

BRAND



Seducir y emocionar.

Reflexionando sobre el diseño y la gestión de marca

En esta sección de la revista Ñawi pueden encontrarse trabajos de investigación que abordan diversas cuestiones fundamentales relacionadas con el diseño y la gestión de marcas. Se reflexiona sobre la utilización de los múltiples elementos visuales que intervienen a la hora de construir mensajes capaces de transmitir valores, significados y emociones. También se examinan las estrategias a través de las cuales se comunica una identidad de marca. En esta ocasión, tendremos la oportunidad de leer un interesantísimo trabajo centrado en el análisis gráfico de los carteles publicitarios de cierta fiesta popular ecuatoriana, poniéndose en valor los vínculos que pueden darse entre diseño gráfico, comunicación visual e identidad cultural.

Lidia Navas Guzmán, Ph.D.

Seduce and excite. Reflecting on design and brand management

This section of the Ñawi journal features research papers that address fundamental issues in brand design and management. It reflects on the use of multiple visual elements involved in constructing messages capable of conveying values, meanings, and emotions. It also examines the strategies through which brand identity is communicated. On this occasion, we will have the opportunity to read a fascinating piece focused on the graphic analysis of advertising posters for a certain popular Ecuadorian festival, highlighting the links that can exist between graphic design, visual communication, and cultural identity.

Lidia Navas Guzmán, Ph.D.



Imagen: Adriana Zúñiga