

PROCESO DE DISEÑO TRIPTICO/CARTEL



NOMBRE DEL ALUMNO: VALERIA IVONNE LOPEZ SUAREZ.

DOCENTE: MARIA EUGENIA PEDRUEZA CANO.

LICENCIATURA: DISEÑO GRAFICO.

MATERIA: DISEÑO GRÁFICO.

FECHA DE ENTREGA: 05 JULIO 2025.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Creación de un folleto de promoción para la presentación del libro Diseñar para aprender y display 3D promocional.

INVESTIGACIÓN

En el contexto de eventos culturales y académicos, como la presentación de un libro, el material promocional cumple un papel crucial. Elementos como los folletos y los displays tridimensionales no solo comunican información, sino que generan identidad visual, captan la atención del público y refuerzan el mensaje editorial.

2. El folleto promocional: función y estructura

Objetivo

El folleto funciona como una herramienta de comunicación impresa que informa sobre la presentación del libro, el contenido de la obra y la identidad del autor y

editorial. Debe ser funcional, claro, estético y coherente con el diseño editorial del libro.

Formato ideal

- Tríptico (dobletes tipo acordeón o envolvente)
- Tamaño carta (plegado)
- Impresión en papel mate o reciclado para una imagen profesional

Contenido recomendado

1. Portada del folleto:
 - Título del libro
 - Imagen de portada
 - Nombre de la autora y editorial
2. Interior:
 - Índice del programa del evento
 - Sinopsis del libro
 - Biografía breve de la autora
 - Frases destacadas o testimonios
 - Frase del lema editorial (ej. “Tinta que transforma”)
3. Contraportada:
 - Redes sociales y contacto de la editorial
 - Códigos QR para acceder al eBook o video promocional
 - Agradecimientos o patrocinadores

Diseño visual

- Debe respetar la paleta cromática del libro (verde, pasteles, cítricos)
- Uso de elementos gráficos como rodajas de limón, pinceles, iconografía de diseño y educación
- Tipografía clara, jerárquica y profesional

3. Display 3D: recurso visual inmersivo

Objetivo

El display 3D es un elemento visual a gran escala que busca captar la atención del público desde lejos, invitar a la interacción y fortalecer la identidad visual del libro. Es ideal para zonas de alto tránsito como pasillos universitarios, bibliotecas o ferias editoriales.

Propuesta conceptual (caso “Diseñar para aprender”)

- Forma: Limón partido a la mitad, del cual emerge el libro
- Color: Tonos verdes, naranjas y colores pastel
- Materiales sugeridos: Cartón rígido, madera MDF, impresión vinil, pintura mate
- Elementos adicionales:
- Brochas, perlas o listones decorativos
- Base estable con la leyenda “Línea Tinta Editorial”
- Código QR impreso en el lateral
- Posibilidad de incorporar iluminación LED sutil para destacar el diseño

Funciones prácticas

- Sirve como punto de fotografía o selfie para asistentes
- Aporta valor estético al espacio del evento
- Refuerza el branding del libro y su editorial
- Crea conexión emocional y memorabilidad en el público

4. Conclusiones

Tanto el folleto como el display 3D son herramientas esenciales de promoción editorial. En conjunto, potencian la visibilidad del evento, comunican la esencia visual del libro y generan una experiencia inmersiva. Cuando están bien diseñados y alineados con el contenido de la obra, dejan una impresión duradera en el público, fortalecen la marca editorial y estimulan la difusión académica del proyecto.

ANALISIS/SINTESIS

La promoción efectiva de un libro requiere más que su contenido: necesita recursos visuales bien diseñados que comuniquen su esencia. Dos elementos clave en este proceso son el folleto promocional y el display tridimensional (3D).

El folleto, en formato tríptico, actúa como un medio informativo que incluye detalles sobre el evento, la obra y la autora, utilizando un diseño visual alineado con el estilo editorial. Por su parte, el display 3D es una pieza visual impactante que capta la atención, representa creativamente el contenido del libro (por ejemplo, un limón partido del que emerge la publicación) y sirve como elemento interactivo en la presentación.

Ambos recursos cumplen funciones comunicativas, estéticas y experienciales que fortalecen la identidad del libro y su posicionamiento entre el público universitario y académico.

El uso estratégico de materiales promocionales en la presentación de un libro contribuye significativamente a su recepción y recordación. El folleto promocional no solo informa, también refleja la calidad y coherencia del proyecto editorial. Al utilizar un diseño funcional y profesional, acorde a la temática del libro, se estimula la confianza del lector y se facilita el acceso a la información esencial.

El display 3D, en cambio, se convierte en un punto de atracción sensorial y emocional. Su diseño inmersivo permite experimentar el concepto del libro desde una dimensión lúdica y visual. Al inspirarse en la idea de un limón partido símbolo del diseño fresco y educativo del libro, el display conecta de forma directa con el público joven y creativo.

Ambos elementos refuerzan el branding de la editorial Línea Tinta y transforman una simple presentación en una experiencia memorable. Su correcto desarrollo y aplicación no solo promocionan la obra, sino que elevan la percepción de calidad del proyecto completo.

BOCETAJE

