



# GUIA PROMOCIONAL PARA PROJETOS HUMANITÁRIOS

## FAZENDO O BEM NO MUNDO

*Diretrizes para a promoção de projetos e atividades financiados pelos programas humanitários da Fundação Rotária do Rotary Internacional.*

Rotarianos que servem seus semelhantes por intermédio de programas humanitários da Fundação Rotária estão “fazendo o bem no mundo”, parte importante da missão da Fundação. Mas e quanto à missão da entidade de promover a boa vontade, paz e compreensão mundial? Para cumprir o propósito da Fundação é essencial divulgar ao maior número de pessoas possível as atividades humanitárias do Rotary. A maneira mais eficaz de fazer isso é por meio da mídia e de atividades de relações públicas.

Projetos humanitários financiados pela Fundação podem contar com a participação de rotarianos de dois ou mais países, o que significa que as atividades podem ser promovidas em pelo menos dois mercados.

Utilizar a mídia de dois ou mais países para divulgar matérias sobre o trabalho de prestação de serviços do Rotary aumenta:

- Compreensão e boa vontade internacionais
- Conscientização, participação e apoio público

É importante utilizar estratégias de relações públicas para permanecer competitivos no mercado de atualidades. Quando a mídia divulga uma história rotária não só a imagem pública do Rotary sai fortalecida e suas chances de receber mais cobertura aumentam, mas também podemos atrair novos sócios, beneficiários, voluntários e pessoas que podem no futuro vir a apoiar projetos do Rotary.

As iniciativas de promoção da imagem pública do Rotary só são bem-sucedidas quando clubes e distritos se mobilizam, o que mostra a importância de esforços de relações públicas em nível local. Certifique-se de que sua história desperta interesse local mesmo quando o projeto for conduzido em outro país.

Utilize estas diretrizes para junto com os presidentes da comissão distrital da Fundação Rotária e da comissão distrital de relações públicas dos distritos envolvidos no projeto planejar a estratégia da divulgação deste pela mídia.



## PLANEJAMENTO

Todas as atividades humanitárias são histórias potenciais para a mídia, mas transformar esse potencial em publicidade eficaz requer planejamento. Mesmo antes do financiamento ser aprovado, solicite ajuda e ideias de todas as pessoas interessadas, inclusive governadores e presidentes da comissão de relações públicas e da comissão da Fundação Rotária de distritos participantes. É importante também informar outras organizações e autoridades que possam vir a dar apoio ao projeto ou atividade.

Desenvolva um plano promocional que assegure participação, apoio e reconhecimento do público às atividades humanitárias do Rotary e inclua os elementos essenciais deste plano na proposta de solicitação do subsídio. Veja a seguir como desenvolver um plano promocional coordenado.

### Relações com a comunidade

Para desenvolver um plano promocional coordenado, peça apoio a diferentes setores da comunidade. Representantes do governo e outras organizações podem oferecer sugestões, endossar projetos, e atrair a atenção da mídia, enquanto educadores, profissionais da área de saúde e outras autoridades podem auxiliar na promoção dos projetos através de seus testemunhos pessoais. A comunidade profissional e empresarial pode doar equipamentos, instalações ou serviços além de proporcionar apoio financeiro. Líderes religiosos e comunitários podem dar suporte, promover a aceitação do projeto e divulgá-lo a diferentes audiências.



**ROTARY INTERNATIONAL®**

One Rotary Center

1560 Sherman Avenue

Evanston, IL 60201-3698 EUA

[www.rotary.org](http://www.rotary.org)

## Mídia

Elabore uma lista dos contatos apropriados nas áreas de mídia impressa, eletrônica e digital em todos os distritos participantes da atividade.

Faça resumos de uma página sobre o projeto e um curto perfil biográfico dos participantes-chave.

Informe a mídia sobre o projeto humanitário antes de seu início (considere eventos inaugurais), durante o desenvolvimento (destaque acontecimentos significativos) e após a conclusão (quantifique os resultados e relate experiências pessoais). Divulgação de atividades envolvendo trabalho de voluntários é mais convincente do que apresentações rotineiras de entrega de doações.

Ilustre o projeto com fotos, vídeos e testemunhos de autoridades e pessoas beneficiadas. Inclua a produção desses recursos como parte do plano de implementação do projeto.

Ofereça-se ou peça que outras pessoas qualificadas sejam porta-vozes e informe aos jornalistas sobre quem está mais apto a servir de contato, indicando como e quando encontrá-los. Se o porta-voz não for rotariano, certifique-se de que tenha materiais de apoio e sólido conhecimento sobre o Rotary. O Rotary proporciona folhas de dados em preparação para eventos de mídia.

A cobertura da mídia em países que não fazem parte do projeto aumenta a conscientização pública sobre dificuldades existentes em países em desenvolvimento e o trabalho do Rotary para atender a tais necessidades. Reportagens podem ajudar a arrecadar fundos para projetos e, quando reproduzidas em publicações de organizações colaboradoras, dar projeção a determinados projetos.

## Mídia social

Mídia social proporciona a oportunidade de interação a usuários interessados em compartilhar informações através de ideias e opiniões postadas em websites, inclusive fóruns de discussão, blogs e painéis de mensagens. Sites de rede social podem ajudar a promover projetos humanitários e proporcionar a pessoas com valores e interesses semelhantes a chance de se comunicar on-line. Sites de rede social podem dar projeção e apoio ao projeto e ao Rotary.

Blogs (abreviação de Web logs) são websites em que os autores podem fazer atualizações frequentes rapidamente, sendo uma maneira fácil e barata de divulgar seus projetos humanitários on-line. Como muitos jornalistas usam blogs para reportagens, eles também são uma oportunidade de levar suas histórias rotárias à mídia. Por exemplo, considere a possibilidade de criar um blog no início da implementação do projeto humanitário e atualizá-lo à medida que o projeto se desenvolve, com testemunhos pessoais, fotos e vídeos. Coloque o link do blog no comunicado que enviar aos canais locais de mídia. Desta maneira, estará oferecendo aos jornalistas a chance de acompanhar o progresso do projeto e criar outras histórias.

Podcasts (abreviação de iPod e broadcast) são arquivos de áudio digital distribuídos na internet normalmente através de um serviço de assinatura. Assim como no caso de blogs, os podcasts de mais sucesso são normalmente curtos e com enfoque específico. Pode-se, por exemplo, criar um podcast que documente seu projeto e inclua uma entrevista com um beneficiário dele. Não deixe de incluir um link do podcast no comunicado à mídia, oferecendo sons e testemunhos de impacto que tornarão a história mais interessante.

Um vídeo emocionante documentando o projeto também pode atrair atenção. A internet possibilita o upload de vídeos tão facilmente quanto o de arquivos escritos. Existem diversos sites de vídeos que são um ótimo fórum para promover seu projeto on-line. Cada site oferece opções que vão do simples upload até a edição do vídeo, normalmente gratuita. Considere a possibilidade de criar um vídeo que documente seu projeto e inclua testemunhos de rotarianos e pessoas beneficiadas e disponibilizá-lo à mídia local. Visite o canal do Rotary no YouTube e assista anúncios de utilidade pública e vídeos que mostram o trabalho do Rotary.

## Eventos especiais

Desfiles, recepções, cerimônias de posse ou inaugurais e entrega de prêmios de reconhecimento podem auxiliar a captar a atenção pública para atividades humanitárias. Com talento e imaginação, o impacto do serviço prestado pode ser ressaltado (independente de estar acontecendo, ter acontecido ou estar por acontecer). Para participantes, considere tanto dignitários e/ou autoridades e celebridades como aqueles que implementaram o projeto e/ou foram beneficiadas por ele. Mantenha discursos curtos e narrativas interessantes.

Coloque estes eventos nos seus planos e avise a mídia antecipadamente.

## Materiais expositivos, pôsteres e folhetos de propaganda

Promoção é geralmente ponto-chave para o sucesso do projeto, auxiliando a recrutar participantes, obter parceiros e/ou gerar fundos adicionais. Quando possível, utilize serviços de designers profissionais e o mesmo design em todas as publicações, materiais expositivos ou de informação pública. Dê identidade própria ao projeto.

Encontre meios de utilizar o emblema do Rotary, seja em comunicados enviados à mídia em papel timbrado do governador de distrito ou em bonés ou camisetas usados pelos participantes quando forem fotografados. Consulte o Guia de Identidade Visual do RI (547-PT) para mais informações sobre o uso do emblema.

## Materiais de referência para relações públicas

Ao desenvolver materiais para a mídia deve-se incluir breves explicações sobre o Rotary e a Fundação Rotária, citando atividades rotárias da mesma natureza que estão ocorrendo em outros lugares do mundo. Eis alguns exemplos de frases que podem ser usadas:

- Fundado em 1905, o Rotary International conta com 33.000 clubes e 1,2 milhão de sócios em mais de 200 países e regiões geográficas.
- Por intermédio da Fundação Rotária, essa rede global conduz atividades educacionais e humanitárias para promover a paz e compreensão mundial e melhorar as condições de vida da população. Desde 1947, a Fundação Rotária alocou em torno de US\$2 bilhões para programas humanitários, educacionais e culturais.

- Atender a necessidades humanitárias identificadas por rotarianos em suas comunidades com o objetivo de prover desenvolvimento sustentável.

Folhas de dados sobre o Rotary International e a Fundação Rotária podem ser baixados no site [www.rotary.org](http://www.rotary.org). Informações adicionais e exemplos de Comunicados à Imprensa são fornecidos pela divisão de relações públicas do RI pelo tel.: +1-847-866-3000; fax: +1-847-866-8237; ou e-mail: [pr@rotary.org](mailto:pr@rotary.org).

## Ferramentas de relações públicas

Relações Públicas Eficazes: Guia para Rotary Clubs (257-PT)

Faça o download dos anúncios de utilidade pública da campanha Humanidade em Ação: [www.rotary.org](http://www.rotary.org)

Encomende os anúncios de utilidade pública da campanha Humanidade em Ação

Folhas de dados do Rotary: [www.rotary.org](http://www.rotary.org)

Cadastre-se para receber o boletim *Rotary PR Tips* [www.rotary.org](http://www.rotary.org)

Informações adicionais sobre os materiais mencionados e outros recursos do RI podem ser encomendados por meio do Catálogo do RI (019-PT) ou no site [shop.rotary.org](http://shop.rotary.org).

---

## ESTUDO DE CASO

Leia como o projeto 3-H descrito abaixo utilizou todas as técnicas citadas neste guia e considere com poderiam ser adaptadas ao seu projeto.

### Programa CLE nas Filipinas

Em muitas escolas nas Filipinas existe uma proporção de 50 alunos por professor, poucas salas de aula, falta de instrutores, péssimas condições de manutenção do espaço e alta taxa de analfabetismo entre os alunos. O Distrito 3800 (Filipinas) adotou a Abordagem Linguística Concentrada, método conhecido internacionalmente pelo nome de CLE, que mostrou-se eficaz ao ensinar alunos de escolas de ensino fundamental a ler, escrever e compreender inglês.

### Planejamento

Um grupo de rotarianos formou uma comissão acadêmica, coletando dados e atualizando manuais de professores antes mesmo do início dos esforços promocionais. A comissão decidiu que seu público-alvo nos esforços publicitários devia ser alunos, pais, professores, a prefeitura local e organizações não-governamentais locais.

### Eventos especiais

O distrito fez um concurso entre 16 escolas de Mandaluyong City. Cada escola criou exposições sobre o método CLE, explicando o que ele é e como beneficia professores e alunos. As

exposições foram colocadas próximo às entradas principais das escolas, proporcionando grande visibilidade, informação e conscientização. O distrito ofereceu prêmios de US\$200 a US\$300 às três melhores exposições com base em conteúdo e design.

## Relações com a comunidade

Graças ao sucesso do método CLE, o departamento de educação determinou que todas as escolas no país devem ter bibliotecas próprias. O distrito também colocou pôsteres promocionais em algumas das bibliotecas.

## Mídia

Uma rede de televisão governamental convidou rotarianos do Distrito 3800 a discutir o método CLE e maneiras de ele ser um instrumento eficaz na alfabetização de alunos. Com transmissão nacional, o programa ajudou a divulgar o trabalho do Rotary com o método.

## Exibição

Os Rotary Clubs do distrito fizeram camisetas informativas com os logotipos do Rotary e do CLE e as ofereceram a alunos e professores. Os clubes também distribuíram cópias de livretos com o logotipo do Rotary e informações sobre o programa.

## Resultados e reconhecimento

Com o método CLE, o Rotary ajudou a treinar 350 professores e aproximadamente 15.000 alunos. Os ex-participantes do projeto agem como embaixadores divulgando o método, além de uma imagem positiva do Rotary. O distrito recebeu também uma carta de apoio do departamento de educação.



DATA: 02/20/07  
TEL.: 123-456-7890  
E-MAIL: name@emailaddress.net  
WEB: www.rotary.org

---

# COMUNICADO À MÍDIA

---

Contato: Pete Helow  
PARA VEICULAÇÃO IMEDIATA

---

## Rotary Club de Jacksonville recebe subsídio no valor de US\$150.000 para ajudar a entidade *Mercy Ships*

**Jacksonville, Flórida, 20 de fevereiro, 2007** — O Rotary Club de Jacksonville recebeu da Fundação Rotária do Rotary International um Subsídio Equivalente no valor de US\$150.000 em apoio ao navio *Africa Mercy* da entidade *Mercy Ships*.

O clube contribuirá mais de US\$480.000 para o mesmo projeto e o coordenará internacionalmente através de parceria com os Rotary Clubs de Tema, em Gana, e Monrovia, na Libéria. A parceria internacional foi fator-chave para a decisão da Fundação Rotária de outorgar o subsídio ao clube de Jacksonville.

“Este projeto vai melhorar as condições de vida de muitas pessoas na região oeste da África e ajudar a promover relações de boa vontade entre os três países”, conta Jerry Knauer, presidente do Rotary Club de Jacksonville. “Nosso clube procura concentrar seus esforços não apenas em obras de caridades locais, mas, também, em países mais carentes.”

O subsídio de US\$150.000 é a maior contribuição recebida pelos clubes do Distrito Rotário 6970, formado por 57 clubes nas regiões norte e central da Flórida.

“O Rotary tem sido um parceiro extraordinário da entidade *Mercy Ships* por mais de 20 anos. Temos orgulho dessa relação em nosso país e no exterior”, afirma Don Stephens, fundador e presidente da *Mercy Ships*.

Em visita a Jacksonville, no ano passado, o ex-primeiro-ministro inglês John Major informou o clube de Jacksonville da necessidade premente de uma parceria com a África através da *Mercy Ships*.

O navio-hospital *Africa Mercy*, de cerca de 15.000 toneladas, dará início à sua missão de proporcionar atendimento médico e assistência na África nesta primavera, quando segue com destino à Libéria. O presidente do Rotary Club de Tema, Ako Odotei, anunciou a parceria de Gana no projeto enquanto estava a bordo do navio em seu país na semana passada.

O Rotary International é uma organização de líderes profissionais, empresariais e comunitários que prestam serviços humanitários e ajudam a promover a paz e a boa vontade no mundo. Mais de 33.000 Rotary Clubs congregam aproximadamente 1,2 milhão de rotarianos em cerca de 200 países e regiões geográficas. Aprenda mais em [www.rotary.org](http://www.rotary.org).

###

## MODELO DE COMUNICADO À MÍDIA

Use este formulário para fazer um comunicado à mídia divulgando o subsídio com suas próprias palavras. Se possível, inclua uma foto.

DATA:  
TEL.:  
E-MAIL:  
WEB:

# COMUNICADO À MÍDIA

**Contato: (Nome)**  
**PARA VEICULAÇÃO IMEDIATA**

**(Insira um título que use verbos na voz ativa)**

1º parágrafo

**(CIDADE/DATA)** — O Rotary Club de [Nome] recebeu [descreva o subsídio 3-H ou equivalente, respondendo às perguntas quem, o quê, onde, quando e por quê] da Fundação Rotária do Rotary International.

2º parágrafo

[Cite todos os envolvidos, inclusive Rotary Clubs, profissionais e organizações que estão participando do projeto.]

3º parágrafo

[Use este parágrafo para fornecer dados estatísticos que podem ajudar a explicar a importância do Subsídio Humanitário ou 3-H.]

4º parágrafo

[Insira uma citação de algum rotariano ou beneficiário do programa.]

5º parágrafo

[Explique brevemente o processo, incluindo a maneira como os fundos serão alocados e datas importantes sempre que apropriado.]

Último parágrafo

O Rotary International é uma organização de líderes profissionais, empresariais e comunitários que prestam serviços humanitários e ajudam a promover a paz e a boa vontade no mundo. Mais de 33.000 Rotary Clubs congregam aproximadamente 1,2 milhão de rotarianos em cerca de 200 países e regiões geográficas. Saiba mais no site [www.rotary.org](http://www.rotary.org) [ou website do Rotary Club ou distrito].

###