

Imagen: Melery Angulo

Carteles oficiales de la fiesta de La Fruta y de las Flores de Ambato. Un análisis desde el diseño gráfico.

Official posters for the Ambato Fruit and Flower Festival: a graphic design analysis.

Resumen:

En el presente estudio se analizan los carteles publicitarios oficiales de la Fiesta de la Fruta y de las Flores de la ciudad de Ambato (Ecuador) del periodo 2011-2025, sobre la base del reconocimiento del cartel como elemento de primer orden a la hora de conocer periodos históricos. A partir del diseño gráfico se analiza una muestra conformada por quince carteles seleccionados por criterio y por factibilidad de estudio. Para ello, se aplican entrevistas semiestructuradas, observación directa y análisis de contenido gráfico, fundamentado en la teoría del cartel de Norberto Chaves, que contempla seis categorías analíticas: contacto, información, persuasión, identificación, convencionalidad

y estética. Los resultados evidenciaron una transformación en el uso de elementos visuales, con una presencia marcada de estilos autorales, pero también contrastes en cuanto a la incorporación de datos clave como el año o número de edición y una tendencia recurrente al uso de íconos genéricos. Se concluye que los carteles, aunque poseen un valor como herramienta de comunicación visual y archivo simbólico, requieren una articulación metodológica. Este estudio aporta al campo del diseño gráfico desde una perspectiva analítica para futuras producciones visuales vinculadas a celebraciones patrimoniales.

Palabras claves: Cartel publicitario; fiestas populares; análisis gráfico; identidad cultural; comunicación visual.

Sumario. 1. Introducción. 2. Metodología. 3. Desarrollo. 3.1 Contacto. 3.2 Información. 3.3 Persuasión. 3.4 Identificación. 3.5 Convencionalidad. 3.6 Estética. 4. Conclusiones.

Cómo citar: Naranjo Huera, V. L., & Flores Zúñiga, K. E. (2026). Carteles oficiales de la fiesta de La Fruta y de las Flores de Ambato. Un análisis desde el diseño gráfico. *Nawi. Arte, Diseño, Comunicación*, Vol. 10, Núm. 1, 203-231.

<https://nawi.espol.edu.ec/>
www.doi.org/10.37785/nw.v10n1.a10

Vilma Lucia Naranjo Huera
Universidad Técnica de Cotopaxi
Latacunga, Ecuador
vilma.naranjo@utc.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-3506-7021>

Karen Esther Flores Zúñiga
Universidad Técnica de Cotopaxi
Latacunga, Ecuador
karen.flores8139@utc.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0004-7579-5810>

Enviado: 29/7/2025
Aceptado: 20/10/2025
Publicado: 15/1/2026



Esta obra está bajo una licencia internacional
Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0.

Abstract:

This study analyzes the official advertising posters for the Fruit and Flower Festival in the city of Ambato from 2011 to 2025. It is based on the recognition of posters as a primary source for understanding historical periods. Fifteen posters were selected for analysis based on their graphic design, criteria, and feasibility for the study. Semi-structured interviews, direct observation, and graphic content analysis were applied, based on Norberto Chaves' poster theory, which considers six analytical categories: contact, information, persuasion, identification, conventionality, and aesthetics. The results showed an evolution in the use of visual

elements, with a marked presence of authorial styles, but also contrasts in terms of the incorporation of key data such as the year or edition number and a recurring tendency to use generic icons. It is concluded that posters, although they have value as a visual communication tool and symbolic archive, require methodological articulation. This study contributes to the field of graphic design from an analytical perspective for future visual productions linked to heritage celebrations.

Keywords: Advertising poster; popular festivals; graphic analysis; cultural identity; visual communication.

1. Introducción

Ecuador, un país ubicado en el noroeste de América del Sur, es conocido por su rica diversidad y por sus numerosas celebraciones populares (Gilad, 2023). A pesar que el sector turístico enfrenta una disminución en las llegadas internacionales (*Revista Científica Élite*, 2025) la ciudad de Ambato, situada en la provincia de Tungurahua, se ha consolidado como una de las principales atracciones turísticas del país, gracias a la Fiesta de la Fruta y de las Flores (Municipio de Ambato, 2025).

Esta festividad nace a partir del terremoto del 5 de agosto de 1949, sismo que destruyó la urbe y muchos de los cantones que en aquella época formaban la Provincia de Tungurahua. La comunidad, en respuesta de esta tragedia e inspirados en la fertilidad de la tierra, decidieron celebrar la vida y la reconstrucción. Se levantaron y buscaron la manera de salir adelante (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2023, párr. 1). Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), “las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural (...) a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas” (2013, 27).

La identidad de los pueblos (Oviedo et al., 2023) se construye como una manifestación cultural y, con el transcurso del tiempo, se integra en la vida cotidiana de las personas estableciendo vínculos que se integran al relato identitario de cada generación. En Ecuador, las diversas manifestaciones culturales populares se presentan en varios espacios donde sobresalen costumbres y tradiciones propias; algunas originarias, representativas de cada lugar, y otras compartidas entre regiones, que consolidan la identidad local y nacional.

Dentro de estas manifestaciones se encuentra la fiesta popular, que es una manera de plasmar el legado de una sociedad, dado que “la festividad ritual supone una puesta en escena de lo social: una actuación mediante la cual los roles, los significados y los lugares (...) destacan su visibilidad y exponen sus contingencias, ambigüedades y conflictos para que puedan ser mejor trabajados socialmente” (Pereira, 2009, 13). Complementando al respaldo otorgado por la comunidad, la festividad fue declarada en diciembre de 2019, por el Parlamento Andino, como un referente cultural y patrimonio inmaterial de la región andina, debido a su riqueza histórica y lingüística.

Considerando lo expuesto anteriormente, esta festividad ha cobrado relevancia, despertando el interés de varios investigadores, como por ejemplo Diana Flores Carrillo (2024), que en *El diseño en la producción artesanal. Representaciones y significados de los carros alegóricos de la fiesta de la Fruta y de las flores en Ambato* analiza la contribución del diseño y la presentación de la cultura en los carros alegóricos. También debe enfatizarse la relevancia y la planificación económica en el desarrollo de festividad.

La Fiesta de la Fruta y de las Flores, en la actualidad, es planificada, organizada y ejecutada por el Comité Permanente. Dentro del marco de esta celebración se desarrollan diversos eventos, tales como el pregón, la bendición de las flores, las frutas y el pan, el desfile de la Confraternidad y la Ronda Nocturnal. Desde 1952, cada edición ha sido acompañada por un cartel publicitario oficial, exceptuando la primera edición (Vinicio Vargas, comunicación personal, 24 de junio del 2025). El propósito del cartel publicitario es representar fielmente las propiedades fundamentales de un producto o una idea, con el objetivo de alcanzar los máximos beneficios entre la sociedad (Checa, 2015, 84). El cartel, además de desempeñar la función de difundir y promocionar, representa simbólicamente la memoria colectiva de esta tradición local.

Según Martín y Muñoz (2021) los carteles publicitarios son elementos importantes para entender los acontecimientos culturales. Sin embargo, a pesar de su importancia evidente, existen muy pocos estudios que analicen su impacto y potencial para influir en la preservación de la identidad e imagen de la misma, así como para plantear alternativas de diseño. Esto limita su capacidad para reforzar el imaginario festivo y ofrecer lineamientos de innovación en el diseño gráfico.

Se debe agregar que el cartel publicitario juega un papel esencial como medio de comunicación al momento de expresar y transmitir información. Su función principal es atraer la atención del observador, informar y generar curiosidad para motivar a realizar una actividad. Para ello, es necesario que se utilice un lenguaje que sea comprensible para las personas a las que va dirigido el producto o servicio (Glaser, 1981). Los carteles publicitarios reflejan la sociedad a la que están dirigidos, tal como señala Eguizábal (2014).

Otros autores (Martín et al., 2021, 222) han afirmado que el cartel adquiere “una condición inequívoca de la representación social; es por ello que se convierte en un elemento de primer orden a la hora de comprender los periodos históricos en los que fue creado y difundido”. Con frecuencia, los carteles publicitarios son el reflejo de la preferencia estética de su tiempo, pero, al mismo tiempo, son una radiografía sumamente certera de los públicos a los que se dirigen, y nos permite conocer las modas del momento, las formas de expresión, los hábitos y costumbres

de los diferentes grupos sociales a los que dirigen sus mensajes y, en definitiva, los anhelos y deseos de una sociedad en un momento determinado.

Por su parte, Drumeva (2025) se enmarca en la necesidad de comprender cómo los símbolos visuales, despojados de significados culturales o religiosos profundos, pueden comunicar ideas complejas de manera efectiva desde el diseño gráfico. Se enfoca en que la simplicidad del símbolo permite la complejidad conceptual, así como el autor enfatiza en que la comunicación visual no sólo transmite información, sino que genera una experiencia estética y emocional con el espectador, lo que enriquece la comprensión del mensaje.

A modo de síntesis, esta investigación analiza el lenguaje visual utilizado en los carteles publicitarios oficiales de la Fiesta de la Fruta y de las Flores en el periodo 2011-2025. Con tal propósito se identificarán los carteles publicitarios para ser objetos de análisis, discutir y mostrar los resultados alcanzados.

2. Metodología

El presente estudio se enmarca en un enfoque cualitativo a partir de un análisis gráfico de los carteles oficiales de la Fiesta de la Fruta y de las Flores (2011-2025), celebrada en Ambato. El presente análisis se sustentó en la teoría propuesta por el diseñador Norberto Chaves (1989a y 1989b), quien plantea diversas categorías que permiten comprender el cartel como mensaje gráfico. Las pautas de Norberto Chaves se concentran en el estudio de seis pasos fundamentales para comprender los mecanismos del mensaje gráfico: contacto, información, persuasión, identificación, convencionalidad y estética. Estas categorías encaminaron el proceso de observación, constituyéndose como eje principal para el desarrollo de este estudio.

Para alcanzar los objetivos planteados se aplicaron herramientas e instrumentos que ayudaron en la recolección de datos. Se consideraron tres técnicas fundamentales: entrevistas, observación y análisis de contenido (Tabla 1).

Tabla 1. Cuadro de técnicas de recolección de datos.

La población de estudio está compuesta por los carteles oficiales de la Fiesta de la Fruta y de las Flores, emitidos por el Comité Permanente pertenecientes al período que va de 1990 a 2025. Según la investigación titulada "Análisis del cartel promocional de la Fiesta de las Flores y Frutas, durante el periodo 1990-2024, en la ciudad de Ambato", realizada por Pinos (2024), existe evidencia documental y disponibilidad de información de al menos 32 carteles emitidos oficialmente durante dicho periodo.

Para el desarrollo de esta investigación se han delimitado como muestra 15 carteles, correspondientes a los últimos años 2011-2025, tomando en cuenta que la técnica de muestreo es no probabilística.

Tipo de información	Técnicas de investigación	Instrumentos de recolección
Primaria	Entrevistas	Entrevistas realizadas para la investigación y entrevistas realizadas por Pinos (2024) dirigida a los creadores de los carteles publicitarios.
Secundaria	Observación	Matriz de inducción de los carteles oficiales de la Fiesta de la Fruta y de las Flores.
	Análisis de contenidos	Artículos académicos y tesis

Es por ello que los principales criterios para esta selección responden a criterios metodológicos y de factibilidad del estudio, ya que, para obtener el objeto de análisis, se realizó una solicitud formal al Comité permanente y se llevó a cabo una tabla con su respectiva información (Tabla 2). Para este análisis se realizó una ficha por cartel y una matriz de inducción como instrumento que permitió la comparación de los seis criterios (ver Tabla 3 sobre las variables de estudio).

Tabla 2. Cuadro de muestras.

Número de cartel	Año	Autor	Slogan
1	2011	Marcelo Freire	El dulce encanto de vivir.
2	2012	Barona Grafic/Andrés Barona	Sonidos de felicidad.
3	2013	ManGo estudio grafico/Pablo Proano	Ambato vive de corazón.
4	2014	Christian Ruiz	Ambato enciende los colores de la alegría.
5	2015	Alexander Sánchez	Ambato renacer de los sueños.
6	2016	Grupo red/rocket & Christian Ruiz y Roberto Rivera	Ambato siente.
7	2017	Jhoanna Castillo	Ambato fusión, herencia, identidad e inspiración.
8	2018	Santana estudio/Gabriel Santana	Viva Ambato
9	2019	Santana estudio/Gabriel Santana	La fiesta la hacemos todos.
10	2020	Liliana Garces	Rescatando el pasado, construyendo el futuro.
11	2021	Diego Lara Comité Permanente de la FFF	El origen
12	2022	Comité Permanente de la FFF	Nos levantamos
13	2023	Comité Permanente de la FFF	Florece para el mundo
14	2024	Comité Permanente de la FFF	Ambato está en ti, está en todos
15	2025	Cristian Nuñez	La tradición, se vive.
Total de carteles para analizar			15 carteles

El procedimiento de análisis incluyó la observación de aspectos gráficos que permitieron buscar similitudes y diferencias en el diseño de los carteles. La observación de elementos visuales como tipografía, color, imagen, composición y estilo permitieron analizar y comparar los 6 fundamentos del diseño del cartel publicitario.

Las variables de análisis se organizaron en base seis elementos del diseño del cartel propuesto Norberto Chaves (1989a y 1989b), desarrolladas como preguntas guía que orientaron el proceso e interpretación de los carteles. Se consideraron variables como categoría, criterio de análisis gráfico y preguntas (Tabla 3).

Tabla 3. Variables del análisis. Criterios de análisis propios, basados en la teoría del cartel de Norberto Chaves.

Categoría	Criterio análisis gráfico	Pregunta
Contacto	Uso de imágenes y estilo	¿Cuál es el elemento visual de mayor impacto que permite establecer contacto con el receptor?
Información	Texto, imágenes	¿Qué nociones o mensaje intenta transmitir el emisor?
Persuasión	Retórica	¿Cómo intenta influir en el receptor?
Identificación	Marca visual, auspiciantes del evento	¿A qué institución o empresa se asocia el cartel?
Convencionalidad	Significado, simbología	¿En qué medida el cartel sigue con las convenciones visuales de la fiesta?
Estética	Composición, estética, color, tipografía	¿Qué grado de innovación estética presenta con ediciones anteriores?

Dado que el estudio involucró la participación de personas mediante entrevistas, se obtuvo el consentimiento informado de los participantes, conforme a los principios éticos de la investigación en Ciencias Sociales establecidos por el Informe Belmont (1979).

3. Desarrollo

A partir de las 15 muestras, se elaboraron los resultados derivados de la observación de cada cartel, tomando en cuenta las entrevistas realizadas para esta investigación y las realizadas por Karen Pinos (2024). A continuación, se exhiben los carteles que constituyen el objeto de estudio (Figura 1). También se presenta el análisis de cada cartel, según los criterios establecidos.



Figura 1. Carteles oficiales de la FFF. Fuente: Comité Permanente de la Fiesta de las Frutas y de las Flores.

3.1 Contacto

Se toma en cuenta que el contacto, según Chaves (1989a y 1989b), consiste en la capacidad del mensaje para captar la atención e incitar su lectura, el cual posee la capacidad de ser visible, legible y pregnante (Tabla 4).

Tabla 4. Criterio uno, Contacto

2011	Collage de fotografías de flores y frutas en forma de un colibrí, ubicada en la parte superior central de la composición
2012	Ilustración del rostro del estereotipo de una mujer, del cabello sale una flor llamada hibisco o flor de jamaica junto con ornamentación y notas musicales ubicadas en la parte izquierda del cartel.
2013	Ilustración de una mariposa ubicada en la parte central del cartel, compuesta de varias formas, colores e ilustraciones como la primera imprenta, la catedral, pan de Ambato, poncho de Chibuleo.
2014	Ilustración sintetizada de varios sapos llamados jambatos de varios colores en forma de serpentina que ocupa la parte superior derecha del cartel. Seguido de la palabra Ambato con distintos colores.
2015	Presencia de un collage en forma del ave fénix la cual alberga varios elementos como flores, frutas y edificaciones emblemáticas de la ciudad de Ambato. Ubicada en la parte central
2016	Collage en forma de corazón realizada con espirales de diferentes colores, ubicado en la parte superior del cartel.
2017	Ilustración en la parte superior central en forma de flor de fuego saliendo como fénix y encima de ella siluetas de personas en diferentes colores seguido de la palabra Ambato. Ubicada en la parte central del afiche
2018	Representación abstracta de una flor compuesta de flores, baile, frutas y fiesta y dividida en pétalos, ubicada en la parte superior central.
2019	Ilustración semejante a una flor con pétalos como planos seriados de diferentes colores, ubicada en la parte central del cartel.
2020	Ilustración de un guaytambo compuesta de elementos como reloj, quinde, energía eólica, catedral, ciudad futurista, árbol en el centro. Ubicada en la parte central del diseño.
2021	Ilustración de varias formas y colores que muestran flores y simula ser una especie de árbol ubicada en la parte superior central de la composición.
2022	Bodegón fotográfico con elementos, flores y frutas. Ubicada como fondo.
2023	Fotografía de una mujer adornada con flores y en el fondo una edificación icónica de la ciudad. Ubicada en la parte central.
2024	Ilustración de dos manos sosteniendo un reloj de arena junto con flores y un colibrí en la parte de arriba. Ubicada en la parte central del diseño.
2025	Ilustración de diferentes mujeres, flores y un monumento representativo de la ciudad. Ubicada en la parte central del cartel.

En la categoría de contacto se observó que los elementos que captan la atención del receptor ocupan al menos el 50% del cartel, y se ubican principalmente en la parte central. Estos elementos suelen estar conformados por colores intensos e ilustraciones llamativas. Un ejemplo claro se encuentra en el cartel del año 2011, donde la figura más reconocible es un *collage* en forma de colibrí que se sitúa en el centro de la composición, generando contacto inmediato con el espectador (Figura 2).



Figura 2. Cartel oficial de la FFF del año 2011. Fuente: Comité Permanente de la Fiesta de las Frutas y de las Flores.

3.2 Información

Esta categoría se refiere a la capacidad que tiene el mensaje para trascender las nociones que el emisor intenta transmitir y, a partir de ello, suscitar en ellos representaciones, ideas, imágenes y textos (Tabla 5).

Tabla 5. Criterio dos, Información

Año	Información
2011	Invita a la sexagésima fiesta de las flores y las frutas de Ambato. Del 26 de febrero al 28 de marzo del 2011
2012	Invita a la sexagésima primera fiesta de la fruta y de las flores, del 17 al 21 de febrero del 2012
2013	Del 08 al 12 de febrero del 2013.
2014	Invita a la sexagésima tercera fiesta de las flores y las frutas de la ciudad de Ambato, del 28 de febrero al cuatro de Marzo del dos mil catorce.
2015	Del 13 al 17 de febrero de dos mil quince
2016	Sexagésima quinta fiesta de la fiesta de la fruta y de las flores, del 5 al 9 de febrero del dos mil dieciséis.
2017	Sexagésima sexta fiesta de las flores y las frutas de Ambato. Del 24 al 28 de febrero del dos mil diecisiete
2018	67 va, Sexagésima séptima fiesta de la Fiesta de la Fruta y de las Flores, del 9 al 13 de febrero del 2018.
2019	68va, Sexagésima octava edición FFF, del 1 al 5 de marzo del 2019
2020	69 na Fiesta de la fruta y de las flores, del 21 al 25 de febrero 2020
2021	70 FFF wiñay, 70 edición FFF
2022	71 edición FFF, del 25 de febrero al 01 de marzo del 2022
2023	Septuagésima segunda Fiesta de la fruta y de las flores, 17 al 21 de febrero 2023, No.72.
2024	Septuagésima tercera fiesta de la fruta y de las flores, del 9 al 16 de febrero
2025	LXXIV fiesta de la fruta y de las flores, del 28 de febrero al 4 de marzo

En relación a la información, la mayoría de los carteles incluyen las fechas en las cuales se realizará la fiesta, salvo el cartel correspondiente a 2021. Asimismo, se evidencia una variación en la forma de consignar el número de edición: en algunos casos se emplea la notación escrita en letras (por ejemplo, septuagésima octava), mientras que en otros se recurre a una forma numérica abreviada (78va). Cabe señalar que los carteles correspondientes a 2013 y 2015 no presentan el número de edición. Sin embargo, un ejemplo representativo del diseño de la información es el

cartel de 2013, que incorpora claramente información de la festividad en un recuadro, ubicado debajo de la ilustración de la mariposa y en la misma gama cromática, un texto que consigna de manera clara la fecha y año de la festividad (Figura 3).



Figura 3. Cartel oficial de la FFF del año 2013. Fuente: Comité Permanente de la Fiesta de las Frutas y de las Flores.

3.3 Persuasión

La siguiente categoría, la persuasión, se refiere a la capacidad del mensaje visual de convencer al receptor sobre la veracidad de la información presentada, influyendo en su comportamiento y motivando, por ejemplo, a participar en la festividad o a consumir productos vinculados a ella (Tabla 6).

Tabla 6. Criterio tres, Persuasión.

Año de publicación	Persuasión
2011	La frase "El dulce encanto de vivir" transmite un mensaje de celebración de la vida, en este caso dentro de la Fiesta de la Fruta y de las Flores. En el cartel, la figura principal es un colibrí, ave que simboliza la prosperidad y las bendiciones, evocando el deseo de una vida plena y duradera. Además, el color rosado a partir de la psicología del color denota compasión, afecto y ternura, acentuando el tono emocional y positivo del mensaje gráfico.
2012	La frase "Sonidos de felicidad" invita al espectador a experimentar emocionalmente la festividad a través del sentido del oído, dando a entender que la celebración está cargada de alegría y música. El autor del cartel añade las notas musicales que pertenecen a la emblemática canción "Ambato, tierra de flores".
2013	La frase "Vive de corazón y vivamos juntos la mejor fiesta del país" invita a todos a disfrutar y celebrar unidos. Según el autor del cartel utiliza como símbolo principal una mariposa utilizada como símbolo de libertad.
2014	La frase "Enciende los colores de la alegría" persuade principalmente a través de la evocación emocional, despertando sensaciones de energía y celebración. Por otro lado, los jambatos representan un símbolo histórico de la ciudad, ya que según el autor en el pasado abundaban en los ríos.
2015	La frase "El renacer de los sueños" transmite el mensaje de esperanza y superación y renovación reforzado por la ilustración del ave fénix,
2016	El cartel persuade a través de las emociones, invita a las personas a conectarse con sus propios sentimientos. La palabra "Siente", junto con el corazón como símbolo universal generan cercanía y las serpentinas de colores refuerzan esta emoción.
2017	El cartel persuade al despertar el sentimiento de orgullo e identidad, invitando a valorar y celebrar lo propio, especialmente a través de la frase "Ambato: fusión, herencia, identidad e inspiración". Según la autora, la ilustración en forma de flor con siluetas de personas sobre ella simboliza el espíritu ambateño y el esfuerzo del Ambateño al reconstruir la ciudad.
2018	El cartel persuade a través de la frase "¡Viva Ambato!" y una ilustración que, según el autor, tiene como propósito mostrar los elementos que caracterizan a la FFF.
2019	La frase "¡Viva Ambato!" transmite entusiasmo. Acompañada de una ilustración en forma de flor reflejando la diversidad natural que

2019	La frase “¡Viva Ambato!” transmite entusiasmo. Acompañada de una ilustración en forma de flor reflejando la diversidad natural que caracteriza a Ambato, conectando con los sentimientos de quienes viven y aman esta tierra. Así, el cartel persuade apelando a la emoción, al sentido de pertenencia y al cariño por las tradiciones de la festividad.
2020	El cartel persuade al espectador combinando elementos visuales y simbólicos que conectan emocionalmente con la historia y el futuro de Ambato. La frase “Rescatando el pasado, construyendo el futuro” hace reflexionar sobre la importancia de recordar los orígenes para seguir avanzando. El reloj representa el valor del pasado, mientras que los elementos de la parte superior proyectan una visión optimista hacia una ciudad moderna y ambientalmente responsable.
2021	El cartel persuade a través de la frase “El origen” y la ilustración, que simboliza a la festividad. Esta combinación invita a valorar las raíces y la riqueza natural. Además, la palabra “Wiñay” que en quechua significa “eterno” o “perdurable” refuerza el mensaje, generando una conexión profunda con la idea de que las tradiciones y la naturaleza perduran a lo largo del tiempo.
2022	El cartel persuade al transmitir un mensaje de esperanza y fortaleza en un momento de crisis, como lo fue la pandemia. La frase “Nos levantamos” junto con la fotografía de fondo de una habitación llena de flores sugieren que a pesar de las dificultades la comunidad sigue celebrando y manteniendo viva su tradición.
2023	Con la frase “Florece para el mundo” y la ilustración de una mujer vestida con un vestido de flores transmite un mensaje de renacimiento. La imagen simboliza cómo su gente vuelve a florecer, renovándose y mostrando al mundo su regreso.
2024	Con la frase “Está en ti, está en todos”, el cartel transmite que todos somos parte fundamental de la fiesta y que la responsabilidad de mantenerla viva está en cada uno de nosotros. La ilustración del reloj simboliza la trayectoria de la festividad y las manos representan el arduo trabajo de los ambateños en el desarrollo y la continuidad de esta tradición.
2025	La frase “Se vive la tradición” hace referencia a la festividad en el tiempo siendo parte de la identidad de Ambato. La ilustración del cartel según el autor simboliza al terremoto con la forma cónica en la

En relación con esta categoría, se observa que la mayoría de carteles ejercen influencia sobre el espectador mediante *slogans* e ilustraciones. Frases como “Vive de corazón”, “Sonidos de felicidad”, “Rescatando el pasado, construyendo el futuro” o “Vivamos juntos la mejor fiesta del país” se acompañan de imágenes de flores, frutas, relojes y personas, que funcionan como elementos clave para conectar emocionalmente con el público y reforzar un sentido de identidad local.

Algunos carteles apelan a la persuasión de manera directa, a través de mensajes claros y potentes, mientras que otros lo hacen de forma más sutil o simbólica, valiéndose de colores, símbolos y composiciones visuales. Un ejemplo representativo es el cartel del año 2014, cuyo slogan “Enciende los colores de la alegría” persuade, principalmente, mediante la evocación emocional, despertando sensaciones de energía y celebración. Además, la inclusión de los jambatos –anfibios históricamente abundantes en los ríos de la ciudad– funciona como un recurso simbólico que vincula la memoria histórica con el presente festivo. La representación de jambatos multicolores en forma de serpentinatas capta la atención del espectador, aportando un carácter lúdico y disruptivo.

El cartel combina una comunicación clara y formal con una fuerte apelación a la identidad local. Su estética, basada en vectores coloridos, un fondo radial oscuro y contrastes marcados, enriquece la composición y refuerza la estrategia persuasiva (Figura 4).

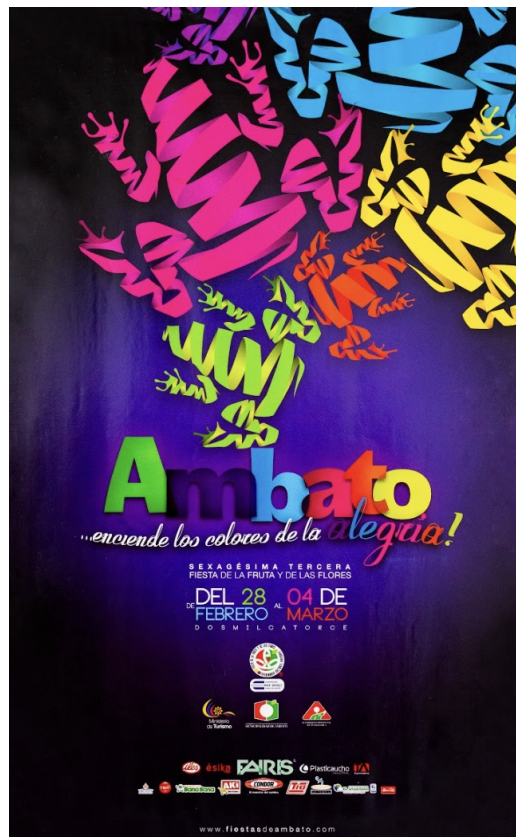


Figura 4. Cartel oficial de la FFF del año 2014. Fuente: Comité Permanente de la Fiesta de las Frutas y de las Flores.

3.4 Identificación

De acuerdo con Chaves (1989a y 1989b), la categoría de identificación se refiere a la capacidad del mensaje para surtir la identidad del emisor, de modo que quede inscripta en la percepción del receptor (Tabla 7).

Tabla 7. Criterio cuatro, Identificación.

Año de publicación	Identificación
2011	El cartel está asociado a instituciones gubernamentales. Se entiende que las marcas asociadas son los organizadores de la fiesta. Municipio de Ambato, Comité Permanente y Consejo Provincial de Tungurahua. Además, estas 3 marcas visuales tienen los colores de la provincia de Tungurahua.
2012	Los logos son de instituciones gubernamentales los cuales son los organizadores: Municipio de Ambato, Comité Permanente y Consejo Provincial de Tungurahua.
2013	El cartel está asociado con los organizadores del evento: Municipio de Ambato, Comité Permanente y Consejo Provincial de Tungurahua, ministerio de turismo. Los auspiciantes son: supermercado AKI, cooperativa de ahorro y crédito OSCUS, CNT, FAIRIS, ALES.
2014	Está asociado con el Municipio de Ambato, Comité Permanente y Consejo Provincial de Tungurahua Los auspiciantes son: Ales, ésika, Fairis, Plasticaucho, Teleamazonas, Farmacias Sana Sana, akí, pinturas Condor, Tía, La fabril, coop. El Sagrario y Coca-Cola.
2015	Logos de los organizadores: Comité Permanente, Municipio de Ambato y Consejo Provincial de Tungurahua, ubicados en la parte inferior central del cartel.
2016	Logos de los organizadores de la festividad: Municipio de Ambato, COTECNA, Comité Permanente y Gobierno Provincial de Tungurahua.
2017	Los organizadores son: Municipio de Ambato, Comité Permanente y Gobierno Provincial de Tungurahua. Auspiciantes: Plasticaucho, Banco Bolivariano, Constructora Alvarado, Cinemark, Avena Polaca, Turbo, el Comercio, Aseguradora del Sur, El motor, Teleamazonas, Autorepuestos Unión, EMAPA, El Sabor, Imprenta la Matriz y FDT, Sana Sana, Banco Pichincha, Coop. Policía Nacional, KIA, Mall de los Andes, Pipa Nic, Tía, Universidad Uniandes.
2018	Se usan los logos de los organizadores del evento que son el Municipio de Ambato, Comité Permanente y Gobierno Provincial de Tungurahua, ubicándose en la parte inferior uso a lado del otro.

2019	Se usan los logos de los organizadores del evento que son el Municipio de Ambato, Comité Permanente y Gobierno Provincial de Tungurahua, ubicándose en la parte inferior uso a lado del otro.
2020	Se usan los logos de los organizadores del evento que son el Municipio de Ambato, Comité Permanente y Gobierno Provincial de Tungurahua, ubicándose en la parte inferior uno a lado del otro.
2021	Se manejan todos los logos de los auspiciantes y los organizadores que son el Municipio de Ambato, Comité Permanente y marca ciudad de ese entonces, ubicados en la parte superior central.
2022	Se muestran los logos de los auspiciantes y organizadores en la parte superior central, los cuales son el Municipio de Ambato, Comité Permanente y Gobierno Provincial de Tungurahua.
2023	En este caso no se ubican auspiciantes en la composición. Logos: Se muestran los logos de los organizadores que son el Municipio de Ambato, Comité Permanente y Gobierno Provincial de Tungurahua, ubicados en la parte inferior central.
2024	Se muestran los logos de los organizadores que son el Municipio de Ambato, Comité Permanente y marca ciudad actual, ubicados en la parte superior central y el logo del Gobierno Provincial de Tungurahua en la parte central inferior.
2025	Se muestran los logos de los organizadores, Municipio de Ambato, Comité Permanente y marca ciudad actual y el Gobierno Provincial de Tungurahua ubicados en la parte superior.

En esta categoría se constató que las entidades organizadoras que predominan en los carteles analizados son el Municipio de Ambato, el Comité Permanente y el Consejo Provincial de Tungurahua, instituciones que se repiten de manera constante, lo que evidencia su rol principal en la organización de la festividad. En cuanto a los auspiciantes, estos varían en cada cartel, y el tamaño de sus logotipos cambia en función del nivel de apoyo económico brindado, destacándose con mayor visibilidad aquellos que aportan recursos significativos.

Un ejemplo representativo se encuentra en el cartel de 2016, donde se destacan los logotipos del Municipio de Ambato, COTECNA, el Comité Permanente y el Gobierno Provincial de Tungurahua, reforzando la identidad institucional y la legitimidad de los organizadores de la fiesta. Asimismo, en un segundo renglón se ubican los logotipos de los auspiciantes, cuya disposición jerárquica evidencia su rol de apoyo y su contribución económica al evento (Figura 5).



Figura 5. Cartel oficial de la FFF del año 2016. Fuente: Comité Permanente de la Fiesta de las Frutas y de las Flores.

3.5 Convencionalidad

Esta categoría, según Chaves (1989a, 7), analiza la “capacidad del mensaje para comunicar sus propias claves de decodificación, como debe ser leído el mensaje mediante su código citando las, si son pre existentes, o explicándolas, si son nuevas, de modo de garantizar al máximo la inmediatez de su registro se logra mediante la clara inscripción del mensaje en un código visual compartido compatible con los receptores”. Es por ello que esta categoría es importante a la hora de crear carteles (Tabla 8).

Tabla 8. Criterio cinco, Convencionalidad.

Año de publicación	Convencionalidad
2011	Se emplean elementos convencionales como las flores, las frutas y el colibrí. Mientras que los elementos disruptivos se encuentran en la forma compositiva con respecto a los carteles anteriores. Se trata de un collage en la silueta del colibrí que integra la diversidad de frutas y flores que se producen en la ciudad.
2012	Se emplean como elementos convencionales la mujer, la flor, las plantas y notas musicales, no presenta elementos disruptivos ya que todos son elementos conocidos por el receptor.
2013	El cartel emplea como elemento convencional la figura de la mariposa, sin embargo, su composición resulta disruptiva ya que integra diversas formas, colores e ilustraciones.
	Los elementos convencionales son las serpentinas, pero el elemento disruptivo es su forma, la cual es una síntesis de uno de los animales más característicos de la ciudad llamado jambato.
2015	El cartel incorpora elementos convencionales como las flores, frutas, edificaciones y el ave fénix. Sin embargo, el carácter disruptivo radica en la manera en que estos elementos fueron integrados compositivamente, las flores, frutas y edificaciones se disponen en forma de alas.
2016	El cartel incorpora elementos convencionales como el corazón y las serpentinas. No obstante, el rasgo disruptivo se manifiesta en la propuesta gráfica del corazón.
2017	El cartel utiliza elementos convencionales como notas musicales, figuras humanas, fuego y una flor. Sin embargo, lo disruptivo radica en su forma compositiva, ya que estos elementos se organizan de manera no tradicional que genera una ilustración que rompe con las estructuras visuales
2018	El cartel recurre a elementos convencionales como una manzana, un colibrí, una pareja bailando y una pera. No obstante, el aspecto disruptivo se encuentra en la composición de estos elementos, ya que todos se encuentran dentro de una silueta con forma de flor. Esta composición genera una imagen unificada y simbólica que se aleja de lo tradicional.
2019	El cartel contiene un elemento convencional, como lo es la flor, habitual en la iconografía de la festividad. Sin embargo, adquiere un carácter disruptivo debido al uso del color y su disposición formal, ya que se presenta con una apariencia similar a la de un mandala.

2020	Se emplean elementos convencionales como un reloj, el quinde, la catedral, un árbol, una nube, un aerogenerador y un ícono de Wi-Fi. Sin embargo, lo disruptivo reside en la forma en que estos elementos se integran dentro de la composición, creando una interacción visual novedosa.
2021	Se emplean elementos convencionales como las flores y el colibrí. Mientras que los elementos disruptivos se encuentran en la forma compositiva con respecto a los carteles anteriores, ya que se organizan formando la figura de un árbol de flores,
2022	El cartel incorpora como elemento convencional las flores. Sin embargo, el aspecto disruptivo reside en la fotografía utilizada de fondo, que fue tomada en un ambiente cerrado. Esta elección aporta una atmósfera íntima y poco habitual dentro del contexto visual de la festividad.
2023	El cartel incorpora elementos convencionales, como la imagen de la mujer y un monumento. No obstante, el aspecto disruptivo se manifiesta en la fotografía del monumento, la cual presenta entrecortes que fragmentan la imagen tradicional,
2024	El cartel incorpora elementos convencionales como las manos, flores, el reloj y el quinde, todos ellos representativos del imaginario visual de la festividad. Sin embargo, lo disruptivo radica en la composición.
2025	El cartel presenta elementos convencionales como mujeres, flores y monumentos, todos ellos recurrentes en la representación visual de la festividad. Lo disruptivo se encuentra en la técnica empleada para hacer la ilustración, el autor quiso que su cartel parezca realizado a mano.

Como resultado del análisis de esta categoría, se observa que la mayoría de los carteles hacen uso de elementos convencionales como flores, frutas, monumentos, animales y figuras femeninas los cuales responden a un imaginario visual asociado a lo que representa el nombre de la festividad en Ambato. No obstante, el aspecto disruptivo se manifiesta en la forma en que estos elementos son integrados compositivamente. A través de recursos visuales innovadores, los autores reorganizan estos símbolos tradicionales, generando propuestas gráficas originales que aportan nuevas lecturas y enriquecen el lenguaje visual de los afiches.

Un ejemplo es el cartel del año 2019, que contiene un elemento convencional, la flor, habitual en la iconografía de la festividad. Sin embargo, adquiere un carácter disruptivo debido al uso del color y su disposición formal, ya que se presenta con una apariencia similar a la de un mandala. Con una flor tipo mandala, el cartel logra una conexión visual vibrante (Figura 6).



Figura 6. Cartel oficial de la FFF del año 2019. Fuente. Comité Permanente de la Fiesta de las Frutas y de las Flores.

3.6 Estética

Para culminar, y como última categoría analizada, se aborda la estética. Según Chaves (1989a, 7), esta se refiere a “la capacidad del mensaje para constituir un hecho visual abstracto, con valores puramente formales, susceptible de gratificar consciente o inconscientemente a los receptores y favorecer así su aceptación como hecho estético válido” (Tabla 9).

Tabla 9. Criterio seis, Estética.

Año de publicación	Estética
2011	La técnica utilizada es el collage en digital y fotografías con elementos tradicionales como flores, frutas. El cartel tiene simetría en toda la composición. Los colores utilizados son: Rosado, rojo, amarillo, verde, negro Siendo el color fucsia el que resalta entre los otros colores del ave ya que lo encontramos en la tipografía y flores, el fondo blanco permite resaltar la figura y el texto. La tipografía utilizada es San serif de estilo contemporáneo.
2012	La técnica utilizada es la ilustración digital realizado en trazo. Los colores utilizados son: rojo, verde, amarillo, rosado, morado, celeste, los colores que resaltan son el rojo y verde los cuales representan a la provincia, el fondo blanco permite realzar la tipografía y las diferentes ilustraciones. La tipografía utilizada es San serif palo seco.
2013	La técnica utilizada es la ilustración digital, según el autor tomó como referencia el logo de Unilever para la realización de la ilustración principal. Utilizo la tendencia del 2013 la cual era usar fondo blanco y colores. Los colores utilizados son; rosado, celeste, verde, amarillo, morado, rojo, naranja. Las tipografías utilizadas son la sans serif (utilizada en la palabra Ambato) y decorativa (utilizada en el slogan).
2014	La técnica utilizada es la ilustración digital en vectores. Los colores utilizados fueron basados en los colores y frutas locales. Los colores utilizados son: morado, amarillo, naranja, celeste, negro, rosado, el fondo fue realizado en forma radial utilizando el color morado y negro. Las tipografías utilizadas son la script (utilizada en el slogan) y sans serif (en los distintos textos).
2015	Se utilizó la técnica de arabescos (patrones ornamentales abstractos) utilizado en forma de collage. Los colores utilizados son: morado, amarillo, naranja, celeste, negro, rosado, en tonos pastel, el fondo fue realizado con degradados del color verde y rosado en tonos pastel. Las tipografías utilizadas son: la decorativa (utilizada en la palabra Ambato) y sans serif (en los distintos textos).
2016	La ilustración principal se desarrolló con la técnica filigrana (técnica artesanal que consiste en crear decoraciones mediante finas tiras de papel que se enrollan y ensamblan). Los colores se utilizaron en base a las cartulinas que existían, azul, amarillo, verde, celeste, naranja, rojo. Las tipografías utilizadas fueron realizadas a mano y luego vectorizada utilizadas en la palabra siente y sans serif (usada para el resto de los textos).

2017	<p>La técnica utilizada es la ilustración digital en vectores. Los colores utilizados son: azul, verde, amarillo, naranja, morado, rojo, celeste. Utilizado en la palabra Ambato con un degradado de amarillo y naranja,</p> <p>seguida de la palabra fusión en verde y con un tamaño mucho más pequeño el resto del eslogan, la fecha con el degradado de amarillo y naranja y la palabra edición en verde. El fondo es un degradado de varios tonos de azul. Se usan dos tipografías, script y sans serif, la primera utilizada para la palabra Ambato y la segunda para el resto del eslogan, fecha, edición y nombre del evento, además se usan mayúsculas y minúsculas.</p>
2018	<p>La técnica utilizada es la ilustración digital en vectores. Los colores utilizados son verde, celeste, morado, café, rosado, naranja, blanco, negro, utilizados en la ilustración y en la tipografía de la palabra viva Ambato en forma de degradado. Fondo en color blanco. Las tipografías utilizadas son script y sans serif, la primera utilizada para el eslogan “viva Ambato” y la segunda para el resto de los textos como edición, nombre del festejo y fecha.</p>
2019	<p>La técnica utilizada es la ilustración digital en vectores. La jerarquía se marca por tamaños y colores, siendo la ilustración la que conlleva mayor jerarquía seguida de la edición y nombre de la fiesta las de mayor tamaño y diferente color, seguido del eslogan, hashtag y fecha con algunas palabras y número de distinto color y de menor tamaño. Los colores utilizados son azul, rojo, verde, celeste, morado, café, rosado, naranja, blanco, el fondo de color azul oscuro sin degradados. La tipografía utilizada es la Helvetica.</p>
2020	<p>La técnica utilizada es la ilustración en vectores. Los colores utilizados son morado, naranja, celeste, blanco, morado, el fondo es en forma radial con tonos en color azul y morado. Se usan dos tipos de tipografía palo seco y cursiva, script y sans serif, la primera se utiliza en la palabra fiesta y parte del eslogan “rescatando el pasado, construyendo el futuro”, mientras que la segunda se usa para el resto de los textos como edición, nombre del festejo, fecha y hashtag. Finalmente se hace uso de mayúsculas y minúsculas, además se puede observar el nombre de la autora en el costado derecho de manera vertical.</p>
2021	<p>La técnica utilizada es la ilustración en vectores. Los colores utilizados son amarillo, verde, rosado, rojo, azul, celeste. El fondo es de color blanco. Se usan dos tipos de tipografía palo seco y cursiva, script y sans serif, la primera se utiliza en la palabra fiesta y parte del eslogan “rescatando el pasado, construyendo el futuro”, mientras que la segunda se usa para el resto de los textos como edición, nombre del festejo, fecha y hashtag. Finalmente se hace uso de mayúsculas y</p>

2022	La técnica utilizada es la fotografía. Los colores utilizados son el blanco en las tipografías. La tipografía utilizada es sans serif para todos los textos como el eslogan “nos levantamos”, edición y fecha. Utilizando únicamente mayúsculas.
2023	La técnica utilizada es el collage. Los colores utilizados son; en el fondo el color amarillo y la tipografía en color naranja. La Tipografía, serif y sans serif, la primera usada para el nombre de la fiesta, en donde la palabra fiesta muestra florituras en su diseño, la segunda se usa para el eslogan “florecemos para el mundo”, edición y fecha. Uso de mayúsculas y minúsculas.
2024	La técnica utilizada es ilustración vectorial. Los colores utilizados, son naranja, amarillo, verde, rosado, celeste, morado. La tipografía es decorativa y sans serif, la primera utilizada en el eslogan y la segunda para el resto de los textos como edición, nombre de la fiesta, fecha y palabra Ambato del eslogan.
2025	La técnica utilizada es la ilustración digital. Se usa una tipografía realizada por el autor Christian Nuñez para el cartel y la línea gráfica. Fondo en color celeste y morado el cual hace referencia a los atardeceres de Ambato y a la Pachamama. Los colores utilizados en la ilustración son: amarillo, rosado, morado, plomo, blanco, café, celeste, negro, fucsia.

El análisis revela que los carteles de la Fiesta de la Fruta y de las Flores, entre 2011 y 2025, muestran una evolución significativa en el manejo de recursos estéticos. Las paletas de colores pastel, neón o saturados, degradados y efectos de luz. El uso del color se constituye como un recurso central para establecer jerarquías visuales, transmitir emociones y resaltar los elementos más importantes de la composición.

Las tipografías, mayoritariamente *sans serif* y decorativas, complementan esta construcción visual y contribuyen a la legibilidad del mensaje. Asimismo, se nota un cuidado particular en la organización espacial y jerárquica, aspecto fundamental para la claridad y atractivo formal del cartel.

Se observa una diversidad de técnicas –como ilustración digital, *collage*, fotografía y vectores– que evidencian la intención de enriquecer la experiencia visual del receptor. Es decir, en el diseño de algunos carteles se utilizan modelos o enfoques visuales de carácter más pasajero; por ejemplo, el estilo *flat* o *semi flat*, la composición en filigrana, etc. Por ejemplo, el cartel de 2023 utiliza la técnica del *collage*. El fondo es amarillo y la tipografía naranja, combinando *serif* y *sans serif*: la primera se aplica al nombre de la fiesta, incorporando florituras y curvas que imitan el estilo *Art Nouveau*, mientras que la segunda se usa para el eslogan “Florecemos para el mundo”, la edición y la fecha. La combinación de mayúsculas y minúsculas refuerza la jerarquía textual. El cartel capta la atención mediante la imagen de una mujer decorada con flores sobre el fondo amarillo, transmitiendo orgullo y renovación. La información es clara y

persuasiva; la identidad se mantiene sin marcas externas, y se introduce un elemento innovador mediante el montaje de varias imágenes y el corte visual del monumento. En conjunto, la pieza exhibe una estética llamativa, con un juego tipográfico, curvas *Art Nouveau* y un fondo enérgico que potencian su impacto visual (Figura 7).



Figura 7. Cartel oficial de la FFF del año 2023. Fuente: Comité Permanente de la Fiesta de las Frutas y de las Flores.

Este análisis, fundamentado en la sugestiva teoría del cartel de Norberto Chaves (1989a y 1989b), dio como resultado que los carteles que cumplen con las seis categorías corresponden a las ediciones de los años 2011, 2014, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2022, 2023, 2024 y 2025.

En el cartel correspondiente a la edición 2021 se identificó la omisión del año de emisión, una ausencia que también se presenta en los carteles de 2011 y 2015. Este dato, aparentemente menor, impide situar históricamente la pieza dentro del contexto festivo al que pertenece. De acuerdo con Chaves (1989a y 1989b), uno de los principios esenciales del cartel es informar con claridad sobre el evento que representa. En consecuencia, no hacer constancia explícita de la edición a la que pertenece constituye una falla en la construcción de la identidad visual, afectando su función como medio de comunicación y como archivo cultural.

Tal y como han señalado Eguizábal (2014) y Martín et al. (2021), el cartel no sólo cumple una función promocional, sino que se constituye como un documento visual de primer orden que permite comprender los periodos históricos y sociales que representa. Adicionalmente, el cartel de 2012 evidenció la ausencia de un contacto pregnante, es decir, de un elemento visual de alto impacto capaz de captar la atención del observador en los primeros segundos, aspecto fundamental en una pieza gráfica destinada a la difusión masiva (Glaser, 1981). La carencia de este recurso disminuye su capacidad persuasiva, dificultando el cumplimiento de su propósito principal.

Según Paredes et al. (2022), el 75% de los turistas que llegan a la provincia de Tungurahua desconocen que el origen de la festividad surge de un terremoto. En cambio, el 25% reconoce esta conexión histórica. El hallazgo de esta investigación complementa esta observación, y es plausible concluir que esta carencia se debe a que los carteles que representan la festividad no hacen referencia explícita a este aspecto. En efecto, la mayoría de los carteles no hacen referencia al terremoto que dio origen a la Fiesta de la Fruta y de las Flores, salvo en las ediciones correspondientes a los años 2020 y 2025.

De acuerdo con los resultados de algunos autores (Lascano et al., 2018), la publicidad relacionada con la FFF podría fortalecerse mediante mensajes más comprometidos con los orígenes y privilegiar elementos identitarios que pocas veces son representados. El aporte fundamental a este resultado demuestra que algunos autores indagan e investigan acerca del origen de la celebración, pero en la mayoría de carteles estos elementos son escasamente representados. Es por esta razón que sus elementos identitarios pierden relevancia recurriendo a objetos comunes como las flores, frutas y monumentos.

Según Pinos (2024), al analizar los carteles se evidenció que los resultados en cuanto al valor cultural son favorables al momento de su aplicación en aspectos como la tipografía, ilustraciones y composición, entre otros. Al realizar el análisis se constató que, si bien los carteles contienen elementos culturales, la mayoría se limita a plasmar el nombre de la festividad dejando de lado la representación integral de su historia, la riqueza cultural y haciendo caso omiso a la comunidad que respalda la fiesta.

El análisis de los carteles oficiales de la Fiesta de la Fruta y de las flores permitió identificar elementos significativos en la aplicación del diseño gráfico derivado del análisis de las categorías propuestas por Norberto Chávez en el año 1989. La implementación de técnicas como la ilustración digital, *collage* y fotografía refleja la búsqueda de los autores por enriquecer la experiencia estética y comunicativa, al mismo tiempo que incorpora referencias culturales locales en la composición de los afiches. En este sentido, los aportes de Diana Flores (2022) resultan especialmente relevantes, ya que su investigación de los carros alegóricos demuestra cómo el diseño industrial y la producción artesanal se combinan para generar representaciones simbólicas de la cultura local. Flores identifica símbolos: el ambateño industrial, fantasía, teatralidad, triunfo de la naturaleza e innovación material que también puede observarse en parte en la iconografía y composición de los carteles oficiales. Al igual que en los carros alegóricos, los carteles reflejan un proceso colectivo, donde los autores, artesanos y el Comité Permanente colaboran en la definición de elementos gráficos, incorporando adaptaciones a la propuesta.

La convencionalidad y la estética muestran un equilibrio entre tradición y experimentación: los elementos simbólicos habituales son representados mediante composiciones, juegos tipográficos y paletas cromáticas expresivas, como se observa en los carteles de 2019 y 2023. Este enfoque evidencia que tanto los carteles como otros elementos de la fiesta funcionan como herramientas de memoria colectiva y de construcción de identidad, reforzando la riqueza cultural y la continuidad de la tradición visual de la festividad.

Además, resulta pertinente considerar que los símbolos utilizados en la comunicación visual pueden funcionar de manera efectiva aun cuando carecen de significados culturales profundos. Como señalan estudios recientes sobre comunicación visual (Drumeva, 2025), la selección y combinación de símbolos simples sintetizar ideas complejas y generan narrativas visuales coherentes. La intuición y la creatividad del autor es esencial para transformar conceptos amplios en representaciones complejas, mientras que el espectador completa el proceso interpretativo, estableciendo conexiones asociativas entre elementos visuales y otorgando múltiples capas de significados. Este enfoque completa los hallazgos de Pinos (2024) y Flores (2022), al evidenciar que los carteles no sólo comunican información directa, sino que también facilitan un diálogo simbólico y estético que enriquece la experiencia cultural de la festividad.

La principal limitación de este estudio radica en el acceso parcial a información directa sobre los procesos creativos de algunos autores. Si bien se consideraron entrevistas previas realizadas por Karen Pinos (2024) y las entrevistas realizadas para esta investigación, esto condicionó el nivel de profundidad en algunos análisis. Adicionalmente, el estudio se centró exclusivamente en el análisis del cartel desde las categorías propuestas por Norberto Chaves (1989a y 1989b), por lo que no se incluyeron elementos de recepción u otro tipo de análisis que podría complementar los hallazgos desde una perspectiva comunicacional.

4. Conclusiones

El análisis de los carteles oficiales de la Fiesta de la Fruta y de las Flores entre los años 2011 y 2025 evidencian una evolución significativa en técnicas gráficas, como ilustración digital, collage, vectores y fotografía, junto con un uso estratégico de color y tipografía que fortalece la jerarquía visual, la legibilidad y la experiencia estética del espectador. Aunque la mayoría de los carteles incorporan elementos culturales y referentes locales, se identifican deficiencias en la representación histórica y documental. Sin embargo, los símbolos presentes, tanto culturales como neutros, generan narrativas visuales complejas. En conjunto, los carteles funcionan como herramientas de comunicación, documentos de época para la memoria colectiva y construcción de la identidad, a la vez que se sugiere reforzar y variar los elementos históricos y simbólicos que refuerzan el valor cultural y estético.

Referencias bibliográficas

- Chaves, N. (1989a). Pequeña teoría del cartel. *Revista tipoGráfica: comunicación para diseñadores*, 7, 6-7.
- Chaves, N. (1989b). Pequeña teoría del cartel (II). *Revista tipoGráfica: comunicación para diseñadores*, 8, 4-7.
- Checa, A. (2015). *El cartel. Dos siglos de publicidad y propaganda*. Sevilla: Advoock Editorial.
- Drumeva, K., (2025). Graphic Design: a means of communication through symbols. *Convergencias. Revista de Investigación y Educación en Artes*, 35, 27-38. <https://doi.org/10.53681/c1514225187514391s.35.333>
- Eguizábal, R. (2014). *El cartel en España*. Madrid: Cátedra.
- Flores, D. (2024). *El diseño en la producción artesanal. Representaciones y significados de los carros alegóricos de la Fiesta de la Fruta y de las Flores en Ambato*. Tesis Doctoral. Universidad de Palermo, Argentina.
- Fiesta de la Fruta y de las Flores. (s. f.). *Historia*. Web oficial de las fiestas de Ambato. Rescatado de: <https://fiestasdeambato.com/historia/>
- James, G. (2023). *Introducción a Ecuador*. Gilad James Mystery School. Rescatado de: <https://acortar.link/Fvez2F>
- Lascano, A., Castillo, E., Mena, D., & Vayas, E. (2018). La Fiesta de la fruta y las flores en el escenario local de Ambato: análisis de la comunicación publicitaria (2012-2017). *URBS. Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales*, 8 (1), 61-77.
- Lupton, E., & Phillips, J. C. (2016) *Diseño gráfico. Nuevos fundamentos*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Municipio de Ambato. (2025). *Ambato celebra el éxito rotundo de las Fiestas de la Fruta y de las Flores 2025*. Web oficial de Ambato. Rescatado de: <https://surl.li/erslpm>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2023). *El Ministerio de Turismo estuvo presente en la Fiesta de la Fruta y de las Flores*. Web oficial de la República del Ecuador. Rescatado de: <https://surl.li/qpsqxp>
- Ramos, M., & Chávez, H. (2023). Turismo de bienestar como técnica de fidelización para atractivos turísticos: caso Tungurahua, Ecuador. *Revista Uniandes Episteme*, 10 (3), 392-403.
- Rodrigo, L., Rodrigo, I., & Muñoz, D. (2021). El cartel como documento publicitario en el primer tercio del siglo XX. Análisis del consumo, la sociedad y la cultura a través de la colección de carteles publicitarios de Carulla. *Documentación de Ciencias de la Información*, 44 (2), 221-229. <https://doi.org/10.5209/dcin.73938>
- Oviedo, F., Solórzano, Á., & López, M. (2023). Estado del arte. Manifestaciones Culturales Populares en Ecuador. *Dominio de las ciencias*, 9 (2), 2495-2516.
- Palate, J., Jerez, B., & Ballesteros, L. (2023). Estrategias de marketing digital e indicadores económicos necesarios para la reactivación del sector turístico de la provincia de Tungurahua. Pacha. *Revista de Estudios Contemporáneos del Sur Global*, 4 (10), 1-21. <https://doi.org/10.46652/pacha.v4i10.164>
- Paredes, Á., Paz, E., & Caizabanda, E. (2022). Impacto turístico de la fiesta de la fruta y de las flores de Ambato, Ecuador. *Cienciamatria*, 8 (3), 388-399. <https://doi.org/10.35381/cm.v8i3.766>
- Parlamento Andino. (2019). *Resolución No. 27. Declaratoria de la Fiesta de la Fruta y de las Flores como referente cultural y patrimonio inmaterial de la región andina*. Web de la Biblioteca Digital del Parlamento Andino. Rescatado de: <https://surl.li/dvttbf>
- Pereira, J. (2009). *La fiesta popular tradicional del Ecuador*. Quito: Fondo Editorial Ministerio de Cultura.

Pinos, K. (2024). *Análisis del cartel promocional de la Fiesta de las Flores y Frutas, durante el periodo 1990-2024, en la ciudad de Ambato*. Trabajo de Grado. Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. Rescatado de: <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/42723>

Vera, E., & Aguas, W. (2025). Análisis comparativo del turismo en Ecuador. Impacto y tendencias entre 2023 y 2024. *Revista Científica Élite*, 7 (1), 1-13. <https://doi.org/10.69603/itsqmet.vol7.n1.2025.93>

Reseñas curriculares

Vilma Lucía Naranjo Huera es diseñadora gráfica por la Universidad Tecnológica Israel y Magíster en Dirección de Comunicación Corporativa por la Universidad de las Américas. Docente investigadora en la Universidad Técnica de Cotopaxi, ha desarrollado proyectos vinculados al diseño con enfoque en identidad cultural, patrimonio visual y comunicación estratégica. Su trabajo integra saberes ancestrales con metodologías contemporáneas del diseño, promoviendo la revalorización del arte local.

Karen Esther Flores Zúñiga es Licenciada en Diseño Gráfico por la Universidad Técnica de Cotopaxi (2025). Se ha especializado en la creación de marcas, publicidad y gestión de redes sociales. Su trabajo destaca por el uso de vectores y fotomontajes que fortalecen la identidad visual de cada proyecto, buscando siempre conectar emocionalmente con el público.

Declaraciones:

- Los autores declaran que, en la elaboración del presente artículo, no se ha utilizado herramientas de inteligencia artificial.
- Los autores declaran la contribución y participación equitativa de roles de autoría para esta publicación.



Imagen: Ashley Aviles