



ATAHUALPA Y JUAN DE SALINAS. OTAVALO



ELÍAS LIBORIO MADERA Y PEDRO VICENTE MALDONADO. IBARRA



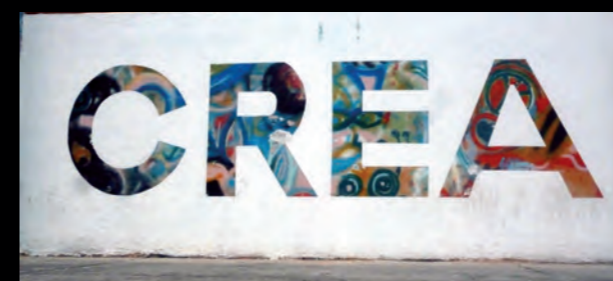
OBRAJES Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. IBARRA



VÍA URQUQUÍ Y LOS MANZANOS. IBARRA



MARIANO ACOSTA Y OBISPO ALEJANDRO PASQUEL. IBARRA



ABDÓN CALDERÓN Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. ANTONIO ANTE



CARANQUI. IBARRA



LUIS ENRIQUE CEVALLOS Y SIMÓN BOLÍVAR. SAN ANTONIO DE IBARRA



31 DE OCTUBRE. OTAVALO



BARRIO SANTIAGUILLO. IBARRA



JUNÍN Y BOLÍVAR VINUEZA. ANDRADE MARÍN. ANTONIO ANTE



LUIS LEORO FRANCO. ATUNTAQUI. ANTONIO ANTE



PADRE AURELIO ESPINOZA. IBARRA



MONSEÑOR LEÓNIDAS PROAÑO Y PEDRO MONTÚFAR. IBARRA



PIEDAD GÓMEZ JURADO Y CRISTÓBAL DE TROYA. IBARRA



ACADEMIA MILITAR SAN DIEGO. EL RETORNO. IBARRA



SAN JOSÉ DE QUICHINCHE. OTAVALO



SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



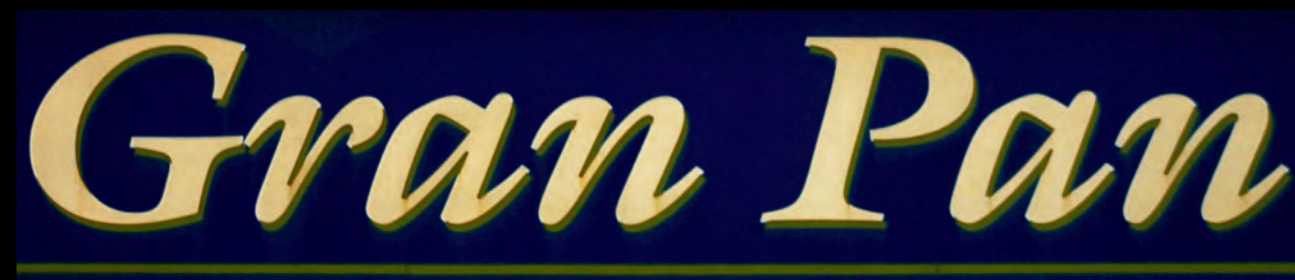
SIMÓN BOLÍVAR Y ALFREDO PEREZ GUERRERO. IBARRA



OBISPO ALEJANDRO PASQUEL MONGE Y DARIÓ EGAS GRIJALVA. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y CRISTOBAL COLÓN. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y OBISPO MOSQUERA. IBARRA



MANUEL DE LA CHICA NARVÁEZ Y MIGUEL OVIEDO. IBARRA



LUIS CABEZAS BORJA Y PEDRO MONCAYO. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR. OTAVALO



MIGUEL OVIEDO Y SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y JUAN JOSÉ FLORES. IBARRA



GARCÍA MORENO. ATUNTAQUI



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y GARCÍA MORENO. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y JOSÉ JOAQUÍN OLMEDO. OTAVALO



ATAHUALPA Y FRANCISCO BONILLA. IBARRA



YURACRUCITO Y EL ARCÁNGEL. IBARRA



10 DE AGOSTO Y SIMÓN BOLÍVAR. COTACACHI



PLAZA SHOPPING CENTER. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y VICENTE PIEDRAHITA. OTAVALO



MANUEL QUIROGA Y SIMÓN BOLÍVAR. OTAVALO



JUAN DE SALINAS Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. OTAVALO



CRISTOBAL COLÓN. IBARRA



RAFAEL TROYA. ANTONIO ANTE



SIMÓN BOLÍVAR Y QUITO. OTAVALO



MERCADO MUNICIPAL. ATUNTAQUI



CRISTOBAL DE TROYA Y JAIME RIVADENEIRA. IBARRA



MARIANO ACOSTA Y JAIME RIVADENEIRA. IBARRA



CRISTOBAL DE TROYA. IBARRA



OBISPO MOSQUERA Y BARTOLOMÉ GARCÍA. IBARRA



TOBIÁS MENA Y LUCILA BENALCÁZAR. IBARRA



SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



OBISPO MOSQUERA Y BARTOLOMÉ GARCÍA. IBARRA



OBISPO MOSQUERA Y BARTOLOMÉ GARCÍA. IBARRA



JOSÉ JOAQUÍN OLMEDO Y MIGUEL OVIEDO. IBARRA



LAGUNA MALL. IBARRA



CRISTÓBAL DE TROYA Y CARLOS VERLO VÁSQUEZ. IBARRA



CRISTÓBAL COLÓN. IBARRA



PREFECTURA DE IMBABURA. IBARRA



CAMILO PONCE ENRÍQUEZ. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE. IBARRA



SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



CRISTÓBAL COLÓN Y JOSÉ JOAQUÍN OLMEDO. IBARRA



SALINAS. ATUNTAQUI



MIGUEL OVIEDO Y MANUEL DE LA CHICA NARVÁEZ. IBARRA



JUAN JOSÉ FLORES Y JAIME RIVADENEIRA. IBARRA



JOSÉ JOAQUÍN DE OLMEDO Y PEDRO MONCAYO. IBARRA



PARQUE CHILE. IBARRA



MIGUEL OVIEDO Y JUAN DE SALINAS. IBARRA



FABRICA IMBABURA. ANDRADE MARÍN



SIMÓN BOLÍVAR Y MODESTO PEÑAHERRERA. COTACACHI



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y ALFREDO PÉREZ GUERRERO. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. OTAVALO



MIGUEL OVIEDO Y JOSÉ JOAQUIN OLMEDO. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y JUAN DE VELASCO. IBARRA



JOSÉ MEJÍA LEQUERICA Y JOSÉ JOAQUIN OLMEDO. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y JUAN DE VELASCO. IBARRA



MIGUEL OVIEDO. Y JOSÉ JOAQUÓN OLMEDO IBARRA



PEDRO RODRÍGUEZ Y EUSEBIO BORRERO. IBARRA



LUIS LEORO FRANCO. ATUNTAQUI. ANTONIO ANTE



BARTOLOMÉ GARCÍA Y TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE. IBARRA



SÁNCHEZ Y CIFUENTES Y JOSÉ MIGUEL LEORO. IBARRA



CRSITOBAL DE TROYA Y GONZALO GÓMEZ JURADO. IBARRA



PISTA DE YAHUARCOCHA. IBARRA



PEDRO RODRÍGUEZ Y EUSEBIO ROMERO. IBARRA



CORDERO Y CRISTOBAL DE TROYA. IBARRA



MANUEL QUIROGA. OTAVALO



GABRIEL GARCÍA MORENO Y GONZÁLEZ SUÁREZ. COTACACHI



GABRIEL GARCÍA MORENO Y SIMÓN BOLÍVAR. COTACACHI



MARIANO ACOSTA Y CRISTÓBAL GÓMEZ JURADO. IBARRA



JAIME RIVADENEIRA. IBARRA



CIUDELA IMBAYA. OTAVALO



JUAN DE VELASCO Y VICENTE ROCAFUERTE. IBARRA



EUGENIO ESPEJO Y RAFAEL LARREA ANDRADE. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y TEODORO GÓMEZ. IBARRA



GENERAL ENRÍQUEZ Y ATAHUALPA. ATUNTAQUI



SIMÓN BOLÍVAR Y JOSÉ MEJÍA LEQUERICA. OTAVALO



VICENTE ROCAFUERTE Y PEDRO MONCAYO. IBARRA



JOSÉ JOAQUIN OLMEDO Y JUAN DE VELASCO. IBARRA



JOSÉ JOAQUIN OLMEDO Y CRISTÓBAL COLÓN. IBARRA



PEDRO MONCAYO Y JUAN DE SALINAS. IBARRA



LA CAMPIÑA Y JOSÉ DOMINGO ALBUJA. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. IBARRA



JUAN JOSÉ FLORES Y VICENTE ROCAFUERTE. IBARRA



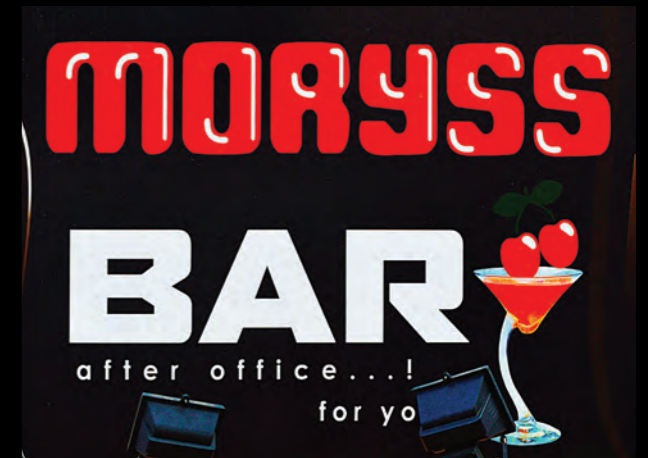
CARLOS MERLO VASQUEZ Y DR. CRISTÓBAL GÓMEZ JURADO. IBARRA



JUAN MONTALVO Y CRISTÓBAL COLÓN. IBARRA



PÉREZ GUERRERO Y EUGENIO ESPEJO. IBARRA



PEDRO VICENTE MALDONADO Y JUAN DE VELASCO. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y MIGUEL OVIEDO. IBARRA



JAIME ROLDOS AGUILERA Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



PÉREZ MUÑOZ Y 2 DE MARZO. ATUNTAQUI



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y PÉREZ GUERRERO. IBARRA



JOSÉ MEJÍA LEQUERICA Y MANUEL DE LA CHICA NARVÁEZ. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y PIEDRAHITA. IBARRA



LAGUNA MALL. IBARRA



MARIANO ACOSTA Y JUAN JOSÉ FLORES. IBARRA



PEDRO MONCAYO Y MANUEL DE LA CHICA NARVÁEZ. IBARRA



JOSÉ JOAQUÍN OLMEDO Y JUAN JOSÉ FLORES. IBARRA



JUAN DE VELASCO Y JOSÉ JOAQUÍN OLMEDO. IBARRA



PEDRO MONCAYO Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. IBARRA



EL RETORNO Y TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE. IBARRA



MIGUEL OVIEDO Y JOSÉ JOAQUÍN DE OLMEDO. IBARRA



GENERAL ENRÍQUEZ Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. ATUNTAQUI



31 DE OCTUBRE Y PANAMERICANA. OTAVALO



MIGUEL OVIEDO Y JOSÉ JOAQUÍN DE OLMEDO. IBARRA



FRAY VACAS GALINDO Y CRISTÓBAL DE TROYA. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR. OTAVALO



JAIME RIVADENEIRA Y JUAN DE DIOS NAVAS. IBARRA



GUILLERMINA GARCÍA ORTIZ Y PEDRO VICENTE MALDONADO. IBARRA



PEDRO RODRÍGUEZ Y JUAN DE DIOS NAVAS. IBARRA

FAUNO

ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y MORALES. **OTAVALO**


Barakka

arabian food



SIMÓN BOLÍVAR Y TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE. **IBARRA**

PROHIBIDO
ORINAR
NO SEA SUCIO



ATAHUALPA Y NAZACOTA PUENTO. **IBARRA**

PUNTO G

EVENTS

RIO AMAZONAS Y EUGENIO ESPEJO. **ATUNTAQUI**

Lolita

TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES. **IBARRA**

LOVE



MIGUEL OVIEDO. **IBARRA**

EFFRAIN

VICENTE ROCAFUERTE. **OTAVALO**

LA PARRILLA

del Tío Jessy



MARIANO ACOSTA Y MANUELA CAÑIZARES. **IBARRA**

YOSHICOMO

SNACK



SIMÓN BOLÍVAR Y TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE. **IBARRA**

CIUDAD BLANCA

SÁNCHEZ Y CIFUENTES Y ELOY ALFARO. **IBARRA**

ESCENCIA INDIGENA

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO

Ibarra • Quito • Cuenca • Ambato • Cañar • Otavalo

JOSÉ JOAQUÍN DE OLMEDO Y CRISTÓBAL COLÓN. **IBARRA**

El Otavaleño

MIKUNA UKU - RESTAURANTE



VICENTE RAMÓN ROCA Y CRISTÓBAL COLÓN. **OTAVALO**

GONZALO DURAN

PEDRO MONCAYO Y JOSÉ JOAQUÍN OLMEDO. **IBARRA**

CARBONO

JOSÉ JOAQUÍN DE OLMEDO. **IBARRA**

Mi Dulce Compañía

SIMÓN DE BOLÍVAR Y JUAN DE VELASCO. IBARRA

 **Menestras del Negro**
Como preparado en casa.

LAGUNA MALL. IBARRA

Delicious
Cafetería



SIMÓN BOLÍVAR Y OBISPO MOSQUERA. IBARRA

ROSS

MANUEL DE LA CHICA NARVÁES Y JUAN DE VELASCO. IBARRA

FRITADAS
DOÑA ZITA



JOSÉ JOAQUÍN OLMEDO Y PEDRO MONCAYO. IBARRA

Carnes & Carnes

SIMÓN BOLÍVAR Y RAFAEL LARREA ANDRADE. IBARRA

302

 **nortextil**
D I S T R I B U I D O R A T E X T I L

SIMÓN BOLÍVAR Y OLMEDO. ANTONIO ANTE

Oh la la
closet

ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y 9 DE OCTUBRE. COTACACHI

 **CAPTOOS**

PLAZA SHOPPING CENTER. IBARRA

Fascinación
flores y detalles



SIMÓN BOLÍVAR Y ALFREDO PÉREZ GUERRERO. IBARRA

fashionlana

SIMÓN BOLÍVAR Y RAFAEL LARREA ANDRADE. IBARRA

GIMNASIO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE. IBARRA

303



MIGUEL OVIEDO Y VICENTE ROCAFUERTE. IBARRA



JUAN DE DIOS NAVAS Y ELOY ALFARO. IBARRA



JUAN JOSÉ FLORES Y VICENTE ROCAFUERTE. IBARRA



GENERAL JULIO ANDRADE Y JOSÉ MIGUEL LEORO. IBARRA



QUITO Y SIMÓN BOLIVAR. OTAVALO



MANUEL DE LA CHICA NARVÁEZ Y JOSÉ MEJÍA LEQUERICA. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y PEDRO MONCAYO IBARRA



EL RETORNO Y RIO PUYANGO. IBARRA



JORGE DAVILA MEZA. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y PÉREZ GUERRERO. IBARRA



MIGUEL OVIEDO Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



YAHUARCOCHA. IBARRA



EL RETORNO. IBARRA



VICENTE RAMÓN ROCA Y MORALES. OTAVALO



31 DE OCTUBRE Y MANUEL QUIROGA. OTAVALO



SIMÓN BOLÍVAVR Y PEDRO MONCAYO. IBARRA



CARANQUI. IBARRA



VICENTE ROCAFUERTE. IBARRA

VANTAGE
WYLVGE

SIMÓN BOLÍVAR Y JUAN DE VELASCO. IBARRA

EXE  GYM
SIENTE LA ENERGIA

RIO AMAZONAS Y SIMÓN BOLÍVAR. ATUNTAQUI


PRIMARK'S

SIMÓN BOLÍVAR Y MANUEL QUIROGA. OTAVALO

Pasaje Ibarra
centro comercial

JOSÉ JOAQUIN DE OLMEDO Y CRISTÓBAL COLÓN. IBARRA


COCOA
by CB

SIMÓN BOLÍVAR Y JUAN DE VELASCO. IBARRA

ESPACIOS
ARQUITECTOS 

GENREAL ENRÍQUEZ. IBARRA

TATY

PLAZA SHOPPING CENTER. IBARRA

 C-U-bo
ESTUDIO DE ARQUITECTURA

ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. IBARRA

SANDOVAL

ROCAFUERTE Y 10 DE AGOSTO. COTACACHI

AVELLANEDA

MARIANO ACOSTA Y HELEODORO AYALA. IBARRA

net service

SIMÓN BOLÍVAR Y TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE. IBARRA

Solidario

JOSÉ JOAQUÍN OLMEDO Y CRISTÓBAL COLÓN. IBARRA

DIANA CAROLINA

GARCÍA MORENO. ATUNTAQUI

BEER LIN
MUSIC & DRINK

SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA

amanda's clothes
• tu eres lo que vistes •

ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y JUAN MONTALVO. OTAVALO

Cerranostra.

GUILLERMINA GARCÍA ORTIZ. IBARRA

carlex

GENERAL ENRÍQUEZ Y SIMÓN BOLÍVAR. ATUNTAQUI

STOWA

GENERAL ENRÍQUEZ. ATUNTAQUI

MADRID
869

SIMÓN BOLÍVAR Y PEDRO VICENTE MALDONADO. IBARRA

MARKET

RAFAEL SÁNCHEZ Y FRANCISCO BONILLA. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y JOSÉ JOAQUÍN DE OLMEDO. IBARRA



MERCADO AMAZONAS. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y ATAHUALPA. OTAVALO



SIMÓN BOLÍVAR Y OBISPO CÉSAR MOSQUERA. IBARRA



EUGENIO ESPEJO Y OBISPO ALEJANDRO PASQUEL MONGE. IBARRA



PLAZOLETA FRANCISCO CALDERÓN. IBARRA



JUAN MONTALVO Y SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



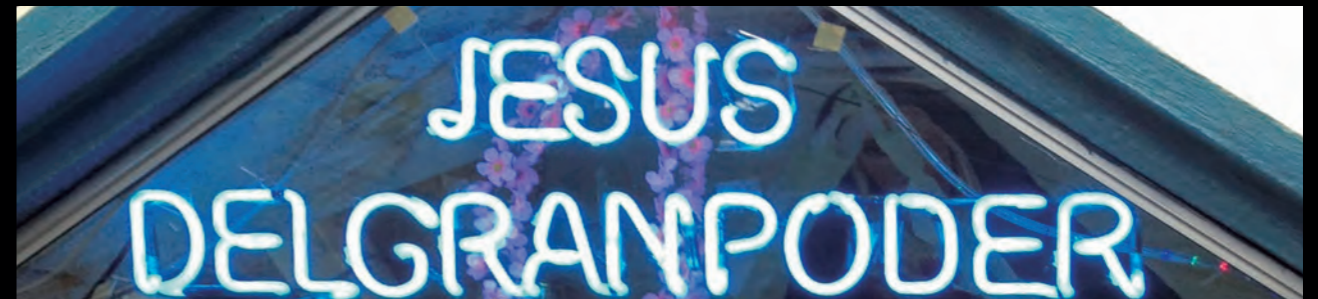
JOSÉ MEJÍA LAQUERICA Y SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y JOSÉ MEJIA LEQUERICA. IBARRA



ABDÓN CALDERÓN Y SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



MERCADO AMAZONAS. IBARRA



TERMINAL TERRESTRE. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y ABDÓN CALDERÓN. OTAVALO



TERMINAL TERRESTRE. IBARRA



MIGUEL OVIEDO Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. IBARRA



LUCAS DE LEÓN Y JOSÉ JOAQUÍN DE OLMEDO. IBARRA



Monograms

Monogramas



CAPILLA EPISCOPAL. IBARRA



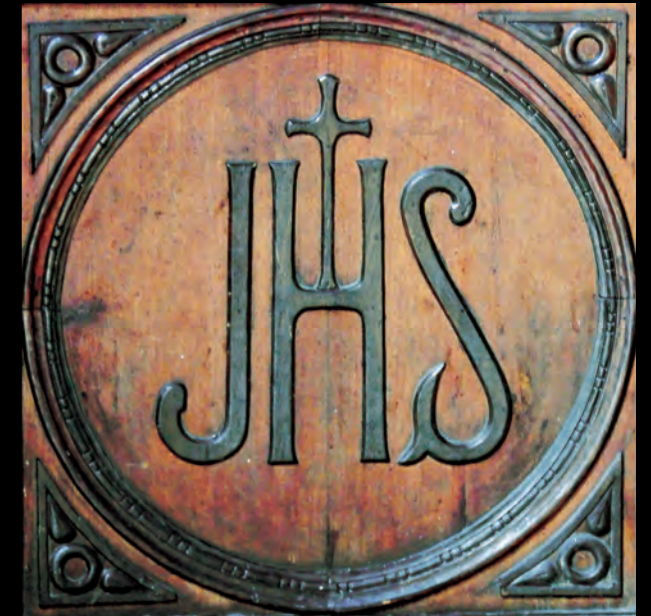
IGLESIA SAN FRANCISCO. IBARRA



CAPILLA EPISCOPAL. IBARRA



IGLESIA DE SAN LUIS. OTAVALO



BÁSILICA DE LA MERCED. IBARRA



IGLESIA DEL SEÑOR DEL AMOR. CARANQUI. IBARRA



CAPILLA EPISCOPAL. IBARRA



IGLESIA DEL SEÑOR DEL AMOR. CARANQUI. IBARRA



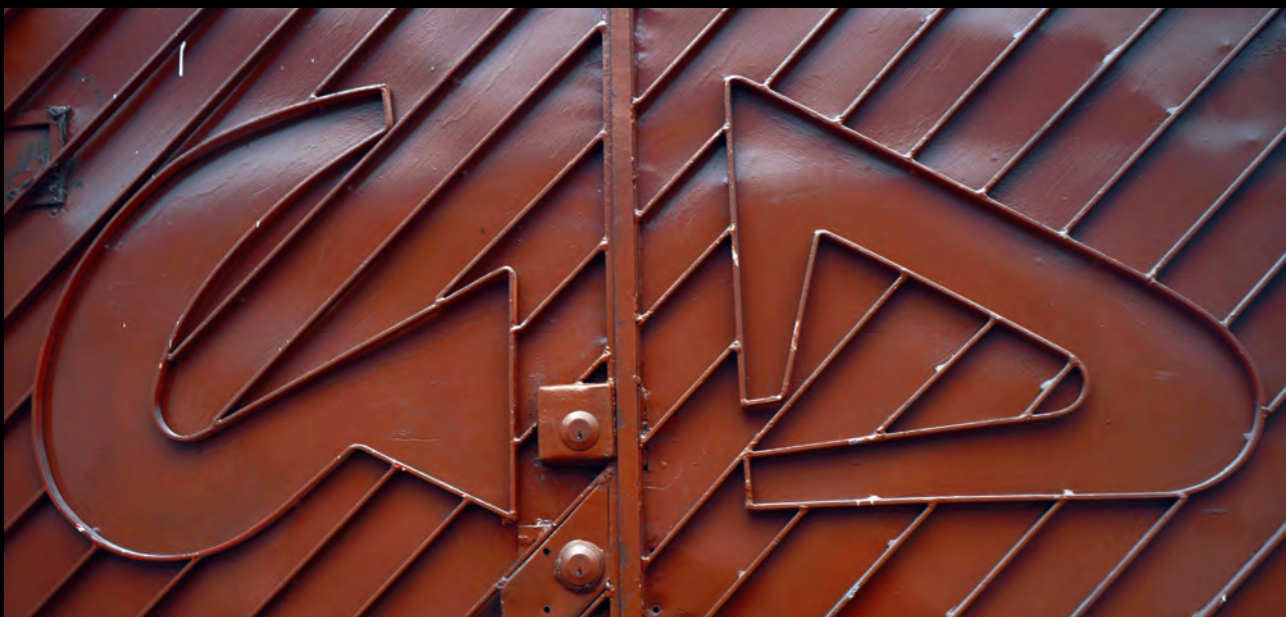
CAPILLA EPISCOPAL. IBARRA



PEDRO MONCAYO Y JOSÉ JOAQUÍN DE OLMEDO. IBARRA



JUAN JOSÉ FLORES Y VICENTE ROCAFUERTE. IBARRA



PEDRO MONCAYO Y JOSÉ JOAQUÍN DE OLMEDO. IBARRA



PEDRO MONCAYO Y JOSÉ JOAQUÍN DE OLMEDO. IBARRA



MIGUEL OVIEDO Y JOSÉ JOAQUÍN OLMEDO. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y JUAN MONTALVO. **OTAVALO**



9 DE OCTUBRE. **COTACACHI**



EUSEBIO BORRERO Y PEDRO RODRIGUEZ. **IBARRA**



MARIANO ACOSTA Y OBISPO ALEJANDRO PASQUEL MONJE. **IBARRA**



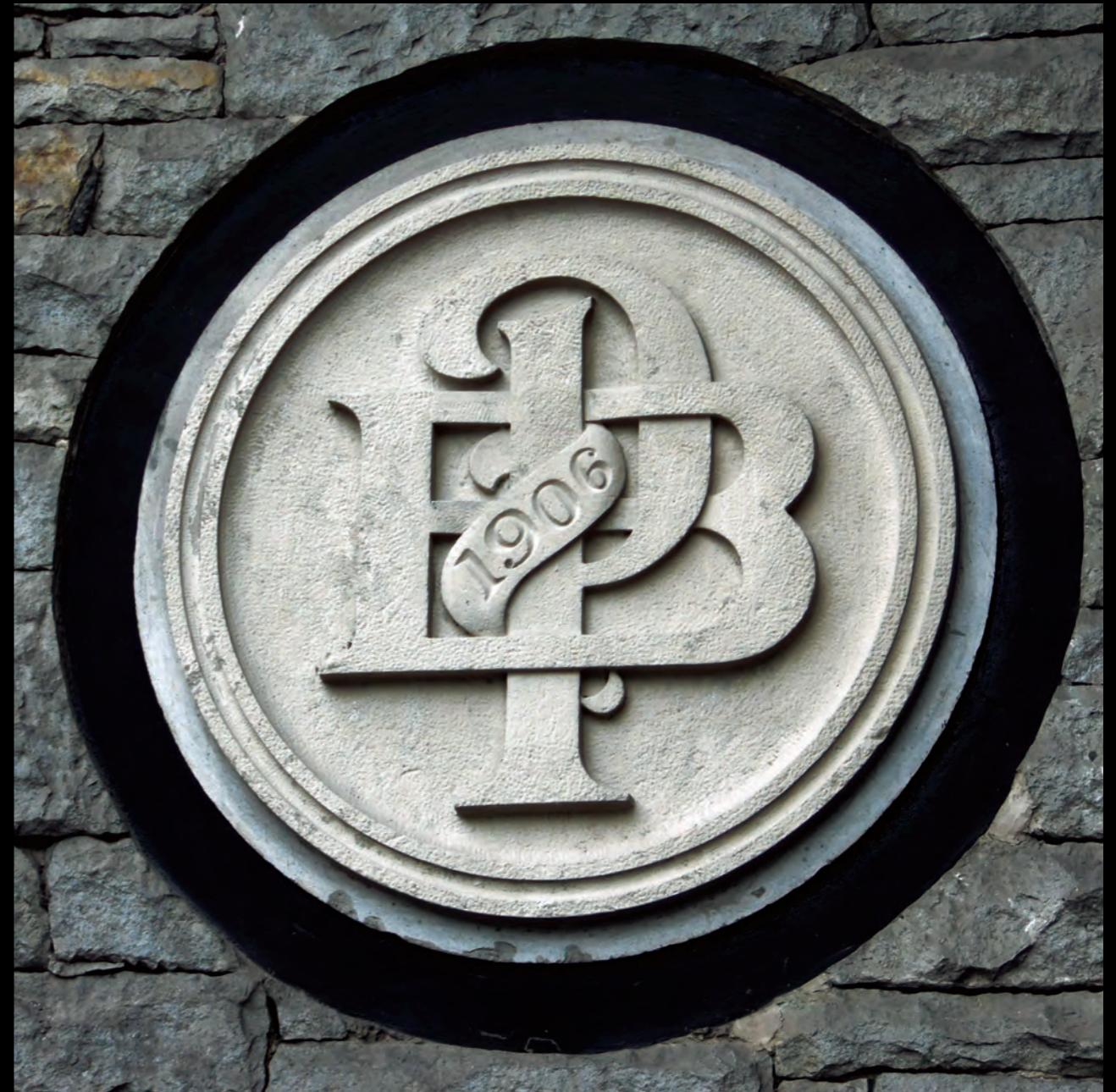
GARCÍA MORENO Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. **IBARRA**



CRISTOBAL COLÓN Y SIMÓN BOLÍVAR. **IBARRA**



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y JUAN JOSÉ FLORES. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y OBISPO MOSQUERA. IBARRA



EUGENIO ESPEJO Y RAFAEL LARREA. IBARRA



MANUEL QUIROGA Y 31 DE OCTUBRE. OTAVALO



JUAN DE SALINAS Y MIGUEL OVIEDO. IBARRA



JUAN MONTALVO Y ATAHUALPA. OTAVALO



CALIXTO MIRANDA Y JUAN FRANCISCO BONILLA. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE. IBARRA



MARIANO ACOSTA. IBARRA



ATAHUALPA Y HERNAN GONZALES. IBARRA



JUAN M. GRIJALVA Y SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



OBISPO MOSQUERA Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y RAFAEL LARREA ANDRADE. IBARRA



JOSÉ POSE Y LUIS ARCE. OTAVALO



PARQUE SIMÓN BOLÍVAR. OTAVALO



SIMÓN BOLÍVAR Y TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE. IBARRA



JUAN JOSÉ FLORES Y VICENTE ROCAFUERTE. IBARRA



ATAHUALPA Y JOSÉ MIGUEL LEORO. IBARRA



JUAN MONTALVO Y OBISPO CESAR MOSQUERA. IBARRA



GARCÍA MORENO Y VICENTE ROCAFUERTE. IBARRA



ISLA FERNANDINA Y EL ORO. IBARRA



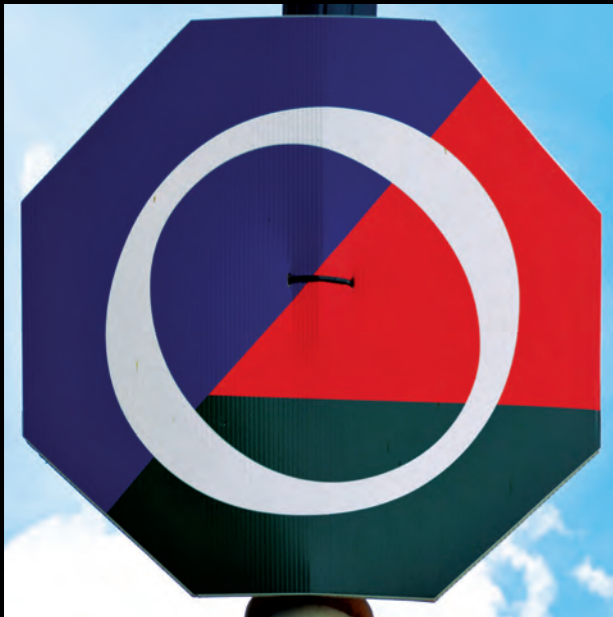
MIGUEL OVIEDO Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



GENERAL ENRÍQUEZ Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. ATUNTAQUI



JUAN MONTALVO Y VICENTE RAMÓN ROCA. OTAVALO



PARQUE SIMÓN BOLÍVAR. OTAVALO



CRISTÓBAL DE TROYA Y JORGE DÁVILA MESA. IBARRA



JUAN DE VELASCO Y CRISTOBAL COLÓN. IBARRA



JAIME RIVADENEIRA Y MARIANO ACOSTA. IBARRA



MIGUEL OVIEDO Y MANUEL DE LA CHICA NARVÁEZ. IBARRA



GENERAL ENRÍQUEZ Y PÉREZ MUÑOZ. ATUNTAQUI



SALINAS Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. OTAVALO



SIMÓN BOLÍVAR Y OBISPO MOSQUERA. IBARRA



JUAN DE VELASCO Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



ELOY ALFARO Y GENERAL ENRÍQUEZ. ANDRADE MARÍN



SIMÓN BOLÍVAR Y OBISPO MOSQUERA. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. COTACACHI



JOSÉ JOAQUÍN DE OLMEDO Y MIGUEL OVIEDO. IBARRA



OBISPO MOSQUERA Y SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



MARIANO ACOSTA Y CRISTÓBAL DE TROYA. IBARRA



TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE Y BARTOLOMÉ DE LAS CASAS. IBARRA



PÉREZ GUERRERO Y SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



ROCA Y ESTÉVEZ MORA. OTAVALO



JOSÉ JOAQUÍN DE OLMEDO Y MIGUEL OVIEDO. IBARRA



TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



ATAHUALPA Y HERNÁN GONSÁLEZ DE SAA. IBARRA



TEODODO GÓMEZ DE LA TORRE Y BARTOLOMÉ GARCÍA. IBARRA



JOSÉ JOAQUÍN DE OLMEDO Y CRISTÓBAL COLÓN. IBARRA



CARRERA Y VICENTE ROCAFUERTE. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y ABDÓN CALDERÓN. ATUNTAQUI



TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE Y RAFAEL SÁNCHEZ. IBARRA



JUAN JOSÉ FLORES Y PEDRO RODRÍGUEZ. IBARRA



CRISTOBAL COLÓN Y SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



SALINAS Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. OTAVALO



MARIANO ACOSTA Y GABRIEL GARCÍA MISTRAL. IBARRA



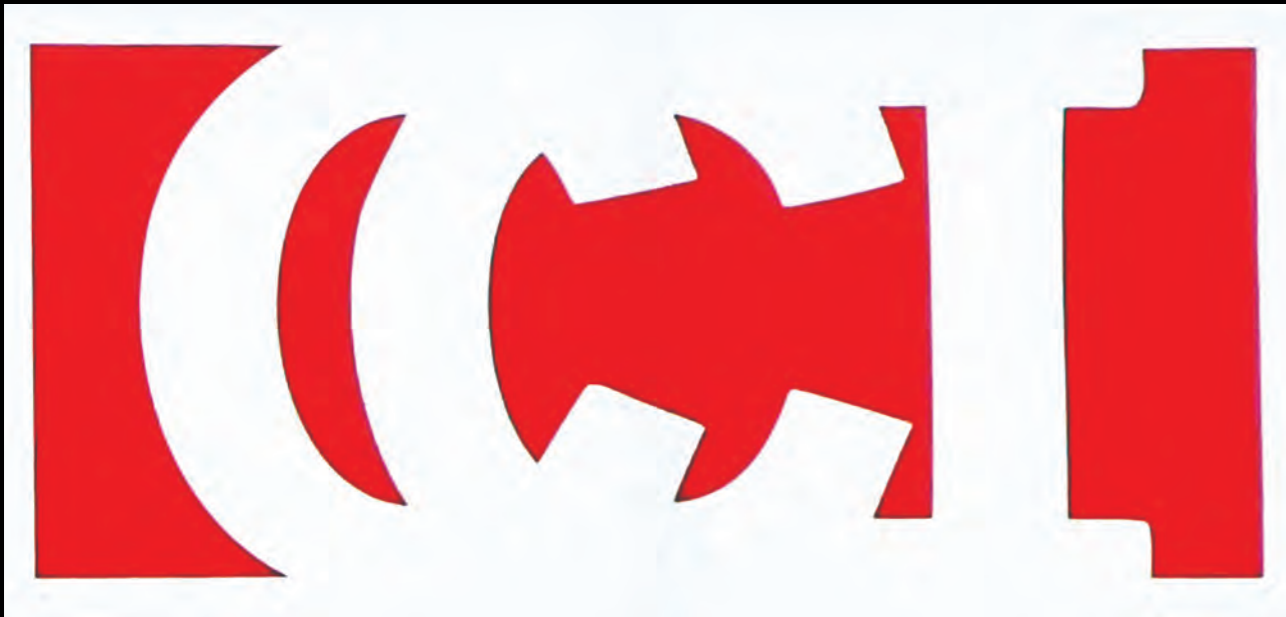
JOSÉ JOAQUÍN DE OLMEDO Y GARCIA MORENO. IBARRA



CRISTOBAL DE TROYA Y PIEDAD GÓMEZ. IBARRA



ATAHUALPA Y RIO MORONA. IBARRA



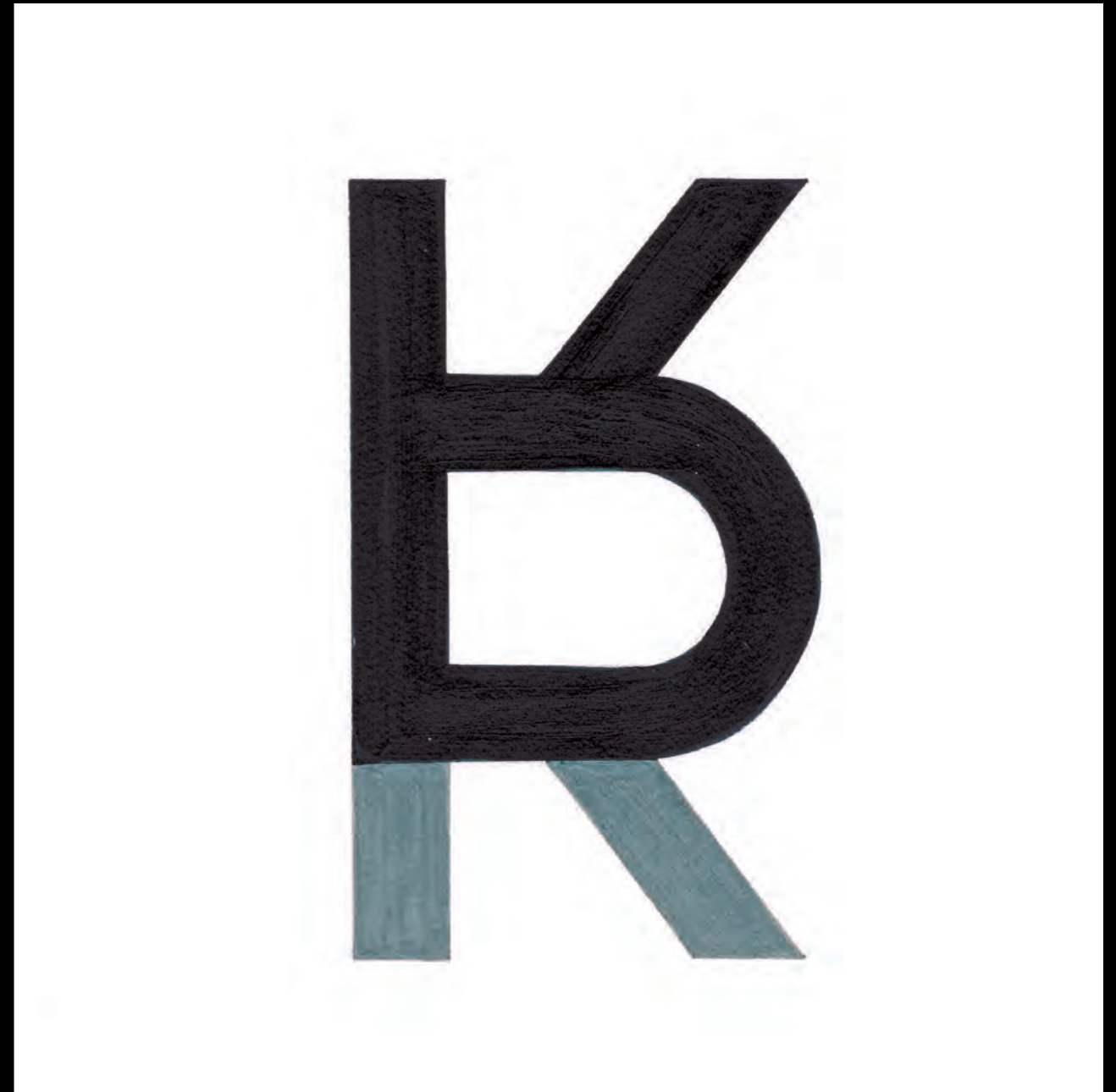
PEDRO VICENTE MALDONADO Y PEDRO MONCAYO. IBARRA



QUIROGA Y SUCRE. OTAVALO



ATAHUALPA Y PIEDRAHITA. IBARRA



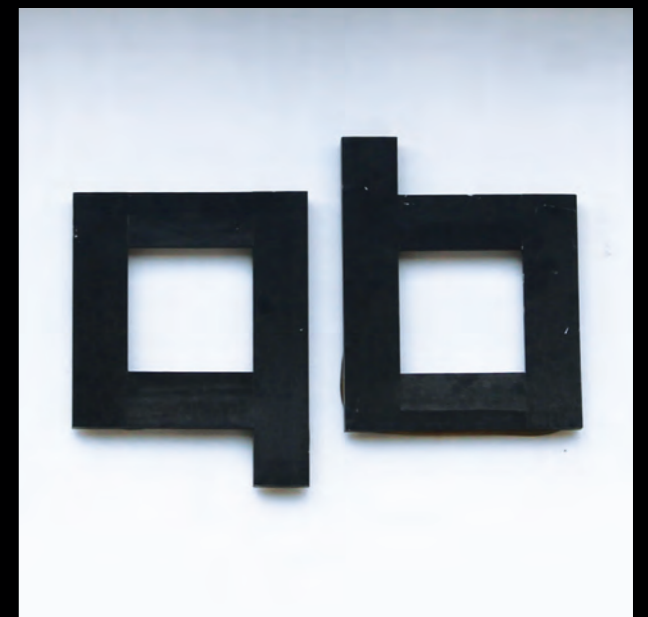
JUAN MANUEL GRIJALVA Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. IBARRA



SALINAS Y SUCRE. OTAVALO



ROCA Y JUAN MONTALVO. OTAVALO



PANAMERICANA NORTE Y 31 DE OCTUBRE. OTAVALO



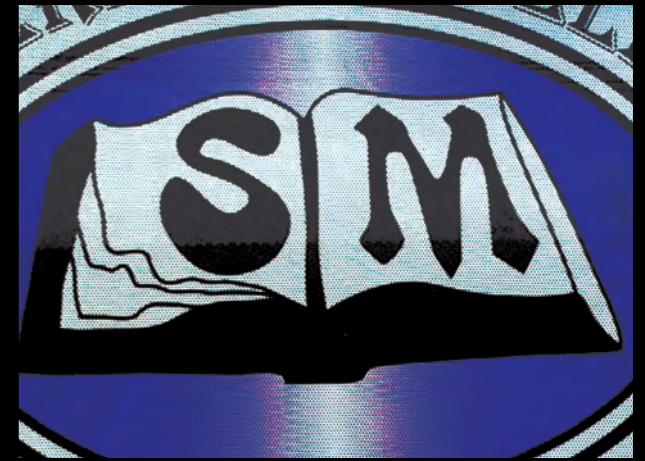
JOSÉ JOAQUÍN OLMEDO Y MIGUEL OVIEDO. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR. OTAVALO



PANAMERICANA NORTE Y LUIS OLMEDO JATIVA. ANTONIO ANTE



PARQUE LA MATRIZ. COTACACHI



JAIME RIVADENEIRA Y JUAN DE DIOS NAVAS. IBARRA



ALFREDO PÉREZ GUERRERO Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



PEDRO MONCAYO. IBARRA



JAIME RIVADENEIRA Y MARIANO ACOSTA. IBARRA



OBISPO MOSQUERA Y BARTOLOMÉ GARCÍA. IBARRA



SÁNCHEZ Y CIFUENTES Y ZENÓN VILLACÍS. IBARRA



JAIME RIVADENEIRA Y JUAN DE DIOS NAVAS. IBARRA



SAN VICENTE Y ROCAFUERTE. ATUNTAQUI



SÁNCHEZ Y CIFUENTES Y OBISPO MOSQUERA. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y CRISTÓBAL COLÓN. IBARRA



MIGUEL OVIEDO Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



MIGUEL OVIEDO Y SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



CRISTÓBAL DE TROYA Y FRAY VACAS GALINDO. IBARRA



FRAY VACAS GALINDO Y JUAN MARTÍNEZ DE ORBE. IBARRA



ELOY ALFARO Y PÉREZ RODRIGUEZ. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y RIO AMAZONAS. ATUNTAQUI



CIUDADELA IMBAYA. OTAVALO



PEDRO MONCAYO Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. IBARRA



CRISTOBAL DE TROYA Y JORGE DÁVILA MESA. IBARRA



10 DE AGOSTO Y VICENTE ROCAFUERTE. COTACACHI



JUAN DE VELASCO Y JUAN MONTALVO. IBARRA



SÁNCHEZ Y CIFUENTES Y ALFREDO PÉREZ GUERRERO. IBARRA



GENERAL ENRÍQUEZ Y ATAHUALPA. ATUNTAQUI



MARIANO ACOSTA Y FRAY VACAS GALINDO. IBARRA



EUGENIO ESPEJO Y GENERAL ENRÍQUEZ. ATUNTAQUI



QUIROGA Y SIMÓN BOLÍVAR. OTAVALO



MARIANO ACOSTA Y GÓMEZ JURADO. IBARRA



MIGUEL OVIEDO Y JOSÉ JOAQUIN DE OLMEDO. IBARRA



JUAN DE SALINAS Y PÉREZ MUÑOZ. ATUNTAQUI



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y ELOY ALFARO. COTACACHI



10 DE AGOSTO Y VICENTE ROCAFUERTE. COTACACHI



CRISTÓBAL COLÓN Y 31 DE OCTUBRE. OTAVALO



SIMÓN BOLÍVAR Y QUITO. OTAVALO



ATAHUALPA Y CRISTÓBAL COLÓN. OTAVALO



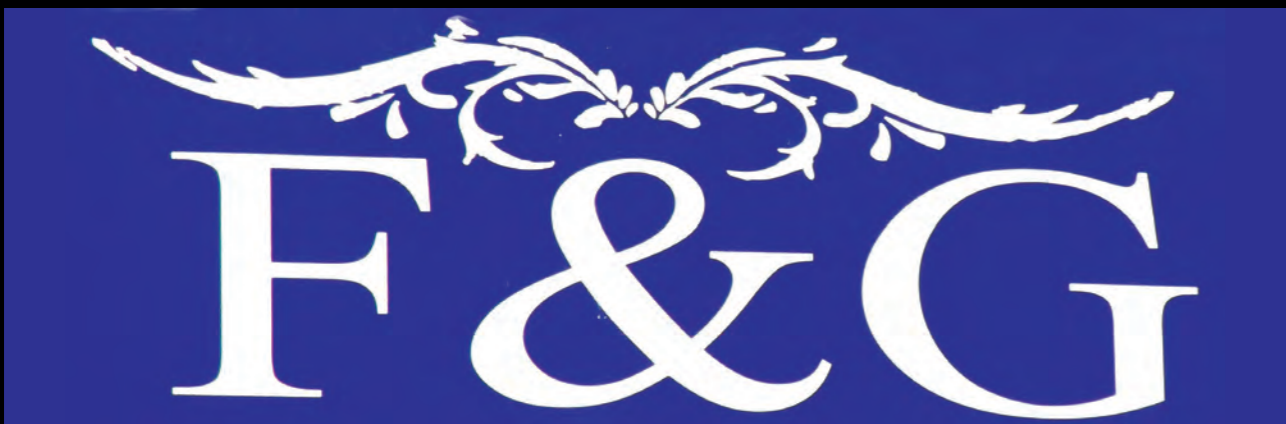
ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y QUIROGA. OTAVALO



ELOY ALFARO Y PÉREZ RODRIGUEZ. IBARRA



CRISTOBAL DE TROYA Y LUIS GÓMEZ JURADO. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y MODESTO. COTACACHI



SIMÓN BOLÍVAR Y CRISTOBAL DE TROYA. IBARRA

2013

Números
Numbers



AVENIDA CARCHI. IBARRA



TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE. IBARRA



MIRAMONTES. IBARRA



CEIBOS. IBARRA



HUGO GUZMÁN LARA. IBARRA



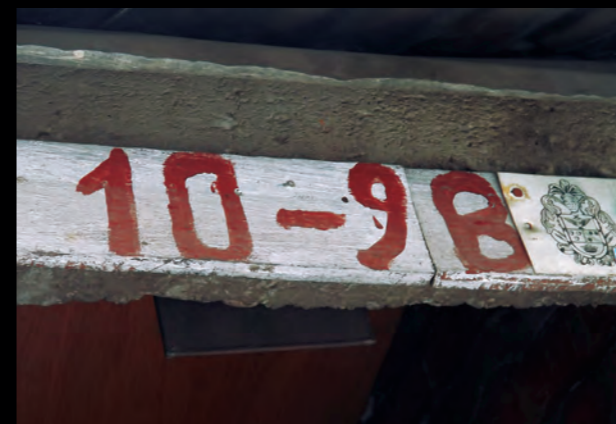
SALINAS. IBARRA



JUAN FRANCISCO BONILLA. IBARRA



CEMENTERIO GENERAL. OTAVALO



JUAN DE SALINAS. IBARRA



CEMENTERIO SAN MIGUEL. IBARRA



EZEQUIEL RIVADENEIRA. SAN ANTONIO DE IBARRA



ATAHUALPA. OTAVALO



PEDRO MONCAYO. IBARRA



CRISTOBAL COLÓN. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. IBARRA



HUGO GUZMÁN LARA. IBARRA



IGLESIA DE SAN AGUSTÍN. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y MODESTO JARAMILLO. OTAVALO



MIGUEL OVIEDO Y SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



OLIMPIA GUDIÑO VASQUEZ Y GALO PLAZA LASSO. IBARRA



OLIMPIA GUDIÑO VASQUEZ Y JOSÉ IGNACIO CANELOS. IBARRA



GENERAL BARTOLOMÉ SALOM. IBARRA



RODRIGO LÓPEZ. SAN PABLO DEL LAGO. OTAVALO



MIGUEL OVIEDO Y JUAN MONTALVO. IBARRA



PARQUE PEDRO MONCAYO. IBARRA



JUAN JOSÉ FLORES Y LUIS CABEZAS BORJA. IBARRA



JUAN JOSÉ FLORES Y LUIS CABEZAS BORJA. IBARRA



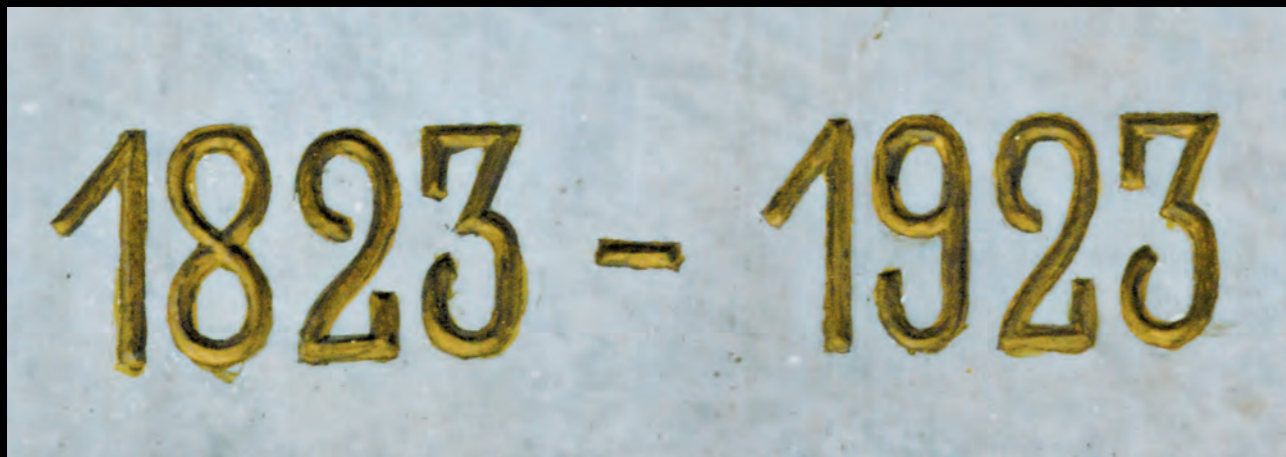
ANTIGUO HOSPITAL SAN VICENTE DE PAÜL. IBARRA



PARQUE PEDRO MONCAYO. IBARRA



PARQUE PEDRO MONCAYO. IBARRA



IGLESIA DE SANTO DOMINGO. IBARRA



PARQUE DE SAN AGUSTÍN. IBARRA



IGLESIA DE SAN AGUSTÍN. IBARRA



PARQUE DE SAN AGUSTÍN. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y OBISPO MOSQUERA. IBARRA



PRINCESA DUCHICELA Y GENERAL PINTAG. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y ELÍAS LIBORIO. IBARRA



PRINCESA DUCHICELA Y GENERAL PINTAG. IBARRA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE. IBARRA



BOLÍVAR. COTACACHI



ESTÉVEZ MORA. OTAVALO



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y OBISPO MOSQUERA. IBARRA



PRINCESA DUCHICELA Y GENERAL PINTAG. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y OBISPO MOSQUERA. IBARRA



SAN LUIS. IBARRA



PRINCESA DUCHICELA Y GENERAL PINTAG. IBARRA



GARCÍA MORENO. OTAVALO



SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



JUAN DE DIOS MORALES. IBARRA



ATAHUALPA. IBARRA



17 DE JULIO. IBARRA



10 DE AGOSTO. OTAVALO



VICENTE ROCAFUERTE. OTAVALO



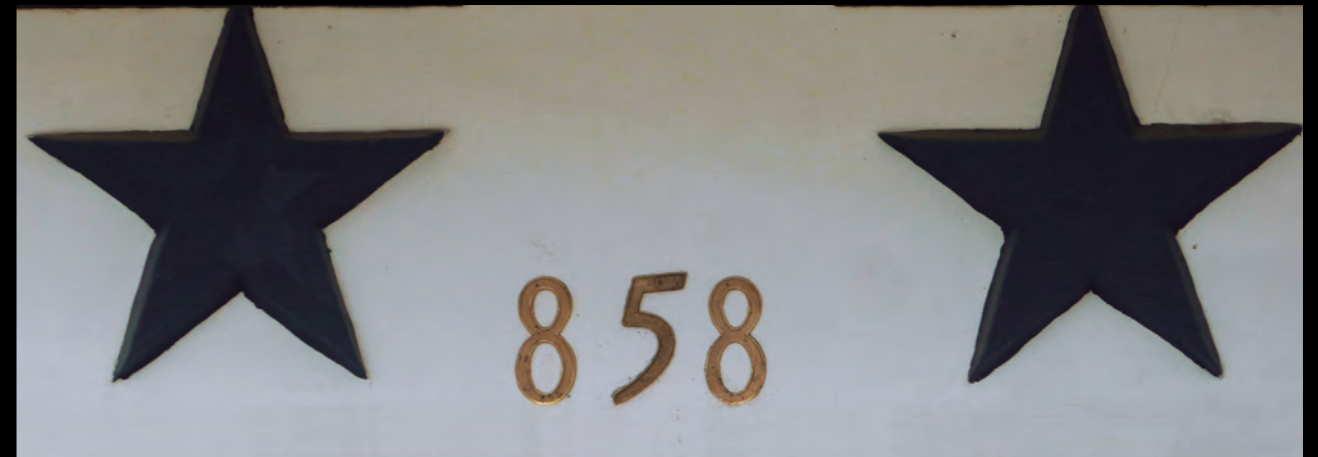
ATAHUALPA. IBARRA



ALBERTO DE LA TORRE. IBARRA



GUILLERMO GARZÓN UBIDIA. OTAVALO



13 DE JUNIO. IBARRA



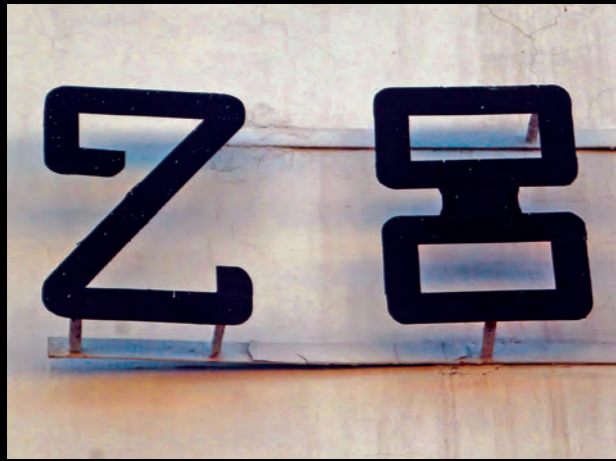
ALEJANDRO ANDRADE. ATUNTAQUI



GENERAL BARTOLOMÉ SALOM. IBARRA



ATAHUALPA. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



PAZ PONCE DE LEÓN. OTAVALO



PAZ PONCE DE LEÓN. OTAVALO



JUNÍN. ANDRADE MARÍN



JOSÉ MIGUEL LEORO. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. IBARRA



SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



JOSÉ DÁVILA MEJÍA. IBARRA



PEDRO MOCAYO. COTACAHÍ



ATAHUALPA. IBARRA



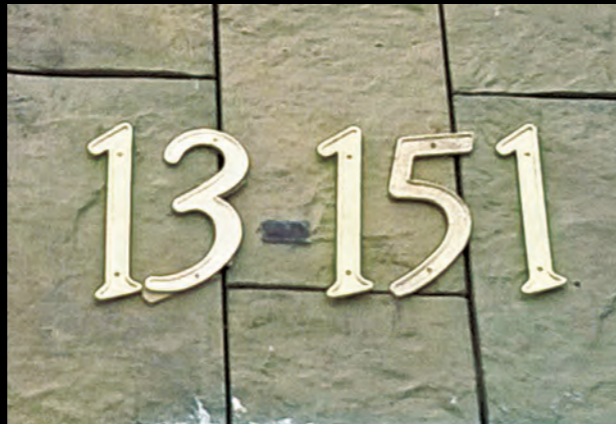
ATAHUALPA. IBARRA



EL RETORNO. IBARRA



QUIROGA. OTAVALO



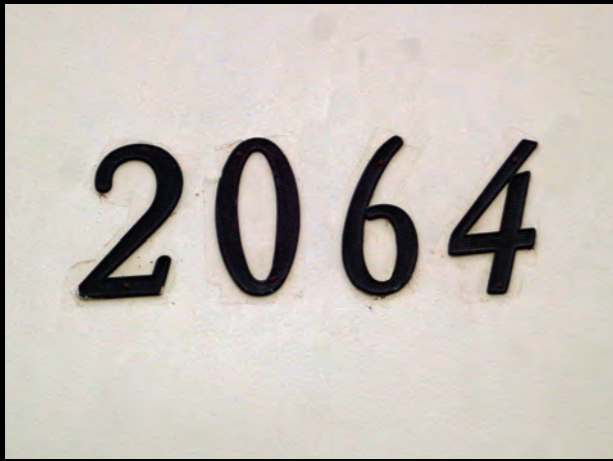
JAIME ROLDOS AGUILERA. IBARRA



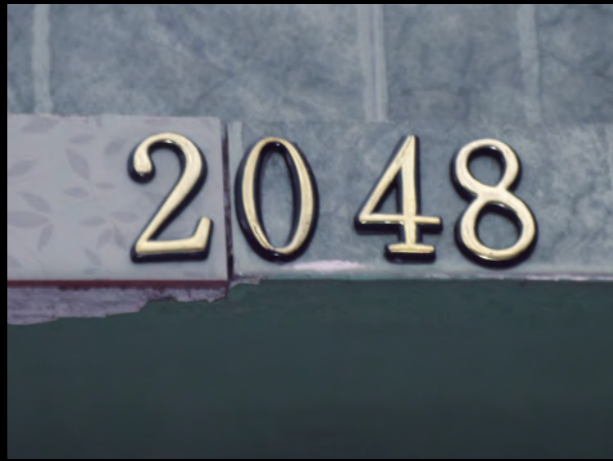
TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE. IBARRA



RAFAEL LARREA ANDRADE. IBARRA



SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



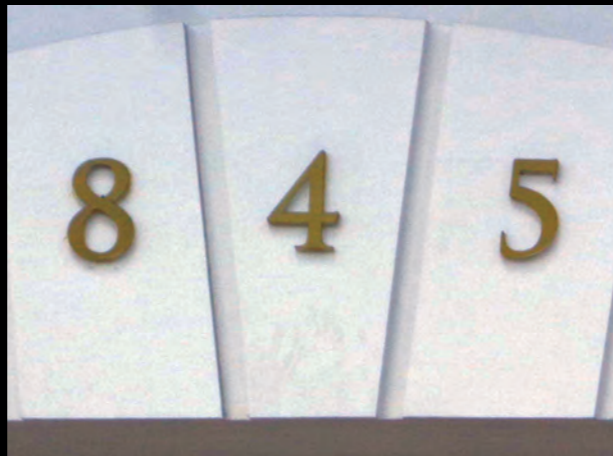
SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



ATAHUALPA. IBARRA



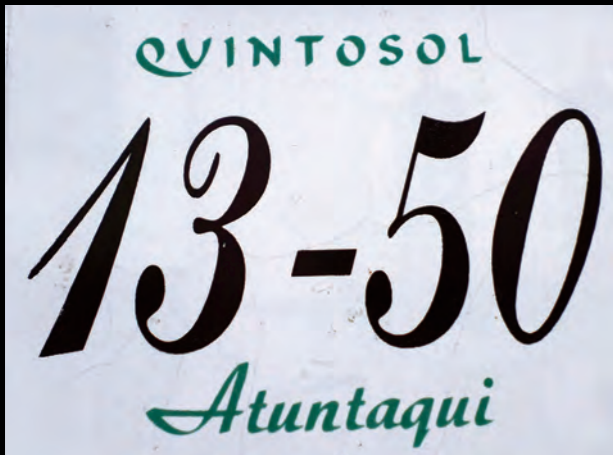
EL RETORNO. IBARRA



SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



CEMENTERIO SANTA MARTA. ATUNTAQUI



GENERAL ENRIQUEZ. ATUNTAQUI



EL RETORNO. IBARRA



CEMENTERIO SANTA MARTA. ATUNTAQUI



RICARDO SÁNCHEZ. IBARRA



EL RETORNO. IBARRA



EL RETORNO. IBARRA

\$1.00
BOTELLAS 600c
RETORNABLE

RICARDO SÁNCHEZ Y BARTOLOMÉ GARCÍA. IBARRA

2

SANTIAGO. IBARRA

-05

VÍCTOR MANUEL PEÑAHERRERA. IBARRA

08

MIRADOR EL ARCANGEL. IBARRA

13

TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE. IBARRA

15

PEDRO VICENTE MALDONADO. IBARRA

16

EJIDO DE CARANQUI. IBARRA

17

LA ESPEZANZA. IBARRA

24

VICENTE ROCAFUERTE. OTAVALO

25

ELEODORO AYALA. IBARRA

26

LOS OLIVOS. IBARRA

42

CRISTOBAL DE TROYA. IBARRA

53

ATAHUALPA. OTAVALO

68

TERMINAL TERRESTRE. IBARRA

82

96

RAMÓN ALARCÓN. IBARRA



RUMIÑAHUI. OTAVALO



GARCÍA MORENO. COTACACHI



FAUSTINO BURGA. OTAVALO



VICENTE RAMÓN ROCA. IBARRA



CRISTOBAL COLÓN Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. OTAVALO



JUAN DE DIOS MORALES. IBARRA



SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



11 DE JUNIO. OTAVALO



JOSÉ JOAQUÍN DE OLMEDO. IBARRA



EL EMPEDRADO. OTAVALO



RÍO AGUARICO. IBARRA



ATAHUALPA. IBARRA



JOSÉ DÁVILA MEJÍA. IBARRA



SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



AJAVÍ GRANDE. IBARRA



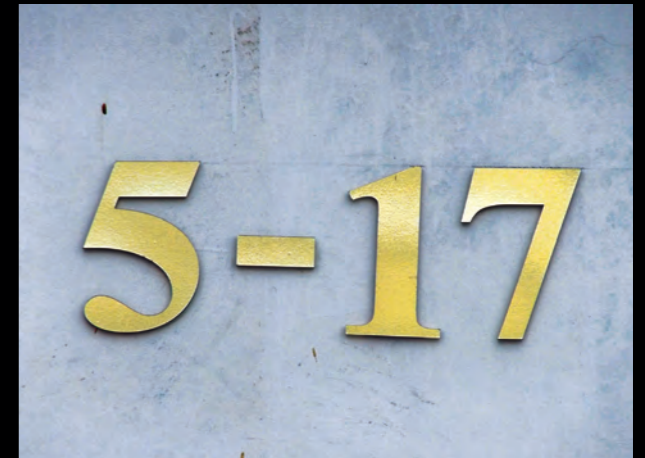
JOSÉ JOAQUÍN DE OLMEDO. IBARRA



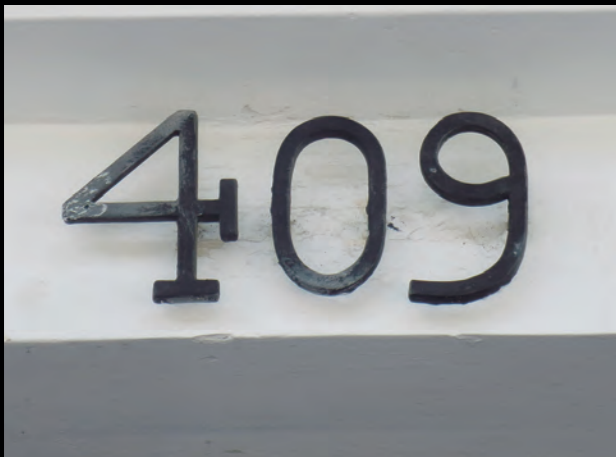
31 DE OCTUBRE. IBARRA



RAFAEL SÁNCHEZ. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



ABDÓN CALDERÓN. IBARRA



JOSÉ JOAQUÍN DE OLMEDO. IBARRA



VENANCIO GÓMEZ JURADO. IBARRA



RÍO BALNCO. IBARRA



ATAHUALPA. IBARRA



RAMÓN TEANGA. SAN ANTONIO DE IBARRA



QUITO. OTAVALO



ALFARO Y PEDRO RODRÍGUEZ. IBARRA



CRISTOBAL COLÓN. OTAVALO



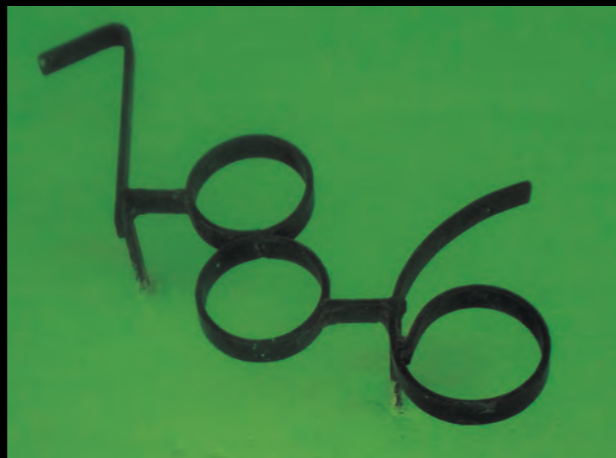
ULPIANO PÉREZ QUIÑONEZ. IBARRA



RAFAEL LARREA ANDRADE. IBARRA



GENERAL ENRÍQUEZ. ANTONIO ANTE



GALO LARREA. IBARRA



CRISTOBAL COLÓN. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



GENERAL ENRÍQUEZ. ANTONIO ANTE



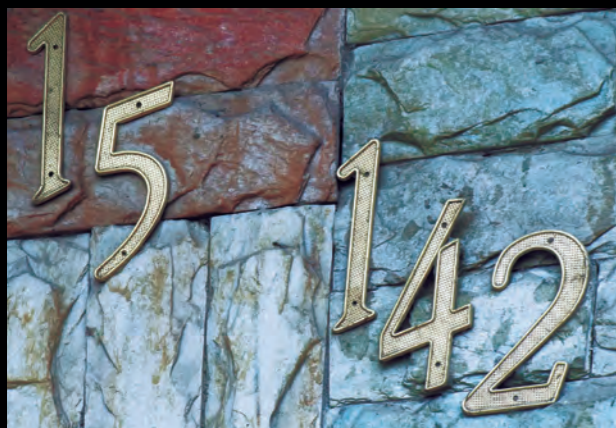
JOSÉ JOAQUIN OLMEDO. IBARRA



17 DE JULIO. IBARRA



LUÍS DE LA TORRE. OTAVALO



FRAY VACAS GALINDO. IBARRA



ATAHUALPA. IBARRA



CRISTÓBAL TOBAR SUBÍA. IBARRA



LA VICTORIA. IBARRA



Ornamentos

Ornaments



VICENTE ROCAFUERTE. IBARRA



PARQUE RUMIÑAHUI. OTAVALO



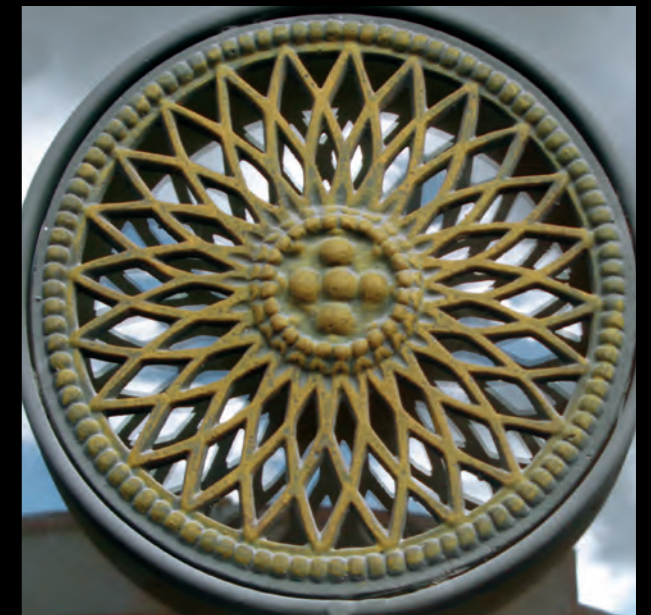
BASILICA DE LA DOLOROSA. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y ESTADOS UNIDOS. OTAVALO



IGLESIA LA CATEDRAL. IBARRA



GONZALES SUAREZ. COTACACHI



COLEGIO DIOCESANO. JUAN JOSÉ FLORES Y VICENTE ROCAFUERTE. IBARRA



IGLESIA DE SANTA ANA. COTACACHI



IGLESIA MATRIZ. COTACACHI



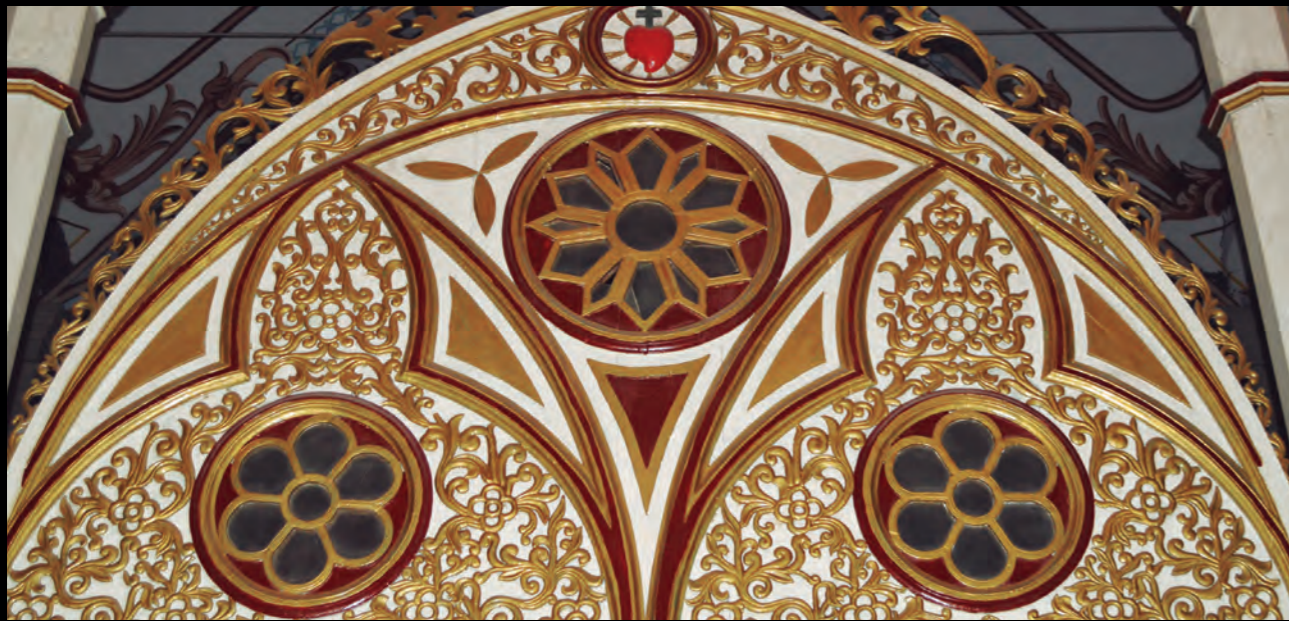
PEDRO MONCAYO. IBARRA



MIGUEL OVIEDO Y JUAN DE SALINAS. IBARRA



ANGONCHAGUA. IBARRA



CAPILLA EPISCOPAL. IBARRA



IGLESIA CATEDRAL. IBARRA



PARQUE OLMEDO. COTACACHI



IGLESIA MATRIZ. COTACACHI



CURIA DIOCESANA. IBARRA



IGLESIA CATEDRAL. IBARRA



CONVENTO NUESTRO SEÑOR EL JORDÁN. OTAVALO



IGLESIA DEL SEÑOR DEL SANTO SEPULCRO. ATUNTAQUI



IGLESIA DE SAN FRANCISCO. IBARRA



IGLESIA EL JORDÁN. OTAVALO



IGLESIA SAN FRANCISCO. OTAVALO



JUAN JOSÉ FLORES Y VICENTE ROCAFUERTE. IBARRA



IGLESIA DE SANTO DOMINGO. IBARRA



IGLESIA DEL SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS DE LOS BETHLEMITAS. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y JUAN JOSÉ FLORES. IBARRA



ANTIGUO HOSPITAL SAN VICENTE DE PAUL. IBARRA



IGLESIA LA CATEDRAL. IBARRA



BASÍLICA DE LA MERCED. IBARRA



CAPILLA EPISCOPAL. IBARRA



PARQUE ABDÓN CALDERÓN. **COTACACHI**



MUELLE DE YAHUARCOCHA. **IBARRA**



GARCÍA MORENO Y SIMÓN BOLÍVAR. **IBARRA**



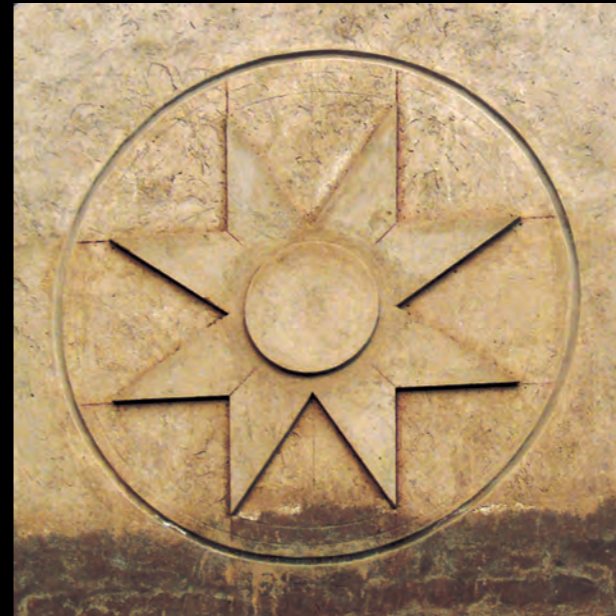
VICENTE RAMÓN ROCA Y SIMÓN BOLÍVAR. **IBARRA**



BASÍLICA DE LA DOLOROSA. **IBARRA**



CAPILLA EPISCOPAL. **IBARRA**



UNIDAD EDUCATIVA TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE. **IBARRA**



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. **IBARRA**



RAFAEL RUEDA. **IBARRA**



ANTIGUO HOSPITAL SAN VICENTE DE PAÜL. **IBARRA**



RAMON TEANGA. **SAN ANTONIO DE IBARRA**



UNIDAD EDUCATIVA TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE. **IBARRA**



JUAN MONTALVO Y PEDRO MONCAYO IBARRA



MUNICIPIO DE COTACACHI. COTACACHI



IGLESIA DE SAN LUIS. IBARRA



BASÍLICA DE LA DOLOROSA. IBARRA



JUAN MONTALVO Y CRISTÓBAL COLÓN. IBARRA



BASÍLICA DE LA DOLOROSA. IBARRA



BASÍLICA DE LA DOLOROSA. IBARRA



MIGUEL OVIEDO Y SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y JOSÉ MEJÍA LEQUERICA. IBARRA



BASÍLICA DE LA MERCED. IBARRA



IGLESIA LA CATEDRAL. IBARRA



MIGUEL OVIEDO Y JUAN MONTALVO. IBARRA



SÁNCHEZ Y CIFUENTES Y JUAN JOSÉ FLORES. IBARRA



IGLESIA DE SANTO DOMINGO. IBARRA



CURIA DIOCESANA. IBARRA



CURIA DIOCESANA. IBARRA



CURIA DIOCESANA. IBARRA



IGLESIA LA CATEDRAL. IBARRA



SÁNCHEZ Y CIFUENTES Y MIGUEL OVIEDO. IBARRA



GARCÍA MORENO Y SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



IGLESIA SAN FRANCISCO. OTAVALO



IGLESIA EL JORDÁN. OTAVALO



IGLESIA LA CATEDRAL. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y GARCÍA MORENO. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y JUAN DE VELASCO. IBARRA



IGLESIA VILLA DE GUADALUPE. IBARRA



IGLESIA DE SAN FRANCISCO. IBARRA



BASÍLICA DE LA DOLOROSA. IBARRA



IGLESIA EL JORDÁN. OTAVALO



SIMÓN BOLÍVAR Y JUAN JOSÉ FLORES. IBARRA



IGLESIA EL JORDÁN. OTAVALO



IGLESIA CATEDRAL. IBARRA



JUAN JOSÉ FLORES Y VICENTE ROCAFUERTE. IBARRA



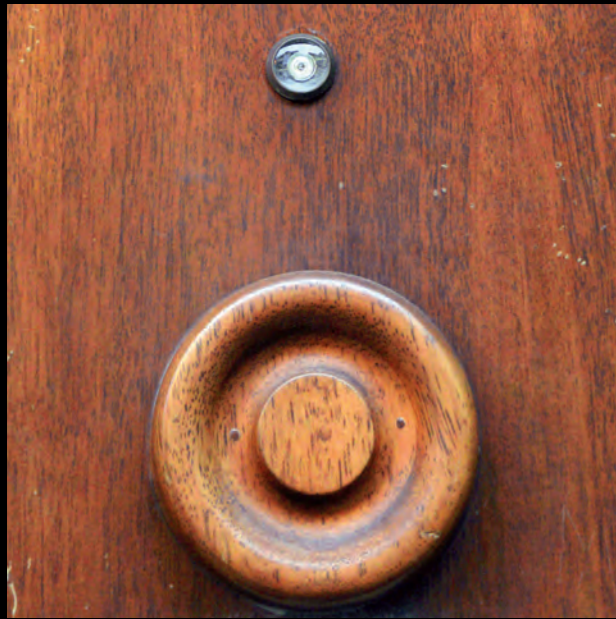
IGLESIA LA CATEDRAL. IBARRA



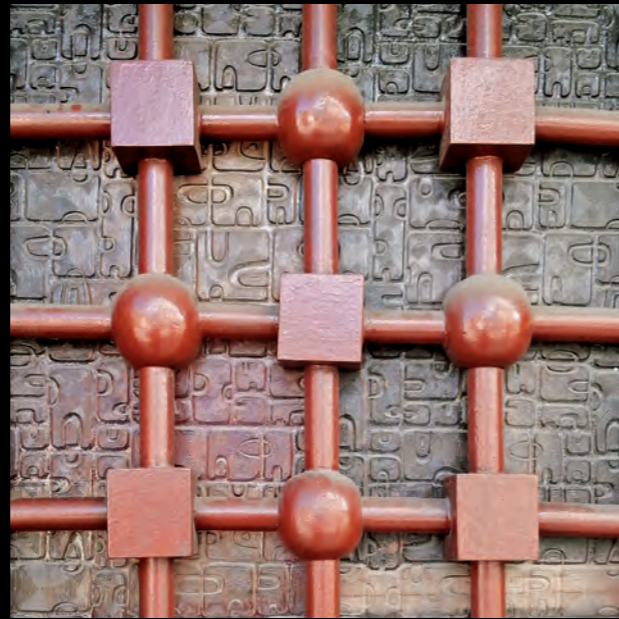
BASÍLICA DE LA DOLOROSA. IBARRA



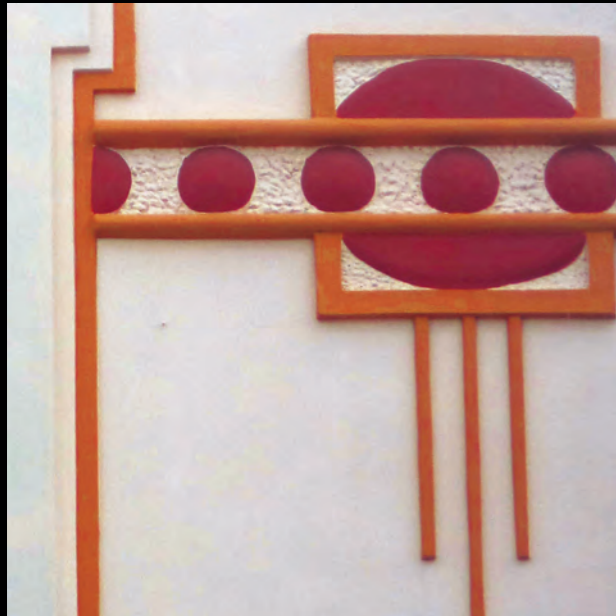
GARCÍA MORENO Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. IBARRA



RIO BLANCO Y EL RETORNO. IBARRA



PLAZOLETA ABDÓN CALDERÓN. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. IBARRA



VICTOR MANUEL PEÑAHERRERA Y ROBERTO POSSO. IBARRA



LOS PUCHOS REMACHES. OTAVALO



SIMÓN BOLÍVAR Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. IBARRA



EL TORREÓN. IBARRA



BASÍLICA DE LA DOLOROSA. IBARRA



MUNICIPIO DE OTAVALO. OTAVALO

398



TERMINAL TERRESTRE. IBARRA

399



PARQUE VICTOR MANUEL PEÑAHERRERA. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR. OTAVALO



EL TORREÓN. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. COTACACHI



CEMENTERIO DE SAN MIGUEL. IBARRA



PARQUE VICTOR MANUEL PEÑAHERRERA. IBARRA



JUAN GRIJALVA. IBARRA



CARRERA VICENTE ROCAFUERTE Y OBISPO MOSQUERA. IBARRA



ANTIGUO CUARTEL MILITAR. IBARRA



GARCÍA MORENO Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



PEDRO MONCAYO. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



MIGUEL OVIEDO Y JUAN MONTALVO. IBARRA



BASÍLICA DE LA DOLOROSA. IBARRA



MIGUEL OVIEDO Y JUAN MONTALVO. IBARRA



PARQUE SANTO DOMINGO. IBARRA



SÁNCHEZ Y CIFUENTES Y JUAN JOSÉ FLORES. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y CRISTOBAL COLÓN. IBARRA



MANUEL DE LA CHICA NARVÁEZ Y MIGUEL OVIEDO. IBARRA



MUNICIPIO DE OTAVALO. OTAVALO



31 DE OCTUBRE Y JUAN MONTALVO. IBARRA



GABRIELA MISTRAL Y LUIS ALFONSO MORENO. IBARRA



GABRIELA MISTRAL Y MARIANO ACOSTA. IBARRA



ATAHUALPA Y JUAN FRANCISCO BONILLA. IBARRA



10 DE AGOSTO. COTACACHI



SIMÓN BOLÍVAR Y MIGUEL OVIEDO. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR Y EUGENIO BORRERO. IBARRA



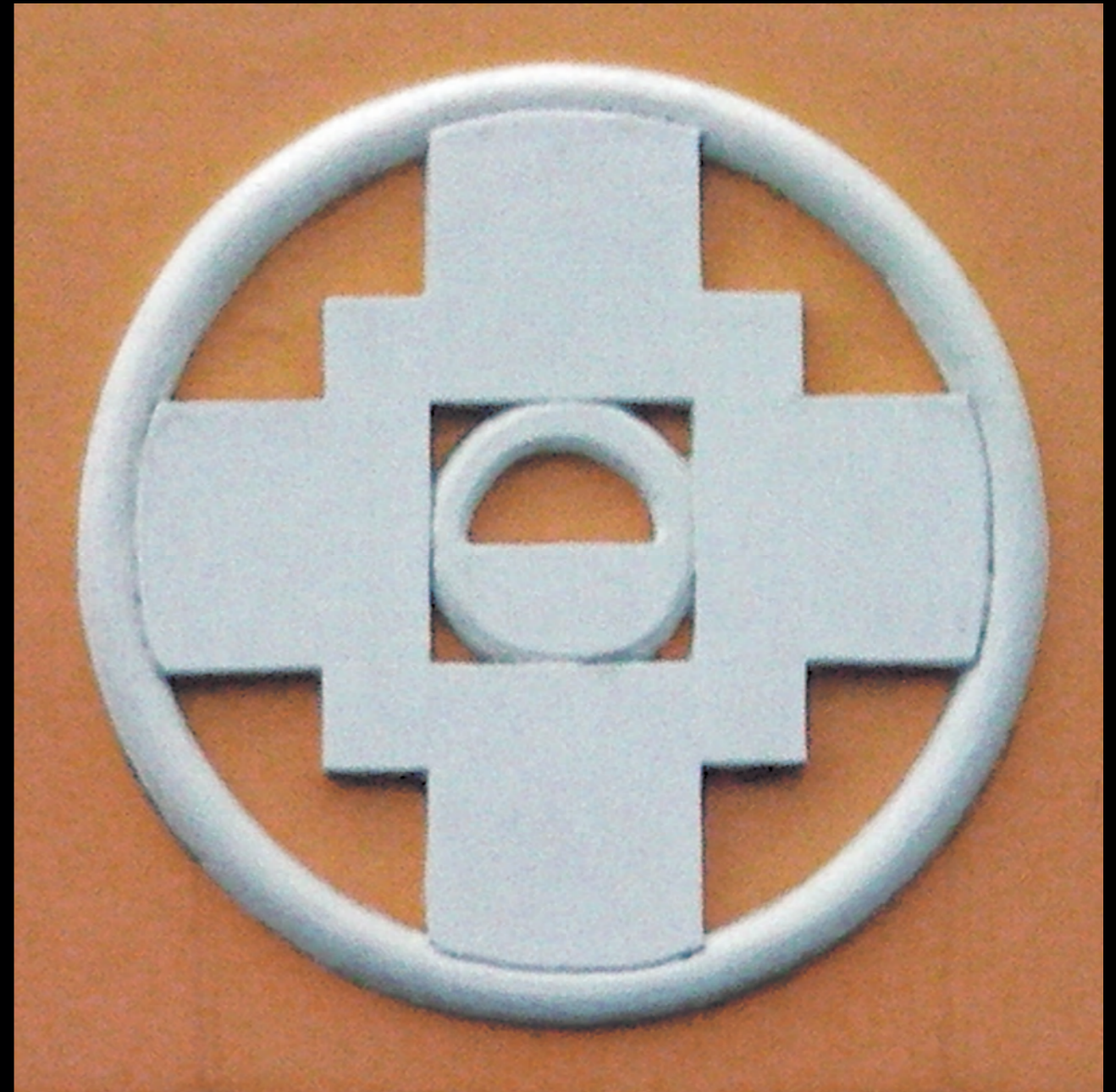
REDONDEL DE LA POLICÍA NACIONAL. IBARRA



MUNICIPIO. IBARRA



JUAN MANUEL GRIJALVA Y MANUEL DE LA CHICA NARVAEZ. IBARRA



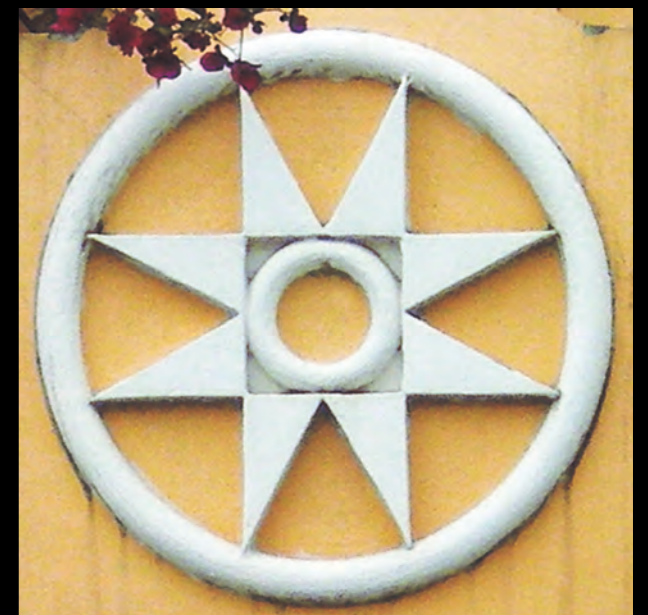
FACCHA ÑAN. PEGUCHE. OTAVALO



JUAN MANUEL GRIJALVA Y MANUEL DE LA CHICA NARVAEZ. IBARRA



JOSÉ MEJÍA LEQUERICA Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



FACCHA ÑAN. PEGUCHE. OTAVALO



PLAZA CENTENARIO O DE LOS PONCHOS. OTAVALO



PLAZA CENTENARIO O DE LOS PONCHOS. OTAVALO



PLAZA CENTENARIO O DE LOS PONCHOS. OTAVALO



PLAZA CENTENARIO O DE LOS PONCHOS. OTAVALO



PLAZA CENTENARIO O DE LOS PONCHOS. OTAVALO



PLAZA CENTENARIO O DE LOS PONCHOS. OTAVALO



Herrajes
Metalwork



IGLESIA DE SAN AGUSTÍN. IBARRA



CALLE GONZÁLEZ SUÁREZ. IBARRA



RIO PATATE. LOS CEIBOS. IBARRA



SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



PAZ PONCE DE LEÓN. OTAVALO



PAZ PONCE DE LEÓN. OTAVALO



PEDRO VICENTE MALDONADO. IBARRA



JUAN DE SALINAS Y MIGUEL OVIEDO. IBARRA



SIMON BOLIVAR Y ESTEVEZ MORA. OTAVALO



JUAN DE DIOS MORALES Y VICENTE RAMON ROCA. OTAVALO



VICENTE RAMON ROCA Y ESTÉVEZ MORA. OTAVALO



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y ANTONIO ESTÉVEZ MORA. OTAVALO



ANTONIO JOSE DE SUCRE. COTACACHI



PAZ PONCE DE LEÓN. IBARRA



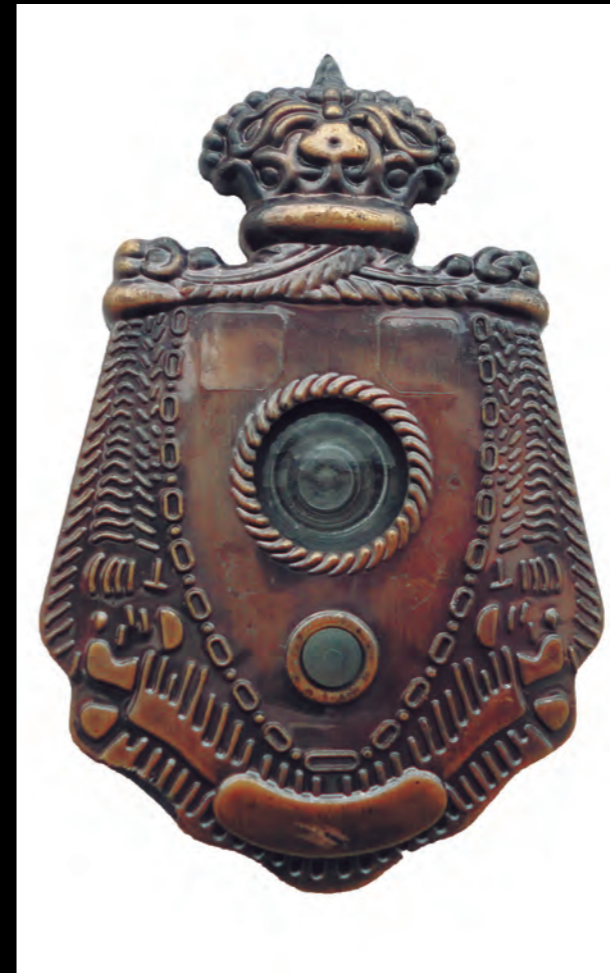
LOS PÁRAMOS. OTAVALO



MANUEL DE LA CHICA NARVAEZ. IBARRA



ATAHUALPA Y ESTÉVEZ MORA. OTAVALO



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y EUSEBIO BORRERO. IBARRA



CARDÓN BAJO. OTAVALO



IMBABURA. URCUQUÍ



PEDRO VICENTE MALDONADO Y GABRIEL GARCÍA MORENO. IBARRA



IGLESIA DE SAN FRANCISCO. OTAVALO



MARIANO ACOSTA Y GABRIEL MISTRAL. IBARRA



QUITO Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. OTAVALO



QUITO Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. OTAVALO



17 DE JULIO Y MIRAMONTES. IBARRA



PEDRO MONCAYO Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. IBARRA



LUIS ENRIQUE CEVALLOS. SAN ANTONIO DE IBARRA



JOSÉ MEJÍA LEQUERICA Y SIMÓN BOLIVAR. OTAVALO



31 DE OCTUBRE. OTAVALO



VICENTE MALDONADO. IBARRA



10 DE AGOSTO. IBARRA



CRISTÓBAL COLÓN. OTAVALO



ISLA SANTA ISABEL Y QUITO. IBARRA



LA VICTORIA IBARRA



31 DE OCTUBRE Y JUAN DE SALINAS. OTAVALO



QUIROGA. IBARRA



JUNÍN Y JORGE MONTALVO. ATUNTAQUÍ



ISLA SANTA ISABEL Y QUITO. IBARRA



JUAN MONTALVO Y TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE. IBARRA



ISLA SANTA ISABEL Y GUARANDA. IBARRA



17 DE JULIO. IBARRA



BASILICA LA DOLOROSA. IBARRA



LUIS ALBERTO DE LA TORRE Y JACINTO COLLAHUAZO. **OTAVALO**



SIMÓN BOLÍVAR Y QUIROGA. **OTAVALO**



INTI RAYMI Y LUIS ALBERTO DE LA TORRE. **OTAVALO**



CARCHI Y PANAMERICANA NORTE. **IBARRA**



CRISTÓBAL COLÓN. **IBARRA**



JUNÍN. **ANDRADE MARÍN**



ATAHUALPA Y TOBIAS MENA. **IBARRA**



SIMÓN BOLÍVAR Y GERMÁN GRIJALBA. **IBARRA**



JOSÉ JOAQUÍN OLMEDO. IBARRA



VICENTE ROCAFUERTEY MIGUEL OVIEDO. IBARRA



SIMÓN BOLIVAR Y GARCÍA MORENO. IBARRA



BARRIO MONSERRATH. OTAVALO



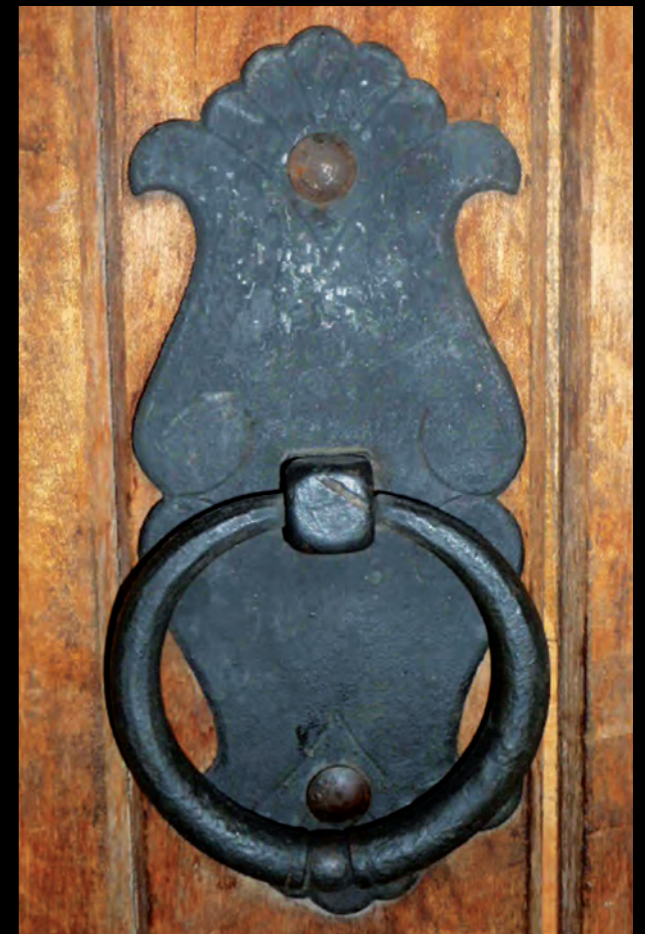
JOSÉ MEJÍA LEQUERICA Y SIMÓN BOLÍVAR. OTAVALO



SIMÓN BOLÍVAR Y RAFAEL LARREA ANDRADE. IBARRA



PEDRO MONCAYO. IBARRA



SIMÓN BOLIVAR. COTACACHI



VICENTE ROCAFUERTE Y CRISTÓBAL COLÓN. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y OVIEDO. IBARRA



CALIXTO MIRANDA Y SUAREZ Y RAFAEL LARREA ANDRADE. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y 10 DE AGOSTO. IBARRA



RIO CHIMBO Y RIO PASTAZA. IBARRA



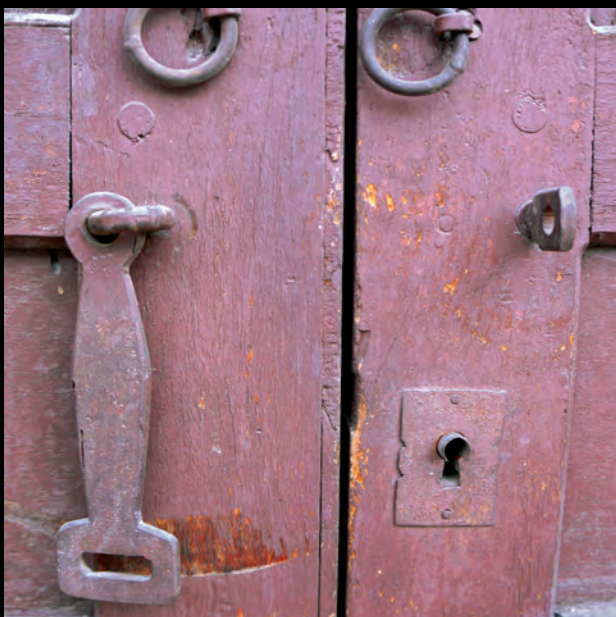
ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y MIGUEL DE OVIEDO. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y 9 DE OCTUBRE. COTACACHI



SIMÓN BOLIVAR Y JUAN DE VELASCO. IBARRA



CARCHI Y SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



JUAN DE VELASCO Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. IBARRA



PRINCESA CORY CORY Y ATAHUALPA. IBARRA



SIMÓN BOLIVAR Y CRISTÓBAL COLÓN. IBARRA



GERMÁN GRIJALBA Y CHICA NARVAEZ. IBARRA



SIMÓN BOLIVAR Y MANUEL QUIROGA. OTAVALO



ELOY ALFARO Y MANUEL DE LA CHICA NARVAEZ. IBARRA



SIMÓN BOLIVAR Y JUAN DE VELASCO. IBARRA



ELOY ALFARO Y MANUEL DE LA CHICA NARVAEZ. IBARRA



IGLESIA LA BASILICA. IBARRA



SUCRE Y JUAN DE DIOS MORALES. OTAVALO



JUAN DE DIOS MORALES Y JAIME RIVADENEIRA. IBARRA



ELOY ALFARO Y JUAN DE DIOS MORALES. IBARRA



JOSE JOAQUÍN OLMEDO Y SIMÓN BOLIVAR. OTAVALO



SALINAS. IBARRA



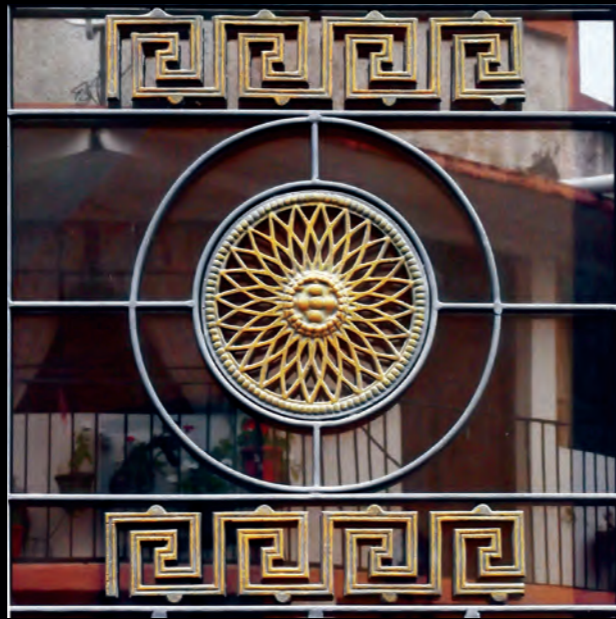
JOSÉ MEJÍA LEQUERICA Y SIMÓN BOLÍVAR. OTAVALO



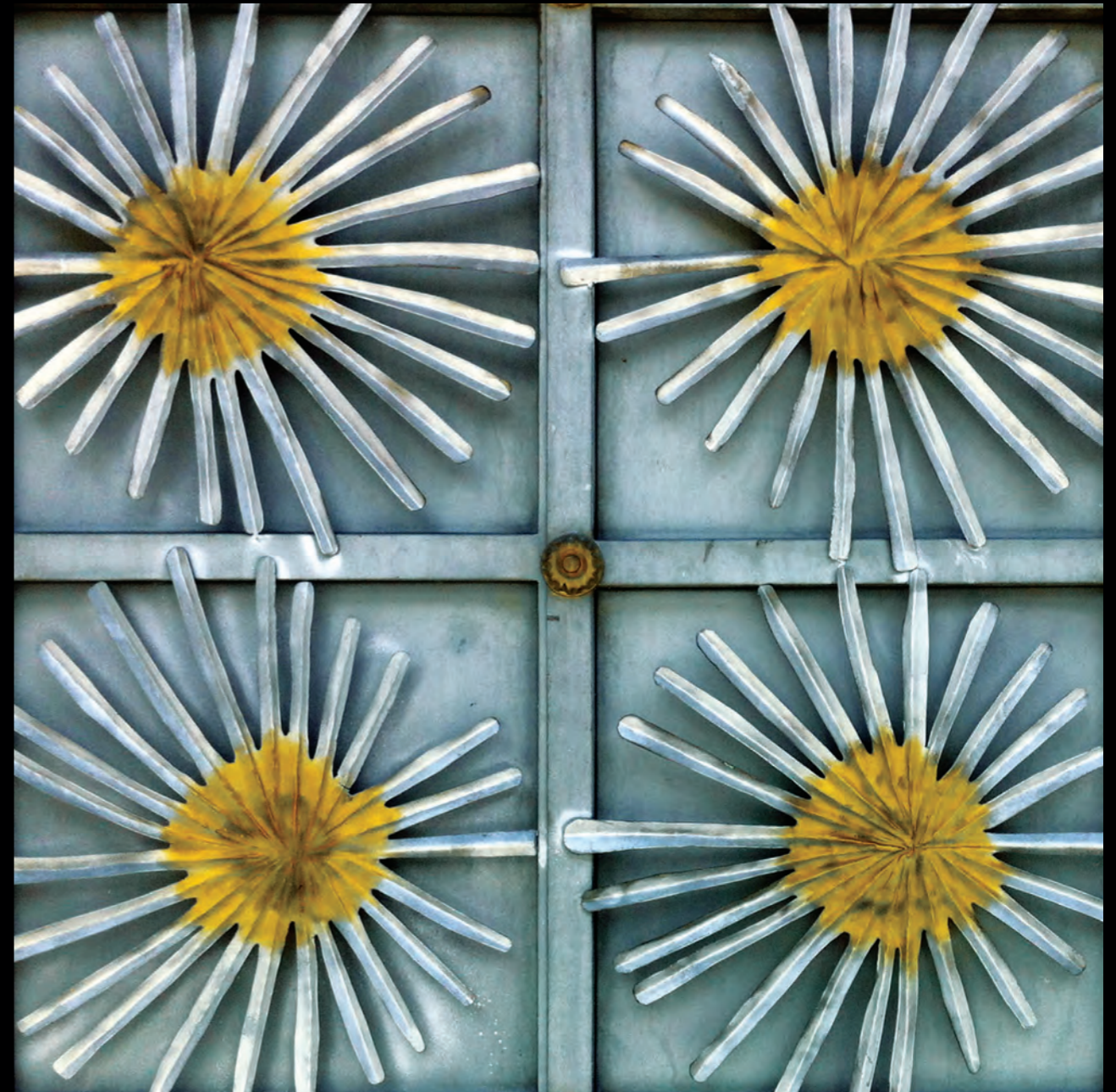
PEDRO MONCAYO Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. IBARRA



TERMINAL TERRESTRE. OTAVALO



10 DE AGOSTO. OTAVALO



JUAN MONTALVO Y JUAN JOSE FLORES. IBARRA



FACCHAÑAN. PEGUCHE. OTAVALO



EUSEBIO BORRERO Y SIMÓN BOLÍVAR. IBARRA



JUAN MONTALVO Y OBISPO MOSQUERA. IBARRA



RAMON TEANGA. SAN ANTONIO DE IBARRA



PARQUE BOYACÁ. IBARRA



CEMENTERIO DE SAN FRANCISCO. IBARRA



CEMENTERIO DE SAN MIGUEL DE IBARRA. IBARRA



CEMENTERIO DE SAN MIGUEL DE IBARRA. IBARRA



IGLESIA LA BASILICA. IBARRA



CEMENTERIO DE SANTA MARTA. ATUNTAQUI



JUAN DE SALINAS Y JUAN DE VELASCO. IBARRA



CEMENTERIO DE SAN MIGUEL DE IBARRA. IBARRA



IGLESIA DEL EJIDO. IBARRA



CEMENTERIO DE SAN MIGUEL DE IBARRA. IBARRA



QUITO Y 31 DE OCTUBRE. OTAVALO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE. IBARRA



JUAN MONTALVO Y MIGUEL OVIEDO. IBARRA



PARQUE MATRIZ. COTACACHI



CRISTOBAL COLÓN Y VICENTE ROCAFUERTE. IBARRA



SIMÓN BOLIVAR Y PIEDRAHITA. IBARRA



MIGUEL OVIEDO Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



MIGUEL OVIEDO Y JUAN DE SALINAS. IBARRA



BASÍLICA DE LA MERCED. IBARRA



PRINCESA CORY CORY Y JUANA ATABALIPA. IBARRA



PARQUE SIMÓN BOLÍVAR. OTAVALO



CAPILLA EPISCOPAL. IBARRA



9 DE OCTUBRE Y GONZÁLEZ SUÁREZ. COTACACHI



JOSÉ JOAQUÍN OLMEDO Y JUAN DE VELASCO. ATUNTAQUI



CAPILLA EPISCOPAL. IBARRA



PEDREO VICENTE MALDONADO Y OBISPO MOSQUERA. IBARRA



GONZÁLEZ SUAREZ. COTACACHI



FACCHAÑAN. PEGUCHE. OTAVALO



SIMÓN BOLÍVAR Y MIGUEL OVIEDO. IBARRA



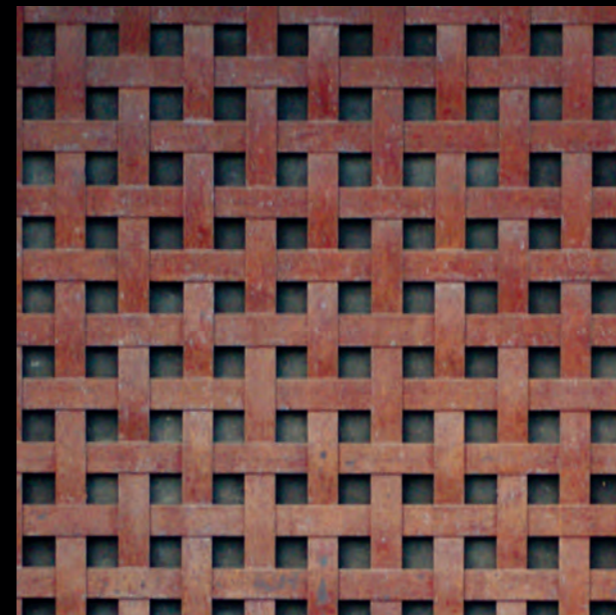
ESTADIO SAN FRANCISCO. IBARRA



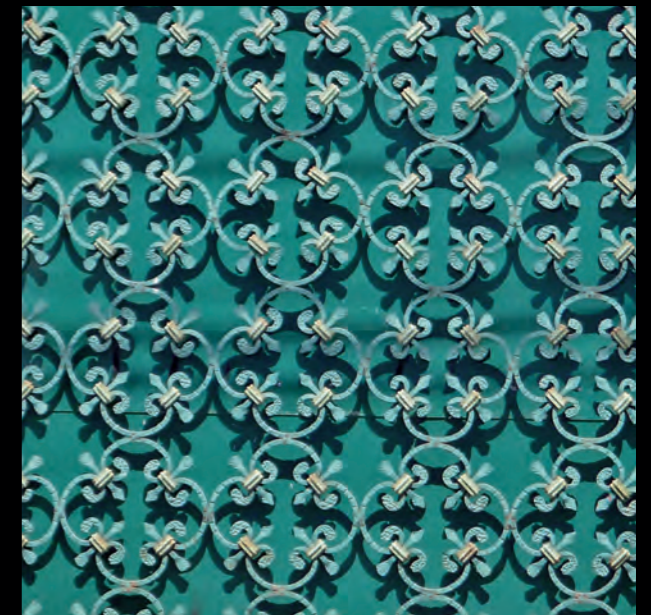
TARQUI. COTACACHI



17 DE JULIO Y MIRAMONTES. IBARRA



MIGUEL OVIEDO. IBARRA



SALINAS Y PANAMERICANA NORTE. ATUNTAQUI



ATAHUALPA Y RIOS. IBARRA



SÁNCHEZ Y CIFUENTES Y JUAN DE VELASCO. IBARRA



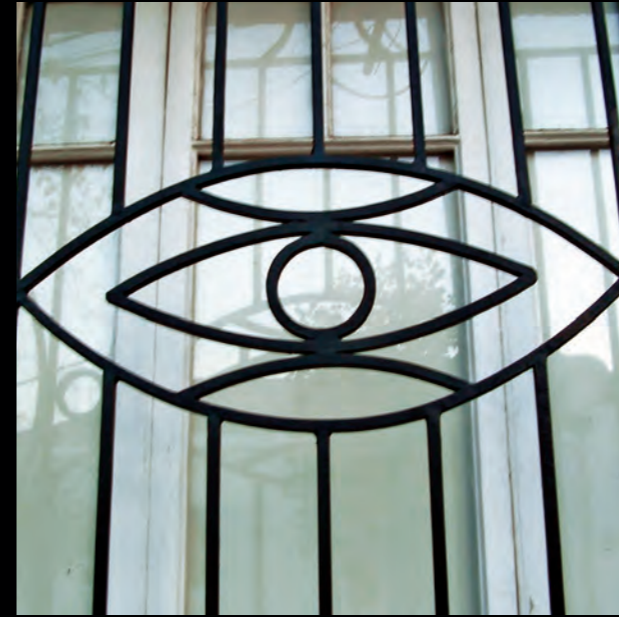
JAIME ROLDÓS AGUILERA Y AURELIO MOSQUERA NARVÁEZ. IBARRA



SIMÓN BOLIVAR Y JUAN JOSÉ FLORES. IBARRA



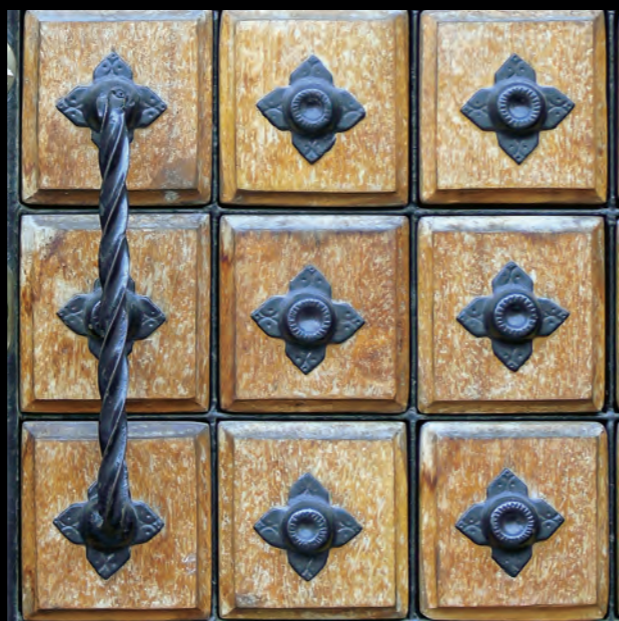
ABDÓN CALDERÓN Y SIMÓN BOLIVAR. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. OTAVALO



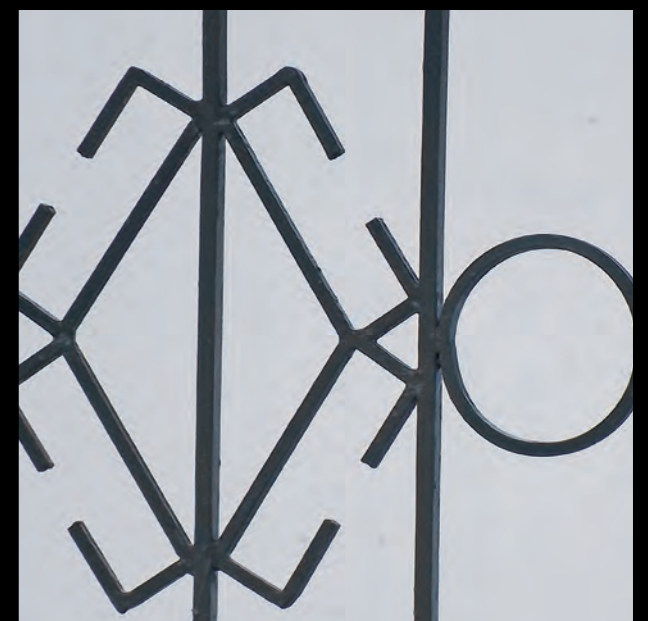
CRISTÓBAL COLÓN Y EUGENIO ESPEJO. IBARRA



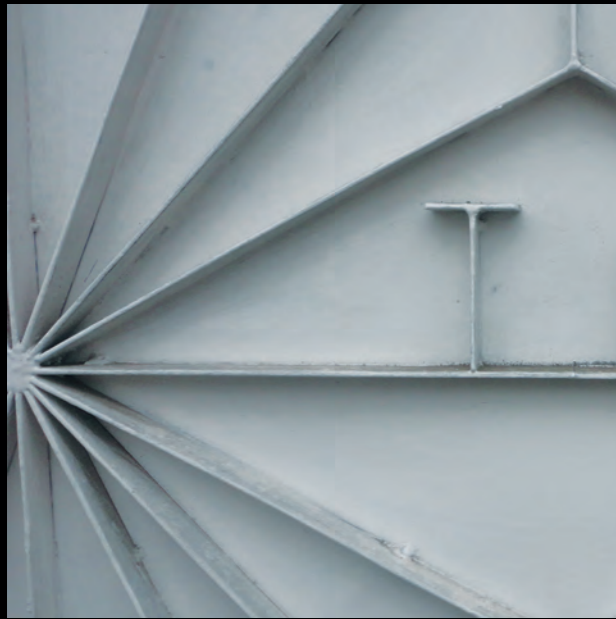
JUAN DE DIOS NAVAS Y RAFAEL ROSALES. IBARRA



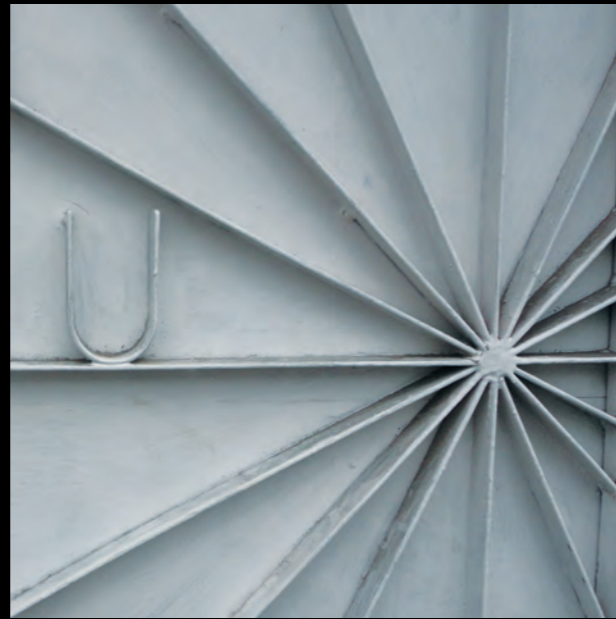
CEMENTERIO SAN FRANCISCO. IBARRA



JUAN DE SALINAS Y OBISPO MOSQUERA. IBARRA



JUAN JOSÉ FLORES. IBARRA



JUAN JOSÉ FLORES. IBARRA



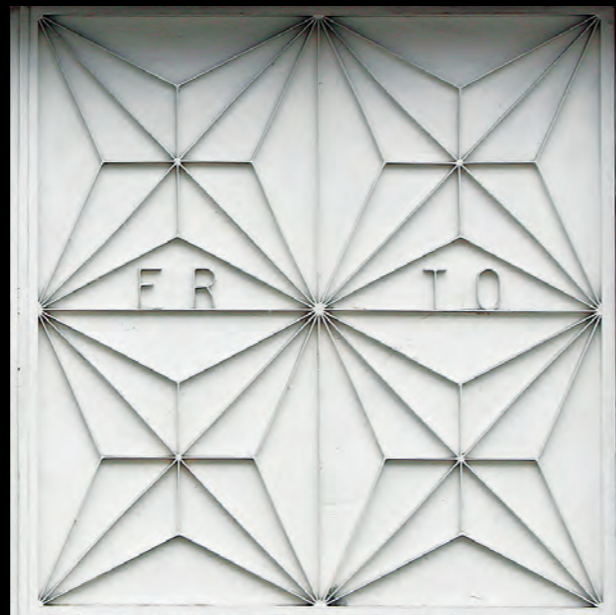
OBISPO MOSQUERA. IBARRA



OBISPO MOSQUERA. IBARRA



PEDRO MONCAYO Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



PEDRO VICENTE MALDONADO Y JUAN JOSÉ FLORES. IBARRA



RAFAEL SÁNCHEZ Y CARLOS EMILIO GRIJALVA. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. OTAVALO



PARQUE CIUDAD BLANCA. IBARRA



GARCÍA MORENO Y SÁNCHEZ Y CIFUENTES. IBARRA



EUGENIO ESPEJO. IBARRA



GARCÍA MORENO 13-67 Y SUCRE. COTACACHI



SIMÓN BOLÍVAR Y GERMÁN GRIJALVA. IBARRA



IGLESIA EL JORDÁN. PLAZOLETA GONZÁLEZ SUÁREZ. OTAVALO



GARCÍA MORENO Y ANTONIO JOSÉ DE SUCRE. COTACACHI



TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE. IBARRA



ANTONIO JOSÉ DE SUCRE Y OBISPO MOSQUERA. IBARRA



CRISTÓBAL COLÓN Y JUAN MONTALVO. IBARRA



GARCÍA MORENO Y MODESTO JARAMILLO. OTAVALO

Bibliografía

Bibliography

- AMERICA SANCHEZ (1991): *América Sanchez: diez estrategias gráficas*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona. [textos, Norberto Chaves et al.]
 — (2001): *Barcelona Gráfica*. Barcelona: Gustavo Gili.
- BARRAGÁN, Juan Lorenzo (2007): *Gráfica Popular*. Quito: Dinediciones.
- BARUGEL, E.; y RUBIO, N. (1994): *Los maestros fileteadores de Buenos Aires*. Buenos Aires: Fondo Nacional de las Artes.
- BELTING, Hans (2007): *Antropología de la imagen*. Buenos Aires: Katz
- BRITO, Marlo: «Identidades bajo la piel. Los desafíos del diseño en la producción de objetos», en *Artesanía de los Pueblos Ancestrales en la mitad del mundo: Ecuador*. Quito: Fundación Sinchi Sacha.
- CALISTO, M. L. y CALDERÓN, G.: *Diseño gráfico en Quito-Ecuador, 1970-2005*. Quito: Instituto Metropolitano de Patrimonio-PUCE.
- CASAS, Nuria; MATEO, Lourdes (1997): *Pasejant per Barcelona*. Barcelona: Pòrtic.
- CEVALLOS, A.; ZAPATER, I. (1992): *La vida de cada día. El Ecuador en avisos 1822/1939*. Quito: Banco Central del Ecuador.
- COMBIER, M., MÉROU, H. (2007). *Typos en Liberté*. Barcelonnette: Atelier Perrousseau.
- CORAZÓN, Alberto (1979): *El Sol sale para todos*. Madrid: Banco Urquijo.
- CURET, F.; ANGLADA, L. (1982): *Visions barcelonines II. Botigues, obradors i cases de menjar i beure*. Barcelona: Ed. Alta Fulla.
- CHAPARRO, Elver (2011): «Itinerarios de la gráfica popular. Usos, prácticas y sentidos en el espacio urbano». En *Educación y Ciencia*, 14, pp. 77-95. México: U.A.Y.
- CHAVES, Norberto (2000): «El dibujo, la mano y el alma. Una guía para mirar la gráfica popular». Exposición *Tutti Frutti, Archivo Fotográfico de Gráfica Popular*, de America Sanchez. <http://goo.gl/qnepca>.
 — (2001): «La Barcelona Gráfica de America Sanchez», en AMERICA SANCHEZ: *Barcelona Gráfica*. Barcelona: Gustavo Gili.
 — (2001b): «El patrimonio gráfico y su recuperación. En torno a *Barcelona Gráfica de América Sánchez*». *Tipográfica* 47. Buenos Aires.
- CHECA-ARTASU, Martín M.; CASTRO, M^a Pilar (2010): «El olvido de lo obvio: la rotulación popular, un elemento de publicidad en el paisaje urbano», en *Diseño y Sociedad*, n. 28-29. México: Universidad Autónoma de México.
- DAWSON, Barry (2000a): *Street Graphics: Tokio*. Londres: Thames and Hudson.
 — (2000b): *Street Graphics: New York*. Londres: Thames and Hudson.
 — (2001): *Street Graphics: India*. Londres: Thames and Hudson.
 — (2003): *Street Graphics: Egypt*. Londres: Thames and Hudson.
- FAESLER, Cristina (coord.) (2001): *ABCD, Diccionario gráfico de la Ciudad de México*. México: Editorial Diamantina.
- FERNÁNDEZ, V. (2004): «La modernidad en el espejo: arte popular urbano de Sudán y Etiopía», en ORTIZ, C. (coord.): *La ciudad es para ti*. Barcelona: Anthropos.
- GARCÉS, A. L. y KINGMAN, M. (2008): *Ojo al aviso. Una panorámica de la gráfica, el diseño, el arte y la comunicación visual popular*. Quito: La Cajonera.
- HUERTA, Ricard (2008): *Museo tipográfico urbano. Paseando entre las letras de la ciudad*. Valencia: Universitat de Valencia.
- INDU, Julián (2008): *MVD: Gráfica popular de Montevideo*. Buenos Aires: La Marca.
- ITURRALDE, Pablo (2005): *Duales y recíprocos, la comunicación visual del Ecuador*. Quito: Cámara Ecuatoriana del Libro.
- LA FARGE, P., CARIS, M. (2008): *Paredes pintadas de México*. México: Editorial Turner.
- LIPOVETSKY, G. y ROUX, E. (2004). *El lujo eterno. De la era de lo sagrado al tiempo de las marcas*. Barcelona: Anagrama.
- LYNCH, Kevin (1998): *La imagen de la ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- MENA, Juan C. y REYES, O. (2001): *Sensacional de diseño mexicano*. México: Trilce.
- MOLERO, V.M. (1995): *Publicidad, marketing y comunicación. Herramientas para la pequeña empresa*. Madrid, ESIC.
- MONTALVO, G. (2002) *Popo-pop. Imágenes de la urbe volcánica*. México: Secretaría de Cultura del Gobierno de Puebla.
- MUNICIPALIDAD DE IBARRA (2010): «Reglamento de Publicidad Exterior». Ibarra.
- PACHECO, Marta, 2007, «La ciudad como escenario de la comunicación publicitaria», en BALANDRÓN, et al. (dir.), *Publicidad y ciudad*. Sevilla: Comunicación social.
- POPULARDELUJO Cooperativa (2009): <http://www.populardelujo.com>
- PRAT GABALLÍ, Pedro (1953): *Publicidad Combativa*. Barcelona: Ed. Labor s.a.
- RIOS, Nicolás (2015): «Investigación y documentación gráfica de culturas endémicas en Ecuador», Trabajo de Grado. Cuenca: Universidad del Azuay.
- SATUÉ, Enric (1984): *Un Museu al Carrer. Lletres, imatges i tècniques dels rètols comercials a Catalunya*. Barcelona: Diputació de Barcelona.
 — (1985-1991): *El libro de los anuncios. 3 vols. 1. La Época de los artesanos (1830-1930); 2. Años de aprendizaje (1931-39); 3. Volver a empezar (1940-62)*. BCN: Altafulla.
 — (2001): *El paisaje comercial de la ciudad. Letras, formas y colores en la rotulación de comercios de Barcelona*. BCN: Paidós.
- SOTO, Enrique (2003): *Gráfica popular mexicana*. Puebla: Volkswagen de México.
- SUÁREZ, S. (2005): *Bueno, bonito y barato. Gráfica popular urbana*. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá: Unibiblos.
- VALAREZO, Galo R.: «El sorprendente mundo norandino: la originalidad de nuestro ADN cultural», en *Artesanía de los Pueblos Ancestrales en la mitad del mundo: Ecuador*. Quito: Fundación Sinchi Sacha.
- Otras obras del director relacionadas:**
 ARNAVAT, Albert (1996 y 2000): *Publicitat comercial a Reus. 1. L'skyline de l'autosatisfacció. Dels orígens a 1939. 2. La definitiva globalització. De la postguerra als Jocs Olímpics, 1939-1992*. Reus: Ajuntament de Reus. Prólogo de E. Satué.
 — (1996): «Els orígens de la publicitat a Catalunya», a *Història, Política, Societat i Cultura dels Països Catalans*, Vol. 7. Barcelona: Enciclopedia Catalana.
 — (1997): «Publicitat comercial a Reus. Dels orígens a 1939», en *L'Avenç, Revista d'Història*. Barcelona: L'Avenç.
 — (1998): *250 anys de publicitat comercial a Reus. Dels orígens a 1992*. Reus: Ajuntament de Reus.
 — (2003): *Disseny i publicitat a Reus. 120 anys d'agències de comunicació, 1882-2002*. Reus: Pragma edicions.
 — (2006): *Marques! (1886-1938)*. Reus: Pragma edicions.
 — (2015): «Divinidades y mitos en la publicidad», en *Ecos de la Academia*, 1. Ibarra: FECYT-Universidad Técnica del Norte.
 — y otros (2015): «Seducción y erotismo en la publicidad», en *Ecos de la Academia*, 2. Ibarra-Ecuador: FECYT-Universidad Técnica del Norte.



ALBERT ARNAVAT EN LA PLAYA, SIN SOL. ATACAMES, ECUADOR 2013.

A | A

Albert Arnavat, PhD, es docente investigador titular en la Universidad Técnica del Norte, en Ibarra, Ecuador. Doctorado en historia contemporánea por la Universitat de Barcelona (Catalunya), ha sido profesor en la Universitat Rovira i Virgili de Tarragona. Con amplia experiencia en investigación histórica y en comisariado de exposiciones culturales, sus líneas de investigación abarcan las relaciones de la historia y la imagen, la publicidad y el diseño gráfico. Los resultados de sus proyectos de investigación han sido editados en libros y revistas. Ha colaborado con museos y otras instituciones culturales y ha formado parte de equipos interdisciplinarios de investigación de diversas universidades. Ha sido investigador del Proyecto Prometeo de la SENESCYT, en la República del Ecuador. Ha ejercido de diseñador, publicista y asesor de comunicación especializado en proyectos editoriales. Ha escrito, diseñado y publicado más de 50 libros y catálogos de temas históricos, publicitarios y artísticos. Ha diseñado campañas, marcas y carteles para empresas privadas e instituciones públicas.

Albert Arnavat, PhD, is a researcher professor at the Tecnica del Norte University, in Ibarra, Ecuador. Doctorated in contemporary history by the University of Barcelona (Catalonia), he has been a professor at the University Rovira i Virgili in Tarragona. With extensive experience in historical research and commissariat of cultural exhibitions, his lines of research include the relationships of the history and the image, advertising and graphic design. The results of his research projects have been published in books and magazines. He has contributed with museums and other cultural institutions and has been part of interdisciplinary teams of research from various universities. He has been a researcher at the Prometeo Project of SENESCYT, in the Republic of Ecuador. He has worked as a designer, publicist and communication adviser, specialized in editorial projects. He has written and designed more than 50 books and catalogs on historical topics, and artistic advertising. He has designed campaigns, brands, and posters for private enterprises and public institutions.

