

COMMUNICATING VISUALLY

The graphic design of the brand



Daniel Raposo (Ed.)



Joan Costa



Francisco Providência



Eduardo Herrera



Leire Fernández



Albert Culleré



Emilio Gil



Fernando Oliveira



Félix Beltrán



Bruno Maag

Presentación del libro: *Communicating Visually: The Graphic Design of the Brand* (Comunicar Visualmente: El Diseño Gráfico de la Marca)

Diez expertos se han unido en el libro *Communicating Visually: The Graphic Design of the Brand* 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.

El libro, editado por Cambridge Scholars Publishing (Reino Unido), ya está a la venta en todo el mundo, con una rebaja del 50% durante el mes de septiembre en la web de la editorial. Se puede adquirir tanto en librerías y distribuidores internacionales (incluyendo Amazon, Blackwell,

Baker & Taylor, YBP, Ingram), como a través de asociados de distribución en importantes territorios geográficos como EE.UU., China, India y Medio Oriente.

Esta obra permite que el lector tenga 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.

[Leer capítulo del libro ->](#)

¿CÓMO COMPRAR EL LIBRO?

Cambridge Scholars Publishing

<http://www.cambridgescholars.com/communicating-visually>

Amazon

<https://www.amazon.es/Daniel-Raposo/e/B079HBD7PL>

MÁS INFORMACIÓN

Daniel Raposo

<http://www.danielraposo.com/es>

draposo@ipcb.pt

<http://www.cambridgescholars.com/communicating-visually>

<https://www.amazon.es/Daniel-Raposo/e/B079HBD7PL>

Matthew Scott

Assistant Publisher – Cambridge Scholars Publishing

Web: www.cambridgescholars.com

Email: matthew.scott@cambridgescholars.com

Social Media: [Twitter](#)[Facebook](#)[LinkedIn](#)[Blog](#)