

Comunicar Visualmente El Diseño Gráfico de la Marca

Daniel Raposo Ed. Experimenta Editorial, Madrid, 2020



Daniel Raposo (Ed.)



Joan Costa



Francisco Providência



Eduardo Herrera



Leire Fernández



Albert Culleré



Emilio Gil



Fernando Oliveira



Félix Beltrán



Bruno Maag

Diez expertos se han unido en el libro *Comunicar Visualmente: El Diseño Gráfico de la Marca* para exponer sus ideas y reflexiones en torno al diseño gráfico de marcas.

Todos ellos son reconocidos diseñadores, profesores e investigadores, con una dilatada experiencia en el diseño de marcas: marcas país, marcas locales, bancos, ONG's, partidos políticos, asociaciones, entidades gubernamentales, instituciones culturales, aeropuertos internacionales, organizaciones sociales, juegos olímpicos, telefonía y servicios, entre otras. Cómo comunicamos visualmente y cómo las marcas constituyen formas de interacción cultural y social son la base del libro coordinado por Daniel Raposo, y donde colaboran Joan Costa, Emilio Gil, Albert Culleré, Eduardo Herrera y Leire Fernández, desde España; Francisco Providência y Fernando Oliveira, desde Portugal; Félix Beltrán, desde México; y Bruno Maag, desde Reino Unido.

Esta obra facilita una visión holística y humanista original cuando nos referimos a marcas o a marcas gráficas, estableciendo siempre la relación entre teoría y práctica a través de casos reales. La marca es abordada desde la perspectiva de la comunicación, del diseño, del universo simbólico, de la cultura, de la estética, de la percepción visual y de la gestión. Cada uno de sus capítulos corresponde a un ensayo inscrito en una lógica secuencial para explicar las relaciones entre comunicación visual, diseño y marca, consideradas como un fenómeno social, cultural y simbólico, particularmente en contextos en los cuales impacta en la vida de las personas.

Este libro ha merecido la atención, y la recomendación de su lectura, de importantes pensadores como Alain Findeli, Jorge Frascara, Alina Wheeler y Carlos Rosa.

