

48. Branislav Pantovic (2010)

Serbia multicultural diseñada para el mundo”. Claves para la imagen que representará a la nación Serbia

Introducción. ¿A quién podría interesarle esta tesis? Esta tesis, como resultado de los estudios realizados para la Maestría en diseño, cursada en la Universidad de Palermo, en la Ciudad de Buenos Aires, Argentina, focalizada en el *management*, puede ser de interés, en primer lugar, para las autoridades gubernamentales serbias, quienes serán los destinatarios del proyecto desarrollado. Este trabajo podría ser de utilidad, como referente en proyectos de desarrollo de la identidad cultural de la Nación, donde sea necesaria una estrategia de imagen del país para su promoción y competitividad.

Del mismo modo puede ser de utilidad para los gobiernos y autoridades de otros países, que estén interesados en interrelacionarse con Serbia.

Asimismo este trabajo puede considerarse de interés para personas de cualquier nacionalidad, que estén deseosas de indagar en la cultura e historia de Serbia; las personas que estén interesadas en conocer el punto de vista de un nativo de Serbia, así como las que deseen interiorizarse en la problemática y las posibilidades de subsistencia e integración del país, dentro de la cultura y la economía global. A continuación detallaremos los objetivos generales de este estudio que consta de tres puntos: el análisis, la aplicación del conocimiento en el diseño y por último la aplicación del estudio en la política de comunicación a nivel gubernamental.

- El primer objetivo será el de analizar la complejidad cultural que habita dentro de los límites de la actual Serbia. Analizar sus atributos y complejidades, para intentar definirla y entender su conformación como país multicultural.

- El segundo objetivo será, utilizar todo el conocimiento recabado en este estudio y aplicarlo en el diseño para la promoción, que intente reflejar una identidad nacional que identifique a Serbia ante el mundo. El diseño creado a

Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación N°46



ISSN: 1668-0227

Maestría en Diseño
de la Universidad de
Palermo [Catálogo de
Tesis. 3ª Edición.
Ciclo 2010-2011]

Año XIV, Vol. 46, Diciembre 2013,
Buenos Aires, Argentina | 181 páginas

[descargar PDF](#)

[ver índice de la publicación](#)

[Ver todos los libros de la publicación](#)

[compartir en Facebook](#)



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](#)

partir del análisis histórico, cultural y teórico intentará ser representativo de la idiosincrasia y la cultura serbia, integrando su característica multicultural para la inserción global.

- En términos generales el tercer objetivo apunta a la aplicación de este estudio en la política de comunicación, para que favorezca la promoción y el desarrollo de la economía, mediante el intercambio de productos y/o servicios, fomentando de esta forma, la cooperación con el exterior y generando un reconocimiento del potencial del país en el mundo. Posibles aplicaciones de los objetivos: - A través de este trabajo, se pretende fijar un precedente respecto a un profundo análisis de la identidad serbia para, de esta forma, ofrecer un material de consulta que sea utilizado en proyectos de comunicación, promoción y desarrollo de productos por parte de empresas y entes gubernamentales, quienes podrían realizar más efectivamente promociones y futuros proyectos de comunicación social, cultural y empresarial.

- Podría ser utilizado por el gobierno serbio para ser aplicado en proyectos de promoción cultural del país, en el contexto de las relaciones internacionales. Para lograr los objetivos propuestos por esta tesis, en el primer capítulo analizaremos los conceptos de "cultura" y "globalización" y veremos cómo se vinculan entre sí, cómo pueden ser aplicados al desarrollo y consolidación de la comunicación de la identidad serbia. Analizaremos, en el segundo capítulo, el concepto de "imagen" y otras experiencias previas realizadas para la definición de la identidad cultural a través del diseño y marketing. También estudiaremos un caso publicitario a partir del análisis semiótico. En el tercer capítulo, ofreceremos un breve panorama general histórico del territorio que hoy ocupa el país, atravesando sus etapas y finalmente el proceso de la conformación actual de la nación. Esta parte de la tesis no pretende ser un trabajo historiográfico, sino que, en la revisión histórica, busca destacar los aportes de las diferentes culturas que han pisado la región dejando marcas imborrables en los habitantes, moldeando sus vidas, creencias y sus costumbres. Por último, en el cuarto capítulo, retomando la problemática cultural, generaremos una propuesta propia y nueva de gerenciamiento de diseño que cumpla con los tres objetivos mencionados anteriormente, para luego proponer la creación de un organismo gubernamental, cuyas funciones serian las de desarrollar y promover proyectos que consoliden una política de comunicación a nivel nacional e internacional.

48. Branislav Pantovic (2010) fue publicado de la página 28 a página29 en Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación N°46