

# PUBLICACIONES LEOÍSTICAS

Material extraído del CD de Capacitación del Distrito O-3, PF 2000/01



por **Leo Ariel Di Lorenzo**

Las publicaciones leoísticas son una de las armas que se nos presenta para difundir nuestras actividades y movimiento en general.

Decimos que son un arma más, porque además de las actividades de difusión que podemos hacer por vía radial, televisiva o gráfica en diarios y revistas de nuestra comunidad, esta alternativa que son las publicaciones leoísticas nos da la posibilidad de volcar la información que nosotros consideramos más idónea para cada momento y lugar, sin la intervención de terceros o intermediarios (como los periodistas) con la comunidad.

Por supuesto que tiene sus ventajas y desventajas, porque no siempre uno sabe adónde apuntar con una información para captar al “público” y esa tarea las personas que trabajan en los medios la conocen. En definitiva, todas las maneras de difusión suman y cada una tiene ámbitos donde “pega” más y otros donde su llegada es débil. Lo importante es realizar un plan de difusión que logre involucrar a todos los medios en los ámbitos adecuados a cada uno.

Estas publicaciones leoísticas, se pueden dividir, en principio, en tres áreas:

- Publicaciones preponderantemente para la comunidad.
- Publicaciones preponderantemente para distribución interna.
- Publicaciones que apuntan en un mismo cuerpo a ambos frentes.

Entre las primeras se encuentran revistas y boletines de actividades y proyectos que algunos clubes realizan para que la comunidad conozca sus obras. Son básicamente de información aunque también pueden llevar en su contenido alguna nota de opinión, que deberá ser consensuada por todo el club, porque este manifiesto escrito, va a demostrar el pensamiento del

club a los terceros, y en este punto se debe tener mucho cuidado de no dar mensajes equivocados.

Integran este rubro también los panfletos y cartillas que se diseñan, diagraman y reparten como difusión de alguna actividad.

En relación a estas últimas, son importantes como parte de una campaña, pero nunca deben ser el único medio de difusión. Los panfletos son tirados en la calle y poca gente recuerda lo que dicen, lo que genera un doble problema: la suciedad en la calle, con el correspondiente fastidio de los vecinos, y por otro lado el mensaje que no ha llegado como nosotros queremos.

Es por esto que a la hora de entregar información en la calle por este medio se debe hacerlo de la manera más personal posible, y siempre que se pueda agregando un contacto verbal con el receptor para explicar el panfleto. Además como decíamos, esta actividad debe ir acompañada de otras.

En cuanto a las revistas y publicaciones, una buena manera de distribuirlos es dejarlos en las salas de espera de los consultorios, estudios jurídicos, escribanías, oficinas públicas, etcétera.

Otro grupo de publicaciones cuyo objetivo preponderante es la distribución interna, está conformada por los boletines o revistas, escritas o por vía electrónica. Estas son publicaciones que se distribuyen en reuniones y conferencias y sirven para diferentes finalidades. Entre las inmediatas está el muestreo que realiza el club de sus obras, y de lo que piensan los integrantes del mismo. Estas finalidades son esenciales para el intercambio de información entre los diferentes clubes; para poner una cuota de humor a lo que se escribe y para conocer la forma de pensar de los integrantes de un club.

Existen aparte, las finalidades mediatas, es decir, las que tienen un planteo más material que formal. Entre estas se encuentra la de aprender a expresarnos por escrito, sobre temas libres, situación que no se nos presenta asiduamente en nuestra formación escolar-educativa.

El leísmo nos da una oportunidad muy valiosa de aprender a expresarnos por escrito u oralmente, ante nuestros pares sin que se nos rían, como muchas veces pasa en el colegio.

Otra finalidad puede ser, el generar una corriente de opinión o un espacio de debates. Puede ocurrir que se intente generar el cambio de una concepción de hacer las cosas en el leísmo y es así que se puede recurrir a este medio para hacerlo, además de otros. También en el caso de abrir un espacio de debates que enriquezcan nuestras concepciones, con conceptos extraídos de diversas disciplinas. Esto es muy importante para poder adaptar el leísmo a los tiempos que corren

con conceptos y actividades modernos, como marketing, negociación, desarrollo de fondos, etcétera.

Un boletín modelo, a mi gusto, debe llevar:

- una buena tapa, que es la cara visible del producto. Preferentemente el dibujo o gráfico debe tener relación con algún contenido del boletín o con lo que se espera que los lectores piensen del mismo.
- Debe tener una editorial con un mensaje del editor que debe dar el perfil de pensamiento que uno verá a lo largo de la publicación.
- Es importante que contenga las obras que se realizaron en el período, y una instrucciones leoística. Esta última puede ser un tema cualquiera que tenga importancia para los leos aunque no esté directamente relacionado a cosas del club, puede ser que se relacione de manera indirecta con nuestras actividades.
- Los boletines que tienen secciones de humor tienen, en mi opinión un valor superior a los que adolecen de este elemento. Humor no es sacar los chistes del diario y recortarlos, sino utilizar la creatividad que tenemos, relacionándola con la realidad, para redactar de manera graciosa los sucesos. Se puede hacer humor desde la crítica, desde la amistad, desde la ironía, desde la autocrítica, etcétera.

El límite está en la ofensa y el buen gusto. Los modernos programas informáticos, nos permiten también hacer humor gráfico que es una variante muy llamativa.

- Las notas de opinión le dan un perfil distinto y distinguido. Se las puede hacer de muy variados temas y toda la capacidad intelectual se puede poner al servicio de la expresión. Generalmente las notas de opinión, van en la página central como un símbolo de importancia.

La financiación, por lo común, se realiza con publicidades obtenidas de manera “hormiga” es decir ofreciendo a negocios de conocidos o a los leones con comercio o profesionales. Otros lo realizan pidiéndole al municipio o a una entidad estatal. También están los que financian con una empresa comercial dedicada al ramo de la publicidad. Esta última forma lleva a la necesidad de organizarse con mucha anticipación y no llegar a último momento con las cosas a “mitad de hacer”. Como contrapartida el resultado, el producto final, es similar a una revista como “Pronto”, “Claro”, etcétera. Lo importante del tema de la financiación es explicar nuestra actividad y las premisas de nuestro movimiento a quiénes financian nuestras actividades, y nunca olvidarse de llevarles un ejemplar con una carta de agradecimiento. También es esencial realizar las cosas con pautas claras de organización y establecer contactos para futuros colaboradores de nuestras obras.

En relación a los contenidos, como ya lo adelantamos, pueden ser leoísticos o no. Lo único importante es que tenga un significado para los leos. Por ejemplo se puede hablar de la realidad social que nos rodea, y sin embargo en principio esto pareciera tener muy poco que ver con nosotros, pero mirándolo con un poco de perspectiva es evidente que en eso se basa nuestro trabajo.

Por último las publicaciones que apuntan a ambos frentes. Esto significa que puede ser distribuido en una reunión leoística y/o en un consultorio, por ejemplo.

Se debe tener la precaución de que los temas tengan la generalidad suficiente como para que sean atractivos para los dos públicos, objetivo este, que es de muy difícil realización, pero no imposible. Con respecto al contenido ya lo hemos mencionado al hablar de los otros dos formatos y todo lo que hay que hacer es actuar con la oportunidad necesaria para que el boletín sea algo coherente.

Lo importante es empezar a realizar publicaciones. Ustedes elijan cuál quieren hacer y luego la practica los hará “expertos” en el tema.

Como último mensaje, les digo que si conocen gente amiga (no leos) que se dediquen al diseño, la publicidad, el marketing, o cualquier otra disciplina relacionada al difusión, pídanles ayuda y así aprenderán cosas que valorizarán el trabajo final.