

Nuevo 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.

¿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](#)