

Minimedios impresos: Un soporte para proyectos de desarrollo



Printed Mini-Media: A Support used for the Development Communication Projects

Andrea Alemán Andrade y Samantha Cabrera Salazar

Andrea Alemán Andrade es boliviana. Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo". Actualmente, realiza estudios en la Carrera de Sociología de la Universidad Mayor de San Simón y trabaja en la Unidad de Comunicación de la Fundación PROINPA. Samantha Cabrera Salazar es boliviana, Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo". Es responsable de la Unidad de Comunicación de la Fundación PROINPA. Las autoras declaran no tener conflicto de intereses con la revista Punto Cero ni con ningún miembro de su Comité Editorial.

ALEMÁN ANDRADE, Andrea; y CABRERA SALAZAR, Samantha (2012). "Minimedios impresos: Un soporte para proyectos de desarrollo". Punto Cero, Año 17 – N° 25 – noviembre 2012. pp. 65-70. Universidad Católica Boliviana "San Pablo". Cochabamba.

a.aleman@proinpa.org;
s.cabrera@proinpa.org

Resumen

Los minimedios impresos son un tipo de soporte comunicacional utilizados para la comunicación de desarrollo, los cuales se abren generalmente a un público alfabeto, pero el juego con imágenes permite también su apertura a otros públicos más. El presente artículo tiene como objetivo esquematizar el uso de minimedios impresos que apoyan proyectos de desarrollo y, a la vez, dar a conocer pautas útiles para la producción de este tipo de materiales desde su planificación, edición, validación y distribución.

Palabras clave: Minimedios impresos, comunicación para el desarrollo.

Abstract

The printed mini-media is a type of communicable support used for the development communication, which are generally open to an alphabet public, but the pictures open it for other audiences, too. This article aims to outline the printed mini-media that supports development projects and, at the same time, it present useful guidelines for the production of these materials from the planning to the editing, validation and distribution.

Keywords: Printed mini-media, communication for the development.

Résumé

Les mini-médias imprimés sont des soutiens pour la communication pour le développement qui servent à un public alphabète, mais les jeux d'images rendent possible son passage à d'autres publics aussi. Cet article cherche à esquisser l'usage de mini-médias imprimés pour les projets de développement et aussi à proposer quelques repères utiles pour la production de ce type de matériaux à partir de sa planification, son édition, sa validation et sa distribution.

Mots-clés: Mini-média imprimés, communication pour le développement.

Los minimedios impresos son un tipo de soporte comunicacional utilizados como herramientas básicas de la comunicación, actuando como un soporte fundamental para las acciones planificadas por proyectos de desarrollo. Se denominan impresos porque son publicaciones que generalmente pasan por la imprenta (aunque hoy en día también pueden ser impresos en una impresora o distribuidos de manera virtual), siendo sus principales elementos el texto y la imagen. Este tipo de minimedios es bastante útil para comunidades con un buen nivel de lectura y escritura, aunque dependiendo la fuerza que se dé a las imágenes, también podrían llegar a ser muy útil con otros grupos sociales de bajo nivel de lectura.

El presente artículo, tiene el objetivo de esquematizar el uso de minimedios impresos que apoyan proyectos de desarrollo, y a la vez, dar a conocer pautas útiles para estudiantes y profesionales de área que trabajan continuamente con la producción de este tipo de materiales.

¿Cómo nos ayudan los minimedios impresos?

La función que puede llegar a tener este tipo de minimedios varía según el objetivo con el que se trabaja, pueden ser minimedios de: la motivación de un público, apoyo a la capacitación, referencia o información y también de estudio.

Según el público y el tipo de material a realizarse, es importante tomar en cuenta cómo se transmitirá el mensaje, y eso va muy ligado al tipo de lenguaje que se utilizara (por ejemplo: técnico, coloquial, periodístico).

Oliver Berthoud (1992: 17) presenta el siguiente cuadro para mostrar las diversas características del material impreso: (ver cuadro 1

Graham Thiele, junto a otros autores (cf. 1994: 4), señala que entre las ventajas de la comunicación escrita está su adaptabilidad a muchas materias y temas, conservación del mensaje (se lo puede guardar), su potencial de alcanzar a varias personas, además de inspirar

Cuadro 1. Características material impreso

Condiciones de uso	Funciones posibles	Tamaño del grupo	Ventajas	Inconvenientes
-No necesita de ningún equipo tecnológico ni un local en especial. -Es de fácil transporte.	Todas: -Motivación -Información -Estudio -Consulta	Individual o grupal, pero no masivo.	-Motivador. -Uso individual o en grupos, sin equipos tecnológicos y en cualquier lugar. -Permite el uso, estudio o consulta al ritmo de cada uno y cuando se lo desee. -Versátil, para grupos limitados o programas muy masivos. -Permite el uso de imágenes. -Reutilizable y permanente. Muy barato.	No se puede modificar. -La producción propia por una institución es posible sin muchos equipos, pero implica tener un personal especializado o poder contratarlo. -Producir impresos de calidad requiere mucho tiempo. -Imprimir color es muy caro. -Implica receptores con nivel básico de lectura.

Fuente: Basado en BERTHOUD 1992: 17.

confianza (respaldos escritos). Pero entre las desventajas se halla que es un medio utilizado sobre todo para alfabetos, tiene un carácter impersonal, muchas veces es difícil de distribuirlo, además de evaluar si lo han leído o no.

2. ¿Qué tomar en cuenta para iniciar un minimedio impreso?

Para este tipo de minimedios se combina dos elementos primordiales: la imagen y el texto. En el caso de minimedios impresos se recomienda:

- Utilizar imágenes representativas. Las imágenes acompañan al texto, por lo que necesitan tener coherencia con el mismo y ser claras. Es importante, en el caso de las fotografías, utilizar imágenes de buena resolución (más de 2 MP) para que exista una buena lectura de las mismas, pero además acompañarlas siempre con pie de foto. Como indica la Asociación de la Promoción para el Desarrollo (ESPIGAS): "Las fotografías son un medio sencillo y barato de hacer presentaciones y animar a grupos pequeños" (2006: 48).

- Redactar de forma clara. Es importante tener las ideas ordenadas al momento de redactarlas, además se debe tomar en cuenta el tipo de material que se quiere realizar para saber qué cantidad de texto redactar.

Se debe tener cierto cuidado con las palabras que se utilizarán. Se recomiendan oraciones simples, no caer en redundancias, utilizar un vocabulario sencillo, tener cuidado con los adjetivos, redactar párrafos breves, claros y precisos, y sobre todo, respetar normas de redacción. Es importante además tener en cuenta el público a quien se quiera llegar para realizar armar correctamente el mensaje.

Siguiendo estos dos puntos, se puede realizar diversos minimedios impresos que se diferencian entre sí por el formato que tienen, su función y el público al que van dirigidos. Para la redacción es importante seguir tres pasos fundamentales (THIELE *et.al* 1994: 2).

- a) Pensar en el grupo meta de la publicación.
- b) Analizar el propósito que tiene el material (objetivo).
- c) Determinar los objetivos específicos que se quiere lograr.

Los minimedios se organizan en dos grupos según quién los realiza. Por un lado están los minimedios impresos elaborados por los profesionales de la organización (comunicadores, sociólogos, pedagogos, ingenieros) y como segundo grupo están los minimedios que son trabajados conjuntamente entre los profesionales y el público meta.

¿Qué minimedios escritos son utilizados generalmente?

A continuación se señalarán algunos de los minimedios impresos que habitualmente son utilizados en los procesos de comunicación para el desarrollo. Como se indicó anteriormente, tales pueden ser elaborados sólo por profesionales o entre los profesionales y el público meta, de ambas maneras, al final del proceso, siempre es necesaria la validación del material.

El cuadro 2 señalará el nombre del material, la función que por sus características puede tener, el público meta recomendado y su

amplitud en cuanto a tamaño y número de páginas.

Entre otros minimedios, que son elaborados generalmente junto con el público meta, están el papelógrafo y el mapa parlante, pero a diferencia de los demás señalados, no ingresan a la categoría de impresos porque son elaborados generalmente en talleres y a mano alzada. (ver cuadro 3)

Los minimedios expuestos en el cuadro 3 serían categorizados como materiales escritos, los cuales son muy útiles en los proyectos de desarrollo para obtener u organizar información. Posteriormente, la información expuesta puede ser guardada a través de fotografías y si es transcrita, puede llegar a convertirse en algún minimedio impreso de información para su difusión.

4. ¿Cómo se elabora un minimedio impreso?

Es ideal llegar a seguir una secuencia de pasos para la elaboración del material impreso, que va desde la planificación hasta la distribución del material. El tiempo en el que se elabora un material depende de la calidad de información otorgada (texto e imagen), el tipo de material, las revisiones del documento, la edición y la validación.

El gráfico 1 muestra los pasos que se recomiendan seguir en el proceso de elaboración de un minimedio impreso: (ver gráfico 1)

Para elegir qué minimedio utilizar, es importante comentar con el proceso de planificación, donde se trazan los objetivos, se define el público meta y se analiza los costos de producción, tiraje, etc., con ello se puede avanzar fácilmente en el manejo de la información y de la imagen para tener un primer borrador del documento. Este borrador pasa a una revisión técnica de pares, que pueden ser dos técnicos en el tema o un técnico y un partícipe del público meta. Paralelamente, la información también es trabajada por el comunicador, quien realiza una edición comunicacional, la cual consiste en revisar el mensaje en relación al público meta.

Cuadro 2. Materiales impresos utilizados comúnmente en proyectos de desarrollo

Material	Descripción	Función	Público meta recomendado	Extensión
Manual	Ya sea como libro o folleto, el manual presenta instrucciones sobre el manejo o aplicación de alguna técnica o instrumento. Es práctico, entendible y específico, sin dejar de lado un buen tratamiento del contenido. Debe apoyarse en imágenes.	Consulta, estudio.	Adultos, jóvenes, niños.	De cuatro páginas adelante.
Guía	Pretende explicar cómo funciona algún aparato o instrumento, describiendo paso a paso, de manera puntual, el desarrollo de sus contenidos. La imagen es imprescindible.	Consulta.	Adultos, jóvenes.	De una página adelante.
Catálogo	Presenta de forma detallada algún producto o productos (especialmente con fines de promoción), sujetándose sobre todo en la imagen y apoyándose en textos breves pero esenciales.	Consulta.	Jóvenes y adultos.	De cuatro páginas adelante.
Cartilla	Es un libro pequeño que precisa información sobre alguna temática. Puede manejarse como historieta con un inicio (presentación de la problemática), nudo (las diversas travesías de los personajes hasta llegar a plantear soluciones) y desenlace (soluciones concretas). Por otro lado, también puede precisar información sobre alguna temática apoyándose en imágenes.	Estudio.	Niños, jóvenes y adultos.	De ocho adelante.
Tríptico	Es un folleto de tres caras y seis planas: portada (especie de carátula), interior y contraportada, donde van los logotipos y datos de la institución u otro contacto. Las imágenes deben ir acompañadas de texto, evitando así el uso de párrafos extensos e ideas complejas.	Consulta, refuerzo.	Niños, jóvenes y adultos.	Una lámina dividida en tres secciones (anverso y reverso).
Bíptico	Es un folleto de dos caras y cuatro planas. Al igual que el tríptico, el texto debe ser breve para dar apoyo a la imagen.	Consulta, refuerzo.	Niños, jóvenes y adultos.	Una lámina dividida en dos secciones (anverso y reverso).
Banner	El banner se apoya completamente en la imagen para transmitir alguna idea. El texto que presenta es sumamente reducido, siendo en la mayoría de los casos un slogan.	Motivación.	Jóvenes y adultos.	Sólo una cara.
Afiche	El afiche utiliza principalmente imágenes para transmitir un mensaje. El texto de soporte debe ser conciso. En el caso de ser usado como información de algún evento, es necesario que presente detalles como: ¿qué es el evento?, ¿cómo se llama?, ¿cuándo y dónde se realiza?, ¿a qué hora?, y ¿quiénes están encargados de realizarlo?	Motivación, información.	Niños, jóvenes y adultos.	Una lámina (sólo una cara).
Volante	El volante es un material pequeño. Cuando es utilizado con el objetivo de motivación, presenta normalmente un texto corto como soporte de una imagen, pero en el caso de ser material de información, el texto puede llegar a ser más extenso, aunque es recomendable no saturar la lámina con texto.	Motivación, información.	Jóvenes y adultos.	Una lámina (anverso y reverso).
Historieta y fotonovela	A través de dibujos o fotografías se puede contar una historia relacionada a un tema en específico. El tema presenta una problemática, por ejemplo, puede tratarse de ciertos personajes en un problema que será resuelto a través de medios propios o apoyados en una organización. Debe estar claro el mensaje que quiere ser transmitido a través del relato, jugando bien entre la imagen y el texto, el cual se recomienda sea muy reducido.	Información, motivación.	Niños, jóvenes, adultos.	De una para adelante.
Panel y el rotafolio	El panel es utilizado para presentar información en forma de papelógrafo, por lo que debe ser armado con texto principalmente y fotografías o gráficos de soporte. En el caso de que se trate de varias láminas organizadas con una secuencia lógica, se llega a armar un rotafolio.	Información.	Jóvenes y adultos.	En caso del panel, una lámina (sólo una cara). En del rotafolio, se recomienda máximo unas 10 láminas.

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 3. Materiales elaborados en los talleres

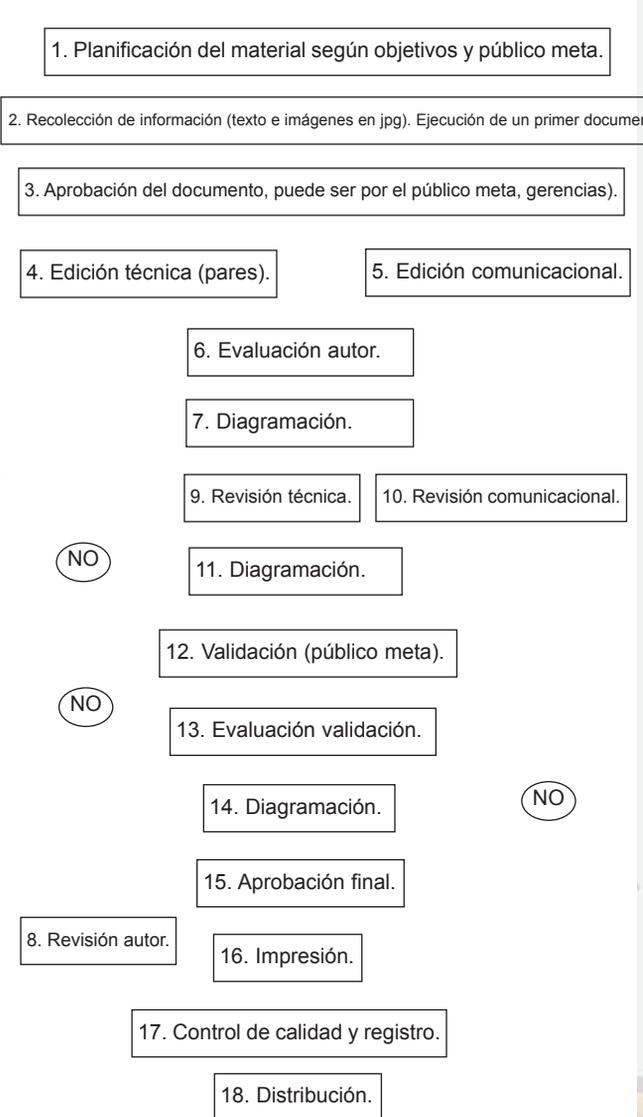
Material	Descripción	Función	Público meta recomendado
Papelógrafo	El papelógrafo es un material que permite anotar los puntos más importantes que se van tratando en un taller o actividad grupal. En este soporte se puede realizar esquemas para sintetizar la información y presentarla de forma entendible. Se recomienda trabajar los papelógrafos con dos o tres colores de marcadores, además presentar el texto con letras legibles de un tamaño de 3 cm como mínimo.	Información	Niños, jóvenes y adultos.
Mapa parlante	Son croquis que permiten presentar a la comunidad o grupo de trabajo la ubicación de diferentes sectores como ríos, arroyos, área de bosque, campos de cultivo, pastizales, etcétera. Asimismo, para mostrar cambios en el uso de técnicas o mejoras agroecológicas: dibujos de cómo era antes, cómo es actualmente y cómo será a futuro con las mejoras que se van a poner en práctica (cf: ESPIGAS 2006: 49). Al igual que con el papelógrafo se debe trabajar con una base de mínimo un metro, marcadores de colores, además de letras claras y de buen tamaño (3 cm como mínimo). Este material sirve sobre todo de diagnóstico de la zona donde se trabaja para la detección de algún problema.	Consulta, información.	Niños, jóvenes y adultos.

Fuente: Elaboración propia.

El autor realiza una evaluación de las revisiones de su trabajo y procede a un documento final, que puede ir directo a diagramación o puede volver al proceso de edición, dependiendo del autor y el comunicador a cargo.

Otro punto importante en el proceso de elaboración del material, es la validación, que consiste en ir donde el público meta para conocer si se logra la transmisión del mensaje del material como se lo había planificado. Para ello, es importante tener en mente que se realiza una validación de los materiales, no de la gente, es decir, se hace preguntas en

Gráfico 1. Pasos para elaborar minimedios impresos



Fuente: Elaboración propia.

relación directa con el tipo material (fotografías, tamaño de letra, calidad, tipo de letra, colores, etc.) y con el mensaje que se trabaja, es decir, si se lo entiende o no, y qué se podría realizar para una mejor transmisión de éste (cf. MEFALOPULOS Y KAMLONGERA 2008: 72-73).

La validación puede ser trabajada bajo una entrevista semi estructurada o en grupos focales, lo recomendable sería en grupos focales para que, a través del diálogo, pueda obtenerse mayor información del público meta.

Por último, es de suma importancia el control de calidad del documento y la distribución del mismo, ya que poco sentido tiene un minimedio que no llegue a su público. Se lo puede distribuir en talleres, en viajes de campo, ferias, visitas, y otros. Lo ideal es lograr una distribución masiva en talleres o cursos de capacitación, para explicar paralelamente el uso que deben dar al material y recibir una retroalimentación del mismo, lo cual siempre es muy útil para la reimpresión del minimedio.

Recomendaciones finales

Los minimedios impresos, al ser un soporte muy utilizado en la comunicación para el desarrollo, son trabajados bajo una lógica de pasos que tiene el objetivo de presentar un mensaje que llegue a ser recibido por el público meta sin interferencias comunicacionales, es decir, que pueda ser comprendido en su totalidad.

Hoy en día, las teorías y las prácticas en el área se han abierto a la elaboración conjunta de proyectos con el público meta y por ende, se puede trabajar en la elaboración conjunta de estos materiales, es decir, el receptor, el técnico y el comunicador, lo que se abre como una ventaja al momento de transmitir el mensaje, ya que el mismo público está involucrado desde el principio en el proceso y por ende, el mensaje se hace muchísimo más claro y es mejor recibido.

ALEMÁN ANDRADE, Andrea; y CABRERA SALAZAR, Samantha (2012). "Minimedio impreso: Un soporte para proyectos de desarrollo". Punto Cero, Año 17 – N° 25 – noviembre 2012. pp. 65-70. Universidad Católica Boliviana "San Pablo". Cochabamba.

Finalmente, la comunicación para el desarrollo exige poner mucha atención en la retroalimentación o *feedback* que se presenta en la validación y en la distribución del material, puesto que los procesos deben ser circulares y las respuestas que lleguen del público meta son tal vez las más importantes para proseguir los procesos de elaboración de materiales. No debe irse de la mente del comunicador que una de sus tareas es mediar la preparación, la emisión y la recepción de los mensajes, una recepción que se hace emisor de críticas para mejorar el manejo de los mensajes y formatos de los minimedios impresos.

Bibliografía

- BERTHOUD, Oliver (1992). *Imágenes y textos para la educación popular. Orientaciones metodológicas con énfasis en la elaboración de impresos para neolectores/as*. La Paz. CIMCA y Comunica-Tegucigalpa.
- ESPIGAS (2006). *Construyendo procesos de campesino a campesino* [Documento PDF]. Lima. S/Ed.
- MEFALOPULOS, Paolo y KAMLONGERA, Chris (2008). *Diseño participativo para una estrategia de comunicación*. Roma. FAO.
- THIELE, Graham, *et.al.*, (1994). *Producción de publicaciones divulgativas: Comunicación Escrita Efectiva*. Santa Cruz. CIAT.

Recepción: 29/08/2012.
Aprobación: 24/09/2012.