

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN SOBRE EL DISEÑO DIGITAL EDITORIAL ONLINE, LA PLATA, 2016

Ramiro Silva – Julio César Naranja
Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Bellas Artes

Resumen

Diagnóstico: La investigación planteó el desafío de generar una identidad que agrupa temáticas muy diversas, con estéticas muy variadas y la representación de conceptos teóricos abstractos.

Estrategia: Agrupar la diversidad estética tras un “concepto único” que las trascienda y que se encuentre en la totalidad del texto: el de la comparación entre el diseño editorial convencional y el diseño editorial digital, que se representa mediante una serie de dicotomías, elementos estéticos contrapuestos complementados, por un lado por el grafito sobre el papel, la línea en un espacio tridimensional y, por otro lado, el pixel en la pantalla, en un espacio bidimensional.

Como resultado final se diseñó un libro (impreso y digital) con el contenido de toda la investigación y para su difusión, una página web, afiches, volantes y folletos.

Palabras clave

Diseño editorial – Hipertexto – Web – Libro

Proyecto de investigación sobre el diseño digital editorial online.

Problemática.

La investigación planteó el desafío de generar una identidad que agrupa temáticas muy diversas, con estéticas muy variadas, y la representación de conceptos teóricos abstractos.

Estrategia.

Agrupar la diversidad estética tras un "concepto único" que las trascienda y que se encuentre en la totalidad del texto, el de la comparación entre el diseño editorial convencional y el diseño editorial digital, que se representa mediante una serie de dicotomías, elementos estéticos contrapuestos complementados, por un lado el gráfico sobre el papel, la línea en un espacio tridimensional, y por otro lado el pixel en la pantalla, en un espacio bidimensional.

Identidad

La marca de la investigación D.D.E.O.:

La marca de la investigación posee un doble significado: una dicotomía entre lo gráfico y lo digital.

El portafolio de colores, por un lado, de la representación de la gráfica y el mundo físico como algo bidimensional, complementado otro por el mundo digital y virtual como un mundo tridimensional "hipertextual" a través del cual se genera que se complete mediante el diseño, por otro lado el concepto "pixel" se vincula con el elemento gráfico de la imagen digital en pixel y se sugiere el diseño de sentido de la marca digital y tridimensional.



Asociación de elementos

El logotipo se construye con los elementos gráficos de la marca de la investigación, que se agrupan en un espacio tridimensional y se vinculan con el mundo digital y virtual.

El logotipo se construye con los elementos gráficos de la marca de la investigación, que se agrupan en un espacio tridimensional y se vinculan con el mundo digital y virtual.



Difusión - Afiches, Volantes, Folletos



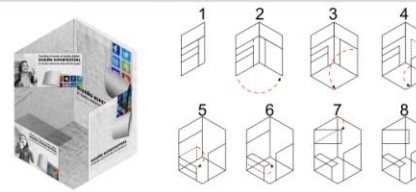
Editorial



Digital



Stand - portatil plegable



Taller de Diseño en Comunicación Visual 2 a 5 D
Prof. Titular: DCV Julio César Naranja | Prof. Adjunto: DCV Iván Velázquez
Auxiliares docentes: DCV M. Gabriela López | DCV Emmanuel Tarelli

ALUMNO: Ramiro Ariel Silva

facultad de bellas artes

