



El diseño como storytelling

Un libro de Ellen Lupton

Editorial Editorial GG

El buen diseño, como el buen storytelling, da vida a las ideas. Pero ¿conocemos bien los profesionales del diseño los mecanismos narrativos que hacen que nuestros diseños estén vivos? ¿Es posible que ya estemos utilizando algunos de ellos sin saberlo? ¿Qué otras técnicas pueden proporcionarnos las herramientas del storytelling para que el resultado de nuestro trabajo apunte directamente al corazón de sus usuarios? Este libro es, precisamente, una guía de recursos y estrategias para aprender a aplicar las técnicas propias de la narración en la creación de gráficos, productos, servicios y experiencias. Al planificar el diseño de una aplicación digital o de una publicación rica en datos, los diseñadores están invitando al usuario a adentrarse y explorar un escenario. El diseño editorial, de branding o de atractivos e intrigantes espacios comerciales emplea estrategias de comunicación que orientan y acompañan al usuario en un viaje transformador. Con este libro, Ellen Lupton consigue descubrirnos estas dinámicas y el funcionamiento de la percepción visual desde un punto de vista narrativo. A partir de decenas de herramientas y conceptos explicados de una manera viva y visual, ayudará a cualquier profesional del diseño a comprender, jugar y amplificar el poder narrativo de su trabajo. Acto 1. Acción > Descubre los patrones narrativos que sostienen las historias, como el arco narrativo o el viaje del héroe, y aprende a aplicarlos en la relación que los usuarios establecen con productos y servicios. Acto 2. Emoción > Comprende el vínculo del diseño con nuestros sentimientos y estados de ánimo. El viaje emocional de un usuario puede ir de la irritación al gozo y tú puedes acompañar ese viaje. Acto 3. Sensación > Conoce la importancia de la percepción y la cognición, procesos activos y transformadores clave. Explora los estímulos inspirados en los principios de la psicología Gestalt o el concepto de affordance. Secuelas > ¿Tu proyecto ilustra bien una acción? ¿Incluye una llamada a la acción? ¿Has desarrollado la empatía con los potenciales usuarios? ¿Animas al usuario a implicarse de una forma activa y creativa? ¡Te daremos herramientas para conseguirlo!

Traducción: Álvaro Marcos Lantero
16,5 x 21,5 cm, 160 páginas, Rústica
Idioma/s: Español

2019 (1ª edición, 2ª tirada)

ISBN/EAN: 9788425231865

Precio s/IVA: 19,13 €

Precio c/IVA: 19,90 €

Comentario publicitario sobre: