

ROTARY INTERNATIONAL
GRUPOS DE ANÁLISE COM NÃO-ROTARIANOS
RELATÓRIO DE 2008-09 e 2009-10

Propósito e Objetivos da Pesquisa

Para apoiar as metas de desenvolvimento do quadro associativo do Plano Estratégico do RI, foram estudados dois grupos demográficos formados por não-rotarianos nas seguintes categorias:

- Profissionais do sexo feminino com 30 anos ou mais
- Profissionais do sexo masculino entre 30 e 45 anos

Considerando que o Rotary International tem dificuldade em atrair e reter associados nessas categorias, a intenção da pesquisa foi coletar dados para aprimorar a abordagem quando se trata destes segmentos populacionais.

Foram formados grupos de análise em Buenos Aires, Argentina; Johannesburgo, África do Sul; Sidney, Austrália; Tóquio, Japão; e Appleton, Atlanta, Chicago, Farmington, Jackson e Los Angeles, nos Estados Unidos. Estas cidades foram escolhidas pois o RI está sofrendo perdas de associados nessas respectivas regiões. Nos Estados Unidos, cidades pequenas e grandes foram escolhidas, justamente para determinar se havia diferença em termos de percepção e conscientização. A seleção, recrutamento e fases de grupos de discussão foram feitos por terceiros. No total foram 40 grupos, variando de 3 a 6 em cada local.

A pesquisa buscou determinar:

- Interesse em trabalhos voluntários.
- O que entendem como trabalho voluntário.
- Que atividades escolheriam para atuar como voluntário.
- Por que sentiam vontade de se envolver com serviços voluntários.
- Quais eram as organizações de prestação de serviços voluntários que conheciam.
- A que organizações gostariam de se associar.
- O que esperavam que fossem os resultados de trabalhos voluntários.
- O que esperavam que fossem os benefícios pessoais resultantes de trabalhos voluntários.
- Quanto tempo achavam que poderiam dedicar a trabalhos voluntários.
- Se conheciam o Rotary International ou algum Rotary Club.
- Que percepção tinham sobre o Rotary International ou o Rotary Club local.
- Se estariam interessados em fazer parte de um Rotary Club.
- Por que teriam, ou não, interesse em se associar a um Rotary Club.
- Quanto tempo estariam dispostos a dedicar a um Rotary Club.

Apesar de haver grandes diferenças entre as regiões, os resultados gerais foram razoavelmente similares.

Resultados Gerais

O propósito deste trabalho foi identificar desafios e obstáculos referentes aos dois segmentos demográficos analisados, já que a concorrência pelo tempo e o interesse das pessoas continua aumentando e é essencial saber a percepção pública sobre a organização. Os comentários aqui dispostos devem ser vistos de forma objetiva e como oportunidades de aperfeiçoamento.

Tempo dedicado a trabalhos voluntários

A maioria indicou que não tinha muito tempo disponível, já que a fase em que estão (solteiro, casado, com ou sem crianças em casa) influencia sua disponibilidade de participar de trabalhos voluntários. Embora o ambiente de trabalho esteja agora mais flexível, a pressão aumentou e a pessoa tem que dedicar mais tempo ao trabalho.

Em muitos casos, as pessoas acham que trabalhos voluntários são importantes, mas não estão dispostas a usar seu tempo pessoal para isso. A impressão é que o serviço voluntário é que deve se encaixar em sua pessoa. As pessoas também acham que o voluntariado deve ser algo que faça bem, e não ser algo obrigatório. **Em vários lugares, entre os profissionais mais jovens, houve uma certa resistência em se sentir forçado ou esperado a voluntariar.** Em todas as regiões os problemas locais despertam mais interesse do que os internacionais. Houve um comentário recorrente, que foi: "nós temos problemas e carências o suficiente aqui em nossa região que precisam ser solucionados". As atividades que lhes atraem são as mais variadas: cuidado de animais, assistências a idosos, projetos locais, ajuda a amigos, aulas particulares, organizações religiosas, atividades esportivas e escolares para jovens, assistência médica, campanhas contra a fome, etc.

Especialmente na Austrália, é dada mais importância ao equilíbrio entre as responsabilidades profissionais, familiares, pessoais e voluntárias, embora tenha sido mencionado que as organizações locais costumam exigir tempo demasiado dos voluntários.

No Japão, a preferência é por ofertar tempo e pelo contato direto, em detrimento do aspecto monetário. O conceito de taxa anual para ser voluntário não é bem visto.

A impressão é que em regiões onde os problemas e necessidades são maiores, como na Argentina e na África do Sul, há mais pessoas dispostas a fazer trabalhos voluntários.

Respostas à pergunta: "O que lhe vem à mente quando pensa em trabalhos voluntários?"

A definição do trabalho voluntário é universal, ou seja, ajudar os menos privilegiados ou dar do próprio tempo em prol de uma causa.

- Trabalho gratuito
- Sentimento de poder de decisão
- Dedicação a uma causa
- Trabalho em equipe
- Doação de tempo
- Ajuda a pessoas da comunidade
- Experiência compartilhada com outros
- Sentimento de realização
- Diversão
- Aprender novas habilidades
- Algo que só pessoas mais velhas fazem
- Tem que ser algo interessante e conveniente para mim

"Todos deveriam fazer trabalhos voluntários. Acho que devemos retribuir tudo o que recebemos."

“O trabalho voluntário não pode ser como um emprego; eu já tenho um emprego e não preciso de mais um. Tem que ser algo que escolho fazer, algo que eu goste.”

“É algo incondicional e altruísta.”

“É dar um pouco de si.”

A motivação do voluntário é universal, conforme as definições abaixo:

Gratidão

“Você sente mais compaixão, fica mais humano.”

Compaixão

“Nós nunca tivemos muito. Tive até que viver num abrigo por um tempo, e mesmo assim prometi que quando pudesse faria algo pelo próximo.”

Servir de exemplo

“Quero ser um exemplo pois cresci sem pai.”

Fazer a diferença

“Quero ser parte da solução.”

Enfoque nos resultados

“Sou de um Optimist Club. Nós damos brinquedos de playground e podemos ver de imediato o resultado do que fazemos.”

Estruturas organizacionais muito complexas

Um dos problemas levantados foi a desconfiança em megaorganizações, tendo sido salientado que nos últimos anos houve vários casos de mau gerenciamento de projetos e fraudes financeiras em organizações do tipo. Há uma percepção de que organizações menores são mais eficazes e se preocupam com os problemas locais, deixando patente que atividades locais são mais importantes. Houve comentários de que a missão e as transações financeiras de tais empresas deveriam ser mais transparentes.

“Eu fico longe das grandes organizações. Prefiro as organizações menores, que precisam de mais suporte. As organizações grandes são perdulárias.”

Networking profissional

A percepção sobre networking difere entre as regiões. Na Argentina, é visto como um modo de compartilhar informações técnicas entre pessoas da mesma profissão. Australianos consideram que contatos profissionais devem ocorrer no ambiente de trabalho, não em atividades de entretenimento, sendo que alguns não gostam da prática, chegando inclusive a achar que networking é algo egoísta. Na África do Sul este tipo de atividade é considerada normal e acontece diariamente em nível profissional, mas isso não quer dizer que não fariam contato em escolas, igrejas, atividades esportivas, eventos, etc. Na África do Sul, o Rotary International é considerado uma organização essencialmente de contatos profissionais. Para os homens japoneses o conceito de networking faz parte da vida, já as mulheres disseram gostar da ideia, mas não querem se sentir forçadas a tal. Nos Estados Unidos, networking é visto como algo vantajoso e essencial na vida profissional, mas nem sempre agradável.

No geral as pessoas sentem-se ansiosas quando têm que comparecer a eventos nos quais não sabem se serão incluídas.

A noção de que o Rotary oferece oportunidades para fazer amigos é mais convidativa.

Conhecimento sobre organizações de voluntários

Nos últimos anos, várias organizações semelhantes ao Rotary se destacaram e cresceram. Quando perguntados sobre as organizações de voluntários que conheciam, os seguintes nomes foram citados:

- Médicos sem Fronteiras
- Exército da Salvação
- Cruz Vermelha
- Anistia Internacional
- Unicef
- Habitat para a Humanidade
- Oxfam
- Greenpeace
- World Vision
- Make A Wish
- St. Vincent's De Paul (Austrália)
- Igreja
- Big Brothers Big Sisters
- United Way
- Smile Train
- Special Olympics
- March of Dimes
- Jaycees

Vários assuntos locais, como cuidados com animais, merenda escolar, sopões, moradia, associações de pais e mestres, alfabetização e educação, saúde pública, HIV/aids e crianças de rua foram também citados.

Em cidades pequenas dos Estados Unidos, é mais comum as pessoas prestarem serviços através da igreja, uma instituição que aparentemente exerce maior influência nessas áreas do que nas grandes cidades.

É interessante observar que moradores de cidades pequenas americanas conhecem melhor o Rotary, comparados aos moradores de cidades grandes, possivelmente devido à maior visibilidade dos clubes e/ou o contato direto que as pessoas têm com um rotariano (em cada grupo havia gente com laços fortes com rotarianos). Apesar disto, e também de haver pessoas que conheciam outras que haviam participado de reuniões rotárias, o Rotary International e Rotary Clubs locais não foram muito mencionados em nenhuma das regiões.

Percepção sobre o Rotary

Embora a maioria não soubesse o que é o Rotary e o que faz, alguns poucos conheciam bastante a organização, inclusive mencionando o intercâmbio de jovens, bolsas de estudos, etc. Também foi ressaltado que o Rotary oferece uma excelente oportunidade de fazer contatos e de realizar trabalhos. Alguns respondentes se lembram de ter ouvido falar do Rotary International, do clube local e de campanhas rotárias de arrecadação de fundos, e a impressão dessas pessoas sobre o Rotary é positiva, como sendo uma organização que faz bons trabalhos.

Quando perguntados sobre os Rotary Clubs, foi citado o seguinte:

- campanhas de captação de recursos para compra de equipamentos hospitalares
- atividades com jovens da comunidade
- envio de Shelter Boxes para Burma
- outorga de bolsas de estudos
- programas de intercâmbio

- escavação de poços
- concorrente do Lions

No geral havia uma falta de conhecimento sobre o que o Rotary International ou os Rotary Clubs fazem. Alguns comentaram: "o Rotary é aquele da roda denteada".

"Sei que os rotarianos fazem um pouco disso, um pouco daquilo, mas não sei qual é seu propósito geral."

"É um grupo de homens que se reúne para fazer negócios, mas eu pessoalmente não me vejo fazendo parte deste grupo."

"São presidentes de empresas que se reúnem para falar de negócios."

"Shriners, Maçonaria...esses clubes comunitários são praticamente a mesma coisa, formados por homens que frequentam a câmara de comércio."

"Poder. Eles tem poder para fazer muita coisa. Meu pastor é rotariano."

As seguintes palavras foram usadas para definir a percepção sobre o Rotary:

- homens de negócio
- elite
- sigiloso
- mais velhos
- bem de vida
- regras rígidas
- não é "sensual"
- não é "fashion"
- inflexível
- não tenho certeza se mulheres podem se associar
- ligado à maçonaria

Em geral, há grande desconhecimento sobre os projetos rotários locais e internacionais, ou como as pessoas podem participar de tais projetos. A ligação com maçonaria é percepção que continua existindo mesmo com o passar dos anos

Nunca é demais enfatizar que continua a ser uma percepção geral que mulheres não são aceitas, nem bem-vindas ao Rotary.

Vários americanos, de cidades grandes e pequenas, não têm nenhuma noção do que é o Rotary ("Ouvi falar do nome mas não sei o que é"), ou tinham uma noção comum de que é uma organização fechada, exclusivista e autossuficiente formada por homens brancos. Mesmo o contato direto com o Rotary ou rotarianos nas cidades pequenas não realçam a imagem do Rotary, e em alguns casos isto até reforça o imaginário ultrapassado de que é uma organização elitista e fechada. Quem conhecia um rotariano tinha a impressão de que o Rotary era uma sociedade secreta, já que o rotariano em questão jamais falava o que acontecia no Rotary.

As pessoas não têm muitas informações sobre o Rotary ou o Rotary Club. tendo várias vezes mencionado que tentaram contatar um Rotary Club mas não tiveram retorno, ou foram informados que a classificação já estava ocupada, ou tentaram encontrar um website de referência e não conseguiram.

"Contatei um Rotary Club de Johannesburgo mas me disseram que já tinham advogados e contadores o suficiente. Então conclui que não precisavam de mim e fui procurar outro meio de ser útil à sociedade."

Especialmente na África do Sul, as pessoas associam o Rotary International à jogatina devido a um recente escândalo no país.

A impressão de que os rotarianos são elitistas e ricos difere em cada região, o que pode ser visto como algo positivo ou negativo, fazendo com que a questão deva ser avaliada de acordo com a região.

Estes resultados estão de acordo com o resultado da pesquisa realizada com diretores executivos das 200 principais empresas da América do Norte. Os principais líderes empresariais costumavam estar envolvidos com Rotary Clubs, mas em muitas regiões, este quadro tem mudado, devido principalmente às alterações de estilo de vida nos últimos 20 anos, com frequentes viagens a trabalho e mudanças de cidade e de país. Vale observar que muitas empresas desenvolvem seus próprios projetos de prestação de serviços e têm suas próprias fundações.

Organizações cívicas

É comum o Rotary Club ser classificado como organização cívica, principalmente nas cidades pequenas americanas, ***onde os Rotary Clubs têm mais visibilidade.***

Principais organizações cívicas mencionadas nos Estados Unidos

Rotary Clubs

Jaycees

Câmara de Comércio

Shriners

Igreja

Lions Clubs

Missão do RI

Foram apresentados aos grupos a Missão do Rotary, os requisitos para se associar a um Rotary Club e benefícios resultantes. Estes foram os comentários:

Missão do Rotary International

A Missão do Rotary International, a associação internacional de Rotary Clubs, é servir ao próximo, difundir altos padrões éticos e promover a boa vontade, paz e compreensão mundial por meio da consolidação de boas relações entre líderes profissionais, empresariais e comunitários.

A missão foi considerada nobre e honrosa, mas de certo modo muito genérica, não descritiva e não realista. Foram mostradas preocupações com os termos "líderes comunitários", "padrões éticos" e "servir ao próximo". A declaração "líderes profissionais, empresariais e comunitários" foi interpretada como uma posição exclusivista e elitista, deixando de fora a maioria das pessoas comuns. Na Argentina, principalmente entre as mulheres, foi citado que estes profissionais são os que conseguem resolver os problemas. A palavra "ética" gerou reações diferentes entre os respondentes.

Comentários gerais:

- tem uma conotação cristã
- algo muito vago
- uma nova missão deve ser definida
- soa elitista
- não parece ter fins humanitários
- tem mais a ver com um perfil de negócios do que de voluntários

Muitos não conseguiam definir o que significa no Rotary servir ao próximo, altos padrões éticos, compreensão do quê, boa vontade e paz para quem.

Ficou a dúvida de quem são os padrões éticos a ser promovidos.

"O fato de você ter dinheiro não o torna uma pessoa ética."

"Incomoda ouvir falar sobre padrões éticos, pois isto é algo muito pessoal."

"O que são padrões éticos?"

"Não existem padrões éticos estabelecidos, se houvesse, seria uma imposição."

"Isso soa muito bem aos ouvidos de um diretor executivo, mas para a maioria das pessoas não cai bem, pois a sensação é de que a pessoa não é boa o suficiente para ingressar no Rotary."

De novo, foi mostrada preocupação com o fato de ser indicado que somente profissionais e empresários têm a habilidade e os conhecimentos necessários à condução eficaz de projetos.

Muitas das mensagens são dirigidas apenas a rotarianos. Contudo, estas deveriam também considerar associados potenciais por ser este um dos principais meios de comunicar ao público em geral o que é e o que faz o Rotary através de seus clubes. Foi observado que a missão da organização é algo muito considerado por aqueles que pensam em se associar a ela.

Nas cidades pequenas americanas, especialmente entre mulheres e pais, há uma preocupação com os inúmeros exemplos de falta de ética pública, fazendo com que uma organização como o Rotary seja bem-vinda para fornecer um modelo de boa conduta.

Em sua reunião de novembro de 2009, o conselho diretor revisou a missão do RI com base no relatório deste levantamento.

Benefícios advindos da associação

Entre os benefícios de ser rotariano, destacam-se a oportunidade de servir à comunidade, estabelecer contatos, fazer amigos, promover a ética e lapidar as habilidades de liderança.

Os benefícios também foram interpretados como sendo genéricos, tendo as seguintes questões sido levantadas:

Como os rotarianos prestam serviços à comunidade?

Fazer contatos e amigos é algo que pode facilmente ser alcançado fora de um Rotary Club.

Como serão promovidas a ética e a lapidação das habilidades de liderança, e quais são elas?

Os benefícios não apagam a impressão de ser um grupo elitista, nem são atrativos nem convidativos.

"Não preciso entrar para um Rotary Club para ajudar a comunidade."

Exigências

Os Rotary Clubs realizam reuniões semanais e rotarianos devem participar de pelo menos 50% delas, podendo comparecer a reunião de outro clube para compensar faltas. Espera-se também que os associados participem de projetos de prestação de serviços locais ou internacionais.

Todos os entrevistados consideraram ser muito grande o tempo exigido deles, sendo a exigência de comparecimento às reuniões algo problemático, pois a maioria dos respondentes praticamente não tem tempo. Após as explicações, eles entenderam que sem essa dedicação de tempo não dá para realizar projetos, mas ainda assim a maioria continuou hesitante quanto a comprometer seu tempo a um Rotary Club. Há também a percepção que essa exigência de comparecer às reuniões rouba o desejo de prestar serviços, se assemelhando mais a uma religião, como dito pelos japoneses. Foi também observado que as reuniões eram muito sérias, o que vai contra o espírito voluntário de ser algo divertido e leve.

"Isto me assusta, parece um segundo emprego."

"Muito estruturado. Não quero me comprometer a participar de pelo menos metade das reuniões."

"É um compromisso muito grande. Dá desânimo só de escutar."

"Não seria capaz de manter o compromisso. Não tenho esse tempo todo disponível."

"Eu vou ser obrigado a participar e isso não tem nada de voluntário. O trabalho voluntário tem que vir da mente e do coração e isso parece mais com uma religião, com pagamento de cotas e obrigações."

A maioria achou que essas não são exigências que se adequam ao mundo contemporâneo, onde cada vez mais as comunicações são feitas por videoconferência ou internet."

"O Rotary precisa entrar no século XXI e aceitar que não pode exigir essa promessa de compromisso de voluntários."

Havia também uma crença que o pagamento de cotas e doações estão além do escopo do serviço voluntário, embora alguns reconheçam a necessidade de doações para a execução de projetos.

Embora este levantamento não abordasse a missão do RI e aspectos específicos do quadro associativo, várias questões interessantes foram levantadas. Foi mencionado que **a redação usada era elitista, exclusivista e soava como um culto, fazendo com que não fosse bem aceita.**

Estas observações forneceram informações que o RI deve continuar a explorar, para ver se as mensagens e explicações são muito longas, redundantes, arrogantes, genéricas e ultrapassadas. O RI talvez devesse revisar e atualizar suas mensagens para que sejam mais bem compreendidas. Mensagens para o público em geral devem ser concisas, diretas e específicas, para evitar um texto truncado e não passar a imagem de uma organização secreta.

As declarações devem ser relevantes, claras e com propósito específico para motivar o leitor.

Recursos de comunicação do RI

Os participantes do levantamento opinaram sobre alguns materiais do RI.

"O Que É o Rotary" cartão de bolso. Identifica bem o que é o Rotary.

"Esta é realmente uma organização de voluntários. Não tinha uma ideia clara ao ler a missão mas agora que vi este cartão estou interessado no Rotary."

"Eles estão fazendo o bem para muita gente!"

Há uma sensação de que a organização interessa mais aos ricos, que não abrange pessoas de outros níveis sociais e que tem um enfoque principalmente internacional. Também há a percepção de que o RI é igual a uma organização religiosa que pede dinheiro aos membros e que tem suas crenças próprias, algo particularmente mencionado no Japão.

"O Rotary é para a classe alta, não é para mim."

Mensagens importantes do Rotary Internacional *Essas mensagens deram mais informações sobre o RI e falaram alto ao coração dos participantes, mas ainda assim, resta a incerteza se eles viriam somar à organização ou não.*

“O que eu li aqui é muito bom, pois informa fatos.”

Em todos os mercados pesquisados, muitas pessoas acham que o enfoque internacional e no combate à pólio é demasiado. Elas prefeririam ouvir e aprender sobre iniciativas e conquistas locais para se sentirem propensas a se envolver.

Anúncios de utilidade pública Dos anúncios de utilidade pública criados nos últimos anos, a série Humanidade em Ação foi muito bem recebida e aceita, sem contudo haver um consenso quanto a um design específico dos anúncios, já que isso varia de região a região.

Conclusão

No geral a estrutura e modelo dos clubes continuam sendo viáveis, entretanto, há alguns desafios que a organização tem que vencer para continuar relevante nessa época em que as pessoas têm muitas responsabilidades profissionais e pessoais.

Os resultados das pesquisas mostram que o RI enfrenta problemas nas seguintes categorias:

- Conscientização pública
- Imagem pública
- Voluntários e rede de contatos
- Compromisso de tempo
- Mensagens do RI

Conscientização do público e imagem pública

Há grande deficiência de conhecimento do público sobre o que é o Rotary, o que faz e o que realiza local e internacionalmente. A princípio as pessoas estão mais interessadas em saber o que pode ser feito em suas comunidades. Isto pode ser comprovado pelos levantamentos internos do RI entre associados veteranos e os que deram baixa. As pessoas costumam se associar tendo em vista o que podem fazer por suas comunidades, mas alguns anos após se associarem, começam a se preocupar com a comunidade internacional.

A percepção sobre o Rotary nos dois grupos pesquisados está desatualizada (elitista, homens de negócios, ricos, etc.), muito semelhante a resultados encontrados em anos anteriores. Esta percepção persiste em função das pessoas não saberem o que o Rotary faz ou já fez. A noção de que o Rotary é fundamentalmente uma organização masculina que não aceita mulheres é ainda muito difundida.

Embora a administração do Rotary tenha salientado a clubes e rotarianos a importância de se recrutar novos associados, esta tarefa é dificultada pelo fato de o público em geral não conhecer os trabalhos da organização e ter uma percepção negativa sobre esta.

Além disso, algumas entidades de grande porte em determinados países ficaram conhecidas pelo mau uso de verbas, criando ceticismo contra qualquer organização de estrutura semelhante. Os respondentes indicaram que transparência financeira e compreensão da missão, estrutura e realizações da entidade ajudariam a aumentar o interesse em se associar.

Voluntariado e networking

No geral, as pessoas disseram ter vontade de se voluntariar e que tinham várias opções de organizações para prestar serviços. A maioria admira o ato de fazer trabalhos voluntários, mas

gostariam de ter uma melhor compreensão sobre a organização e mais flexibilidade, como também o que é esperado do voluntário. Houve diferenças nos resultados encontrados com relação à organização ser usada para fazer contatos profissionais, alguns achando que este não deve ser o propósito em si, outros achando isto natural. Esta pesquisa não indica que networking seja uma razão para se fazer parte da organização, todavia, é muito positivo saber que a entidade oferece oportunidades de fazer amizades e ter contato com outros profissionais.

Compromisso de tempo

A disponibilidade de tempo foi considerada fator crítico por todos. Assim que se falava em ter que comparecer a uma reunião uma vez por semana, ou mesmo a cada duas semanas, a resposta era sempre que não tinham como encaixar este tipo de compromisso em suas vidas. A necessidade de equilíbrio entre as diferentes obrigações era o comentário mais frequente. Em geral, as pessoas não desejam dedicar seu tempo pessoal a atividades voluntárias, mas gostariam de ter mais opções e flexibilidade para escolher como participar.

Mensagens do RI

As mensagens do RI foram no geral consideradas fora de época, longas, genéricas e irrealistas, não motivando as pessoas a buscar mais informações. As mensagens precisam ser claras, concisas e específicas.

As declarações afirmando que a organização promove o comportamento ético foram vistas com ceticismo na maioria das regiões.

“A promoção de altos padrões éticos é algo nobre, mas de quem são os padrões éticos que estão sendo promovidos?”

O uso da palavra "líder" gerou grandes discussões. Parece que a organização não define bem quem e o que vem a ser um líder (prefeito, diretor, juiz, etc.). A maioria se sentiu excluída ao ouvir a palavra líder, que consideram elitista, mesmo quando eram pessoas que exerciam cargo de liderança.

Recomendações

Essas são as recomendações, com base nos resultados encontrados:

- **Imagem pública de clube.** Divulgação de anúncio sobre o clube, anúncio de utilidade pública e artigos de projetos que demonstrem ação local. Os clubes devem veicular anúncios de utilidade pública e outros artigos que falem de projetos específicos e que deem notícias. Os clubes devem ser incentivados a manter websites atualizados e interessantes. Os clubes são os principais elos na corrente de transmissão das mensagens rotárias à comunidade.
- **Ações e realizações.** Anúncios e artigos demonstram o que os projetos realizaram, atraindo pessoas interessadas em melhorar a comunidade.
- **Ferramentas de relações públicas.** O Rotary deve criar e distribuir informações bem detalhadas aos clubes e distritos, como modelos e dicas. Tais recursos devem ser comunicados de imediato e disponibilizados aos clubes e distritos.
- **Mensagens do RI.** O Rotary deve criar mensagens, como sua missão, que sejam concisas, claras e específicas, mostrando o que pode ser realizado pelos Rotary Clubs em suas comunidades. Contudo, as mensagens deveriam também ser relevantes a associados potenciais, devendo ser testadas regularmente quanto a sua clareza e propósito.

- Relações públicas e propaganda integrados e direcionados. Anúncios (inclusive de utilidade pública) voltados a mulheres e jovens. A percepção de que mulheres não podem se associar tem que acabar.
- Programa-piloto para campanhas específicas de imagem pública, ou recursos que possibilitem a ajuda. Testar vários materiais de ajuda e de comunicações usados pelo clube.
- Comunicação constante. Há inúmeras opções de como as pessoas podem se envolver e voluntariar seu tempo, portanto, o Rotary precisa transmiti-las constantemente ao público.
- Companheirismo e atividades familiares. Companheirismo e atividades familiares deveriam ser mais enfatizados como benefícios resultantes da associação a um Rotary Club.
- Requisitos de frequência. Deve-se incentivar e certificar-se de que os clubes informem os associados potenciais que a exigência é de 50% de comparecimento às reuniões, não 100%, pois este seria um requisito aquém das possibilidades da pessoa conseguir cumprir seus compromissos pessoais, profissionais e com o clube. Além disso, o requisito de frequência de 50% consta dos documentos estatutários do RI.
- Novas mídias. Novas tecnologias e mídias devem ser usadas para divulgação das mensagens do RI. O uso do *You Tube, FaceBook, LinkedIn, Orkut, Bebo, Hi5, etc.* precisa ser mais difundido regionalmente. Estes continuarão a ganhar mais visibilidade e as novas tecnologias devem ser empregadas em treinamentos, melhores práticas, coletas de informações e para se comunicar.
- Conselho de Legislação. Propostas que poderiam abordar os desafios apresentados acima devem ser submetidas ao Conselho de Legislação de 2013, principalmente relativas a frequência de participação em reuniões, e-clubs e alternativas de associação.
- Oportunidades de desenvolvimento do quadro associativo. Os associados potenciais devem encontrar no clube, categorias realistas e específicas nas quais se enquadrem, como jovens da geração 'X' e 'Y', pessoas do baby boom, mulheres profissionais, etc. Também deve ser levado em conta o tempo e grau de compromisso exigido do associado.

Mais uma vez, o propósito desta pesquisa foi identificar desafios e obstáculos referentes aos dois segmentos demográficos analisados, para compreender suas percepções sobre a organização. Qualquer comentário negativo deve ser visto como uma oportunidade para melhorar nossos meios de comunicação, mensagens, técnicas e normas.

Os relatórios completos podem ser obtidos na Divisão de Desenvolvimento do Quadro Associativo.

Informações que devem ser consideradas são as tendências relativas a oportunidades de serviços voluntários, atividades humanitárias de organizações maiores e rede de contatos profissionais.

Há inúmeras opções para que as pessoas se envolvam em prestação de serviços humanitários na comunidade local e internacional e possibilidades de formar novos contatos pessoais e profissionais. Só em Chicago, IL, EUA, ao fazer uma busca na internet foram encontradas 789 oportunidades para se prestar serviços. As catástrofes recentes no mundo jogam luz à quantidade de opções que as pessoas têm de voluntariar.

Serviços humanitários ou filantrópicos são a regra, e não mais a exceção, para a maioria das multinacionais e grandes corporações. O voluntariado e a ajuda ao próximo são altamente aceitos e esperados dessas organizações.

Além disso, a maioria das profissões é ligada a associações que fornecem educação continuada e possibilidade de estabelecer contatos. Sites de rede social têm se popularizado como modo de se manter em contato com colegas e ex-colegas de profissão.

Em resumo, oportunidades estão disponíveis cada vez mais, para pessoas que desejam contribuir com a sociedade, seja com seu tempo ou dinheiro, e se integrar com grupos que tenham o mesmo interesse ou profissão. O Rotary International e os Rotary Clubs devem permanecer na vanguarda e se transformar para continuar sendo excelentes opções para os voluntários.

Final