



Nombre del Alumno: Paula Maria Morales Niurulu

Nombre del tema: Actividad de plataforma 3

Nombre de la materia: DISEÑO GRAFICO

Nombre del profesor: Lic. María Eugenia Pedrueza Cano

Nombre de la licenciatura: Diseño gráfico

Cuatrimestre: 3

## 1. Planteamiento

Diseñar un Tríptico /Display como publicidad para el libro Los Ecos del Silencio

## 2. Investigación

Un tríptico es un formato de comunicación visual impreso que se compone de **tres paneles plegables** (dos laterales y uno central). Su nombre proviene del griego *tri* (tres) y *ptyche* (doblez). Se utiliza principalmente como material informativo, promocional o educativo.

### Estructura del tríptico

Un tríptico estándar consta de **seis caras** (tres al frente y tres al reverso). Generalmente se estructura de la siguiente forma:

- **Portada:** Presentación del tema, logotipo, imagen atractiva.
- **Interior central:** Información principal o desarrollo del tema.
- **Interior lateral:** Datos complementarios, imágenes, cifras.
- **Contraportada:** Información de contacto, redes sociales, créditos.

### Función

Los trípticos tienen como objetivo **sintetizar información relevante** de manera ordenada y llamativa. Son efectivos por su tamaño compacto y fácil distribución.

## Tipos de Trípticos

1. **Informativos:** Utilizados por instituciones educativas, gubernamentales o de salud.
2. **Publicitarios o promocionales:** Enfocados en productos, servicios o eventos.
3. **Corporativos:** Presentan a una empresa, misión, visión, historia.
4. **Culturales o turísticos:** Difunden patrimonio, museos, rutas o destinos.

## Diseño de un Tríptico

### Principios del diseño gráfico aplicados

- **Jerarquía visual:** Uso de títulos, subtítulos y cuerpos de texto para guiar la lectura.
- **Tipografía:** Elegir una familia tipográfica clara y legible (generalmente Sans Serif o Serif en combinación).

- **Colores:** Alineados con la identidad de marca o el tema tratado.
- **Imágenes:** De alta calidad, relevantes al contenido.
- **Diagramación:** Uso adecuado de márgenes, retícula, alineación y espacios.

## Formato físico

- Tamaño más común: **A4 (21 x 29.7 cm)** doblado en tres partes verticales.
- Impresión: Doble cara, a color, en papel couché o cartulina.
- Plegado: En "Z" o en forma envolvente (tipo carta).

## ¿Qué es un Display?

### Definición

El **display** en diseño gráfico se refiere a cualquier elemento **visual o físico** que presenta información, productos o promociones en un espacio determinado. Puede ser desde una pantalla digital hasta una estructura impresa tridimensional.

### Función

Los displays son utilizados para **llamar la atención**, reforzar el branding y **potenciar la venta** en espacios como:

- Ferias y exposiciones
- Puntos de venta (POP)
- Tiendas físicas
- Eventos institucionales

## Tipos de Displays

1. **Displays publicitarios impresos:**
  - **Roll-up o banner vertical:** Portátiles y enrollables, usados en eventos.
  - **Totems:** Estructuras verticales autoportantes.
  - **Carteles de exhibición:** Fijos o desmontables.
  - **Stands promocionales:** Pueden tener forma de mesa, mostrador o fondo de marca.
2. **Displays digitales:**
  - **Pantallas LED o LCD** en tiendas, centros comerciales o vía pública.
  - **Interactividad** con pantallas táctiles, realidad aumentada, QR, etc.
3. **Displays de producto (merchandising visual):**
  - **Exhibidores** de cartón, acrílico o madera para productos específicos.
  - **Islas de exhibición:** Espacios decorados y temáticos dentro de tiendas.

## Aplicaciones prácticas en diseño gráfico

- **En campañas promocionales:** El tríptico se usa para explicar beneficios del producto y el display para exhibirlo.
- **En ferias de diseño o arte:** El tríptico presenta el portafolio del artista; el display muestra el arte o producto en sí.
- **En lanzamientos:** El tríptico da información detallada, el display genera impacto visual para atraer a los usuarios.

Tanto el **tríptico como el display** son herramientas esenciales en el campo del diseño gráfico. Aunque cumplen funciones distintas, ambos tienen en común la necesidad de un **diseño efectivo**, que considere la audiencia, el entorno y los objetivos de comunicación. En un contexto donde lo visual domina la atención del público, saber diseñar estos elementos con estrategia, estética y funcionalidad representa una habilidad valiosa para cualquier diseñador.

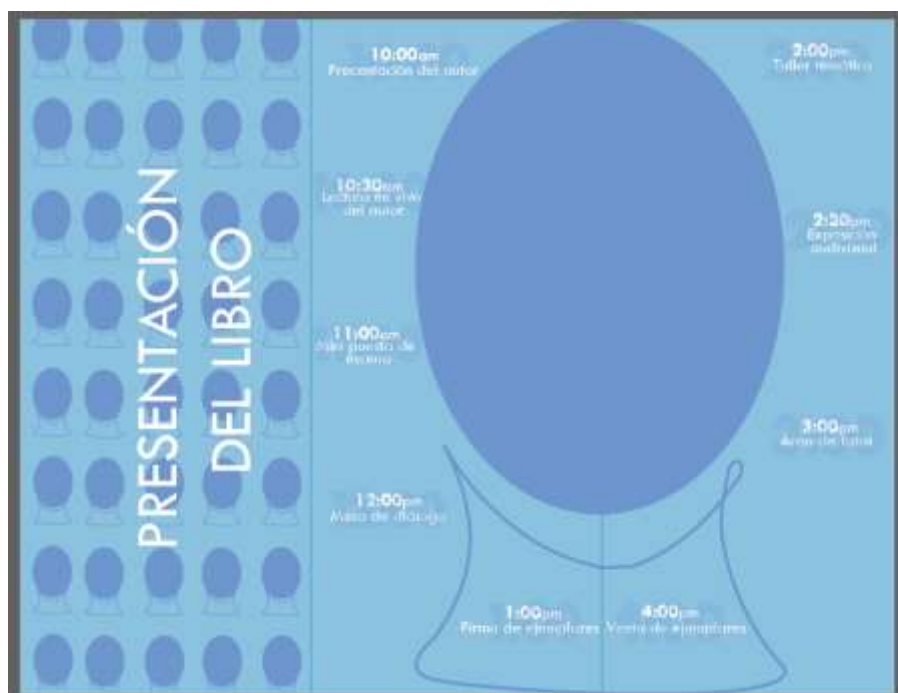
### 3. Síntesis y Análisis

- Concepto
- Creatividad
- Color
- Ilustración

### 4. Etapa de Bocetaje







**UDS**

Jueves  
**16**  
Julio

**10**  
am

**R**  
EDITORIAL

**Los Ecos del Silencio**

