

**Fecha de
publicación:**
15/02/2004

Sello Editorial:
Ediciones Paidós

Contacto de prensa

Nombre: Paloma
Cordón

Teléfono: 93 492 86
33

Email:
pcordon@planeta.es

La imagen de marca

Joan Costa

La imagen de marca

La imagen de marca aborda, por primera vez y con una visión global, la fenomenología de la marca, tratada desde la perspectiva del diseño, la sociología y la estrategia de comunicación. Una marca vale por lo que significa. Por tanto, la auténtica dimensión de la marca no es ella misma sino su imagen, bien instalada en el imaginario social. En este libro se analizan los elementos que configuran el sistema comunicativo de la marca, desde el producto/servicio/empresa hasta aquellos que generalmente son ignorados. Y se revela el nuevo paradigma comunicacional que integra las técnicas del naming y del diseño gráfico, industrial y arquitectónico, los mass media, los micro media y la comunicación interpersonal en una nueva fusión que el autor llama inter media. El libro arranca con los orígenes de la marca comercial en la Antigüedad y examina sus sucesivos avatares en la Edad Media, la libertad de mercado en el siglo XVII, la edad de oro de la publicidad y la Bauhaus y, su cuarto y último renacer en nuestra era de la comunicación, el diseño y la "nueva economía". El libro incluye casos como Pirelli Zero, donde la empresa pasa del mundo de los neumáticos al de la indumentaria, y Séphora Blanc, la última aventura creativa del grupo de marcas de lujo LVMH.

Joan Costa