Chaves, Norberto
La marca-país en América Latina

Editorial:	La Crujía
Ciudad:	Buenos Aires
Año:	2011
Páginas:	108
ISBN:	978-987-601-135-8
Precio:	16 €

9 789876 011358

A pesar de la ya larga tradición profesional en el diseño de marcas gráficas corporativas, el panorama internacional muestra cierta desorientación en la comprensión de este género de la comunicación, sus funciones y limitaciones. Esta desorientación se multiplica en el caso del género, más reciente, de la marca-país. El presente trabajo intenta aportar claridad en ambos niveles. Y aplica las conclusiones a la auditoria gráfica de un universo de veinte marcas-país latinoamericanas; trabajo realizado a partir de la dirección de un curso de tesis de grado en diseño gráfico de la Universidad Casa Grande, en Guayaquil, Ecuador.
Norberto Chávez se desempeña profesionalmente en el ámbito de la comunicación institucional como asesor y director de programas de identificación para entidades de todo tipo, desde instituciones públicas hasta cadenas de consumo masivo, en España y la Argentina. Su actividad docente y su producción literaria están relacionadas, por un lado, con su experiencia profesional (*La imagen corporativa*, *MARCA, los significados de un signo identificador* y *La marca corporativa*, este último escrito junto a Raúl Belluccia) y, por otro lado, con su vocación crítica en lo social y lo cultural (*El oficio de diseñar*,*El diseño invisible*). Desde 2004 investiga la temática del diseño de la marca-país y dirige tesis de grado en ese campo.