



El diseño editorial se encarga de organizar y jerarquizar la información para que la lectura de ésta sea más sencilla y con la mayor memorización posible. Aunque el diseño impreso y el digital tienen el mismo objetivo, poseen una estructura totalmente distinta, la cual es recomendable diferenciar una entre la otra.

DIGITAL

IMPRESO

PÚBLICO:

Usualmente es más joven y con afinidad a la tecnología



Personas con mayor edad, resistencia a la tecnología o sin acceso a internet o que les gusta una "experiencia tangible"



VISUALIZACIÓN:

Visualmente atractivo para capturar la atención y retenerlo más tiempo

Aa



Captar la atención con fragmentos de la información que se presentará



DISTRIBUCIÓN:

Cajas de información cargadas en una zona de la pantalla, publicidad mezclada con el contenido



Cajas de información bien estructuradas y delimitadas, publicidad no invasiva



MODIFICABLE:

Sí existiese algún error, es posible cambiarlo o realizar alguna corrección



Es imposible modificar algo una vez que está impreso



INTERACTIVIDAD:

La interacción es fundamental para que el lector permanezca, existe la retroalimentación



Los comentarios o retroalimentación no es posible, permanece estático



TAMAÑO:

La extensión es prácticamente infinita



Tiene límite de espacio, en tanto a distribución del contenido, como la extensión



COLORES:

Se utiliza el sistema RGB para dar color a la pantalla



Los colores del sistema CMYK se combinan para crear la gama de tonalidades



TIPOGRAFÍA:

Aa

Se permite infinidad de fuentes en distintos tamaños o formatos, aunque se debe cuidar no usar un color que lastime la vista



Limitada a fuentes legibles, inconfundibles y fáciles de leer



Aa