



Laboratorio de proyectos culturales

Estrategia de intervención **FOLLETO**

INTRODUCCIÓN

Un folleto es una herramienta de comunicación impresa compuesta de texto principalmente y gráficos de apoyo. Su intención es presentar información clara, precisa de un tema, misma que consideramos útil distribuirla, puede ser un programa de mano en un concierto u obra de teatro, la explicación de una exposición de pintura, entre otros. Algunas personas han comparado al folleto como el extracto de un libro, por su información corta e ilustrada.

La limitante puede ser que el folleto no llegue a su destinatario. Sin embargo podemos resolverlo especificando el público a quien va dirigido y la forma de su distribución y lo más importante es realizar un diseño atractivo para el público objetivo.

DIRIGIDO A

El folleto puede dirigirse a todo tipo de público, pensando en las características que tiene, por ejemplo si va encaminado a personas que son nuevas en el tema, especialistas, académicos, entre otros. También pensemos en el objetivo del folleto si es de formación, información, divulgación, promoción, entre otros, de tal forma que el folleto pueda cumplir su función a través de la distribución y si necesitamos comprobar o no su lectura.

OBJETIVO

El folleto nos sirve para informar, anunciar, promover y explicar, algún tema o actividad (concierto, exposición, evento académico, etc.), como herramienta puede llegar a gran número de personas y su uso tiene relativa durabilidad (más que el volante).

DESARROLLO (Paso a paso)

Para hacer un folleto, debemos completar las siguientes consideraciones:

- Idea clara y precisa del tema a exponer
- Estructura y redacción del texto
- Ilustración, diseño y confección o impresión
- Distribución

Vamos a desglosar cada una:

- Idea clara y precisa del tema a exponer

Cuando vamos a hablar de un tema o actividad determinada, necesitamos tener información del mismo y haber realizado una investigación lo suficientemente exhaustiva para estructurar determinado tema. Después es necesario determinar quiénes serán nuestros destinatarios para elegir el tipo de lenguaje con el cual expondremos el folleto y sobretodo el propósito de su realización.

- Estructura y redacción del texto

La estructura del folleto la diseñaremos con base en la información disponible, los dibujos, gráficas, etcétera, y en cuanto a la redacción la forma más básica es dar una introducción, desarrollar la idea y tener una conclusión. La introducción nos sirve para orientar de manera general sobre el contenido a tratar y para situar al lector en el tema. Después damos cuerpo al texto con la información básica, misma que podemos organizar en subtemas o puntos específicos para conducir paso a paso al lector. Es importante definir con títulos precisos los apartados del folleto para que el lector tenga una mejor comprensión y se anticipe a lo que va a leer, enlazándolo con lo visto antes, estos títulos deben ser atractivos para propiciar la continuación de la lectura y cerramos con una conclusión que en el caso de folletos de organizaciones o instituciones, artistas, exposiciones, pueden ser los datos de localización, o si es sobre alguna disciplina, podemos incluir bibliografía o vínculos en internet para que pueda obtener más información.

En cuanto a la redacción, tengamos en mente, ser breve, claro y sencillo evitando las redundancias o aquellas cosas que pudieran parecerlo. Dependiendo del propósito y hacia quien está dirigido podemos utilizar tecnicismos, aunque es mejor restringir su uso. Evitar las frases muy largas y pensar en párrafos de cinco renglones como estándar. Personalizar el mensaje para acercarnos más al lector y evitar un estilo frío. Los títulos y subtítulos son muy importantes para estructurar el contenido y hacerlo dinámico, que junto con las imágenes, son la base de la atracción del folleto.

- Ilustración, diseño y confección o impresión

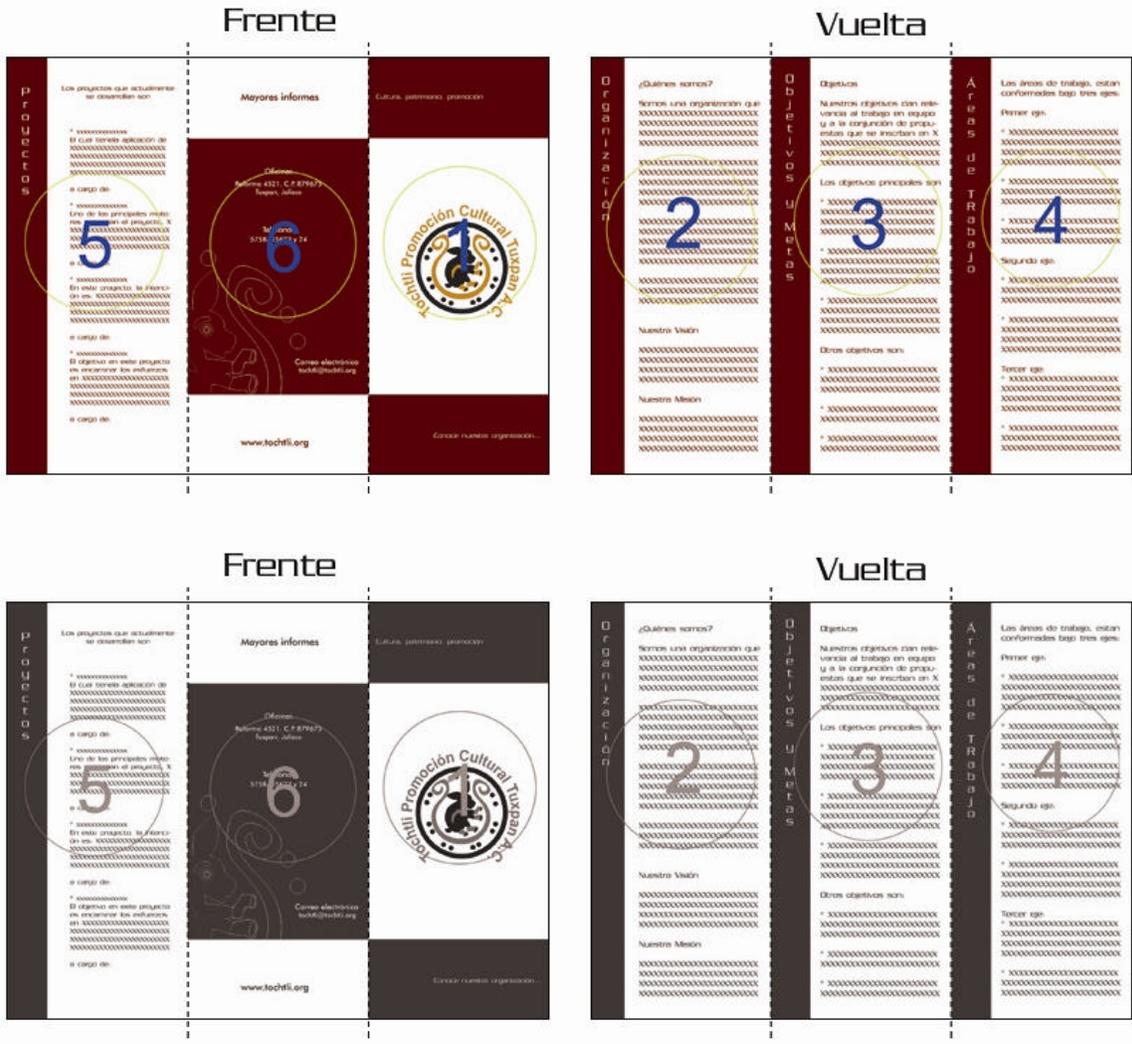
En el folleto es necesario que el texto se refuerce con ilustraciones, pero no podemos colocar cualquier imagen sólo por llenar espacios, sino aquella que signifique algo o esté acorde al tema, también debemos verificar la calidad de las mismas. Por imágenes vamos a entender todos los dibujos, fotos, gráficas,

cuadros estadísticos, etcétera que junto con el texto escrito desarrollan el tema. En este caso las imágenes deben ilustrar aquellas cosas que las palabras no puedan mostrar o apoyar una idea o imagen, como seriedad, energía, dinamismo, elegancia, o la idea que queramos proyectar.

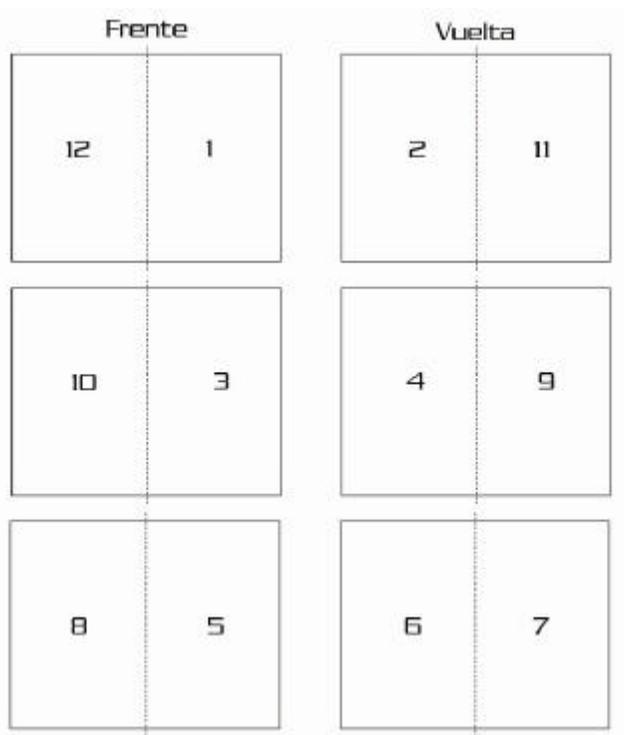
Por diseño, a *grosso modo*, vamos a entender la organización de texto escrito, dibujos, títulos, fotografías, cuadros sinópticos o estadísticos, tipo de letras y algo muy importante color y espacios en blanco, que son los descansos visuales en la distribución de elementos. A veces el diseño en color rebasa nuestro presupuesto, pero podemos hacer un buen diseño a una sola tinta, depende de la creatividad e imaginación. Un excelente texto e ilustraciones no tienen el efecto esperado por la mala distribución que le damos en el espacio, es importante también el uso de formas geométricas como cuadros, líneas, círculos, etcétera para darle más énfasis a algún texto o imagen. Otro elemento del color es lo que se denomina la *psicología del color*, que divide a los colores en: cálidos (rojo, naranja, amarillo), fríos (azules y grises) y neutrales (blanco y negro), dependiendo del efecto que queramos dar podemos usar una gama u otra, por ejemplo Coca Cola utiliza el rojo porque es un color que llama fuertemente la atención, e indica atracción; pero como en el caso de la Cruz Roja significa peligro o advertencia por su asociación a la sangre y los accidentes.

Podemos jugar con el formato del folleto para adaptarlo a nuestras necesidades, puede ser un díptico, tríptico o un pequeño libro, las medidas más utilizadas son las que resultan de doblar las hojas tamaño carta u oficio por ser más fáciles de conseguir y por no desperdiciar papel que es lo que elevaría el costo si pensamos en un modelo de medidas especiales. Lo más importante es que el formato del folleto sea pequeño para su practicidad al momento de transportarlo, entregarlo y guardarlo. Además un folleto demasiado grande ocasionará que nuestro lector lo deje o tire, porque no lo puede llevar consigo.

Para el armado de dípticos, trípticos y pequeños libros hay que tener en cuenta que al momento del armarlo las caras sean consecutivas, podemos hacer un *domi* o prueba antes del armado, por ejemplo en el tríptico de abajo, que está en color, las letras azules indican el número de cara y la forma en que están dispuestas por el frente y vuelta, para que al doblar la hoja, quede tal y como pensamos que debería conformarse nuestro tríptico, abajo está el diseño a una sola tinta.



Para los pequeños cuadernillos, es el mismo consejo, tener cuidado con la paginación, por ejemplo, si utilizamos una hoja tamaño carta doblada a la mitad y engrapada, para crear un cuadernillo de 12 caras, entonces primero revisemos cuál será la información y de que manera vamos a tratar de enumerar las hojas y ver cuáles coinciden del lado opuesto con cada una, por ejemplo para el armado, los números quedarían así en cada hoja



Para tener una mejor presentación de nuestro folleto, podemos buscar diferentes tipos de papeles y colores, en algunas papelerías encontramos muestrarios de papel de distinto grosor, acabado y color que nos ayudarán a decidir el diseño del folleto; también hay muestrarios de colores en las papelerías o en las tiendas de pintura que nos ayudan a realizar las combinaciones necesarias. Y podemos auxiliarnos de los programas de computación, como Word, Power Point, en esta paquetería de Office a veces se incluye el programa para diseño de este tipo de herramientas que es el Publisher, que está incluido muchas de las veces en la paquetería de Office o algunos programas de diseño más especializados como Adobe Illustrator, Corel Draw, In Design, Photoshop, entre otros más, dependiendo del más accesible.

- Distribución

Podemos tener un folleto excelente, pero si la estrategia de distribución es mala, entonces tiraremos a la basura todo el trabajo realizado. Desde que pensamos la idea de elaboración, visualizamos a nuestro público objetivo, entonces, pensemos en los lugares en que lo encontraremos y sobre todo la cantidad de personas que lo componen para imprimir el número adecuado y no desperdiciar papel. Si producimos el folleto para una obra de teatro entonces tenemos al público cautivo, pero dependerá de la difusión de la obra y del interés que suscitemos con otras herramientas de comunicación que la asistencia sea nutrida. O si a través del folleto lanzamos una propuesta de formación, debemos pensar los lugares y si hay problema de situarnos en ellos, por ejemplo, en el caso de un centro comercial hay muchas restricciones para situarse y repartir información, la mayor parte de las veces hay un costo, o al contrario en el caso de una plaza o jardín, podemos informar a las autoridades locales y obtener el permiso sin ningún costo.

RECURSOS INFORMATIVOS RECOMENDADOS

En internet:

Páginas de imágenes

<http://www.bancoimagenes.com/>

<http://recursos.cnice.mec.es/bancoimagenes4/>

<http://www.imagebank.com>

Página de fuentes tipográficas

<http://www.fonts.com/>

En la red hay varios recursos para obtener fuentes tipográficas, sólo hay que escoger el más adecuado y buscarlo como *fuentes* o en inglés *fonts*.

Sistema de Información Cultural de CONACULTA

<http://sic.conaculta.gob.mx/>

Academia Mexicana de la lengua

<http://www.academia.org.mx/>

Elaboración:

Luis Gabriel Hernández Valencia

Correo:

zacek78@yahoo.com

Fecha de elaboración:

20/octubre/2006