



Imagen: Rodrigo Carrillo

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 ciertas 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 y emociones. También se examina la manera en que se comunica una identidad de marca a través de diferentes canales. En esta ocasión, tendremos la oportunidad de leer dos interesantes artículos. En uno de ellos, se propone un análisis de las diferentes estrategias tipográficas a través de las cuales puede generarse una personalidad de marca, en diversos sectores industriales. Y, en un segundo trabajo, se reflexiona sobre la forma de construir una identidad gráfica que sirva para generar una marca vinculada, en este caso, a una ciudad.

Lidia Navas Guzmán, Ph.D.

Seduce and excite.

Reflecting on design and brand management

In this section of the *Ñawi* journal, you can find research papers that address certain fundamental issues related to the design and management of brands. It reflects on the use of the multiple visual elements involved in constructing messages capable of transmitting values and emotions. It also examines the way in which brand identity is communicated through different channels. On this occasion, we will have the opportunity to read two interesting articles. In one of them, an analysis of the different typographic strategies through which a brand personality can be generated in different industrial sectors is proposed. The second article reflects on how to build a graphic identity that can be used to generate a brand linked, in this case, to a city.

Lidia Navas Guzmán, Ph.D.



Imagen: generada con IA