



A construção de uma política de Comunicação Institucional para o Rotary Club Guarapuava Lagoa: dois anos de ações¹

Francismar FORMENTÃO²
Marcio FERNANDES³

Resumo

Trata-se de um Relato de Experiência sobre o processo de construção de uma política de Comunicação Institucional para o Rotary Club Guarapuava Lagoa, clube de serviço atuante em Guarapuava (PR) há mais de 30 anos. O Relato em questão aborda os princípios e apresenta ações havidas no espaço 2011-2013, em especial nos aspectos relativos ao relacionamento permanente com a Mídia da cidade e da região central como um todo, como parte de um projeto maior de tornar o Rotary Club Guarapuava Lagoa uma referência em propostas de cunho social e também educacional. Tais propostas, ressalta-se, vão ao encontro de preceitos defendidos pelo Rotary International, uma agremiação existente há mais de 100 anos e presente no mundo todo.

Palavras-chave

Rotary International; Rotary Club Guarapuava Lagoa; Relacionamento com a Mídia; Política de Comunicação Institucional

Presente em 215 países, o Rotary International é uma gigantesca agremiação que reúne 1,2 milhão de pessoas sob o guarda-chuva do lema 'Dar de si antes de pensar em si'. Organizado sob a forma de Distritos (são 538, espalhados pelas 215 nações) e Clubes (cerca de 34 mil), a entidade é uma marca amplamente globalizada em diversos aspectos e que conta com diversas unidades de apoio, como prescrito oficialmente pela entidade (2013) em seu portal oficial:

A família rotária vai além de rotarianos e clubes; ela é composta também de pessoas altruístas que ajudam a organização a fazer o bem. Grupos como o Rotaract, Interact e Núcleos Rotary de Desenvolvimento Comunitário trabalham lado a lado com os clubes oferecendo seus talentos pessoais para melhorar a qualidade de vida de suas comunidades.

¹ Trabalho apresentado na modalidade Relato de Experiência na IV Conferência Sul-Americana e IX Conferência Brasileira de Mídia Cidadã.

² Jornalista diplomado. Professor do Departamento de Comunicação Social (Decs) da Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro) e membro do Rotary International. E-mail: fformentao@yahoo.com.br

³ Jornalista diplomado. Professor do Departamento de Comunicação Social (Decs) da Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro) e membro do Rotary International. E-mail: marciorf@globo.com



Mesmo no Rotaract (pessoas de 18 a 30 anos) e no Interact (jovens até 18 anos), os números são superlativos: no primeiro caso, há 200 mil associados no corrente ano, organizados em quase 9 mil clubes mundo afora. No segundo cenário, há cerca de 315 mil filiados, em quase 14 mil clubes. Os Núcleos Rotary de Desenvolvimento Comunitário somam 7,2 mil unidades, agrupando mais de 160 mil pessoas.

Em termos midiáticos, Rotary International mantém uma rede regular de 30 revistas, publicadas em 24 idiomas e que, somadas, atingem 800 mil exemplares mensais. Só a Brasil Rotário, por exemplo, circula ininterruptamente desde 1924 e, a cada 30 dias, 54 mil cópias são impressas. Já a série Rotary Video Magazine (RVM) está em sua quinta coletânea, cujos temas vão desde como prestar assistência em caso de desastres naturais (caso do Sri Lanka) até quanto à formação de novos líderes do futuro (Estados Unidos). E esta cadeia de magazines e a série RVM são somente duas das estratégias de Comunicação levadas adiante pela agremiação mundial de serviços sociais e educacionais.

No microcosmos que é o Rotary Club Guarapuava Lagoa, fundado no final dos anos 1970, trabalha-se insistentemente desde 2011 na construção de uma política de Comunicação Institucional para a entidade que, ao mesmo tempo em que mantenha consonância com o disposto pelo Rotary International, seja capaz de atender peculiaridades regionais. Composto por não mais de 35 membros regulares, o Rotary Club Guarapuava Lagoa desenvolve desde projetos como o Costelão do Rotary (evento anual, em dezembro, para quase 900 participantes), o Pelotão Esperança (que, em associação com o 26. Grupo de Artilharia de Campanha/GAC do Exército Brasileiro, atende 150 adolescentes em situação de risco) e a campanha contra a paralisia infantil até a defesa incondicional da construção de um hospital regional público (incluindo especialidades de alta complexidade) capaz de atender a região Centro do Paraná – além de uma bem sucedida campanha em favor da paz no trânsito de Guarapuava, com a consequente diminuição no número de acidentes e vítimas com ferimentos ou fatais.

Este Relato de Experiência, portanto, apresenta diversos aspectos desse trabalho permanente de construção de uma política comunicacional para o Rotary Club Guarapuava Lagoa baseada no relacionamento com a Mídia local e regional. O caso da campanha 'Se liga nessa faixa' talvez tenha sido o melhor case ao longo desses dois anos, com vasta aceitação pela sociedade e pelos meios de Comunicação de Guarapuava e cercanias.

E se a faixa parasse em cima de você?

Defendendo a ótica de que é vital para Guarapuava a existência de um melhor relacionamento entre pedestres e motoristas, notadamente junto às faixas de segurança, a campanha *Se liga...* lançou em agosto de 2012 o mote 'E se a faixa parasse em cima de você?', uma mensagem claramente direcionada aos motoristas. VT para Televisão, spot radiofônico, folheteria impressa (cartaz, flyer e adesivo para automóvel) e faixas de uso externo, dentre outros itens, foram produzidos e amplamente difundidos de agosto a outubro de 2012. Uma concorrida Coletiva de Imprensa havida em meados de agosto do ano em questão serviu de ponto de partida e sinalização de que havia muito espaço na sociedade regional para o alerta que a campanha fazia.

O marco teórico para tal iniciativa consistia no fato de que o conhecimento sobre a Comunicação surge principalmente devido à proliferação de diversos sistemas de transmissão de dados, com destaque para a idéia da comunicação como sendo aquela da reprodução dos estados mentais (MATTELART, 2004). Neste sentido, diz o autor, “é preciso pensar de maneira diferente, portanto, a questão da Liberdade e da Democracia. A liberdade política não pode se resumir no direito de exercer a própria vontade. Ela reside igualmente no direito de dominar o processo de formação dessa vontade” (MATTELART, idem, p. 187).

Pensando nas possibilidades de relação entre os diversos conhecimentos, a Filosofia da Linguagem do pensador Mikhail BAKHTIN apresenta a alteridade e o dialogismo como métodos, não pensando a alteridade como diferença ou como par antagônico do sujeito. Não estabelece também ordenação, combinação de ordem valorativa ou normativa. O significado da alteridade ocorre entre o Eu e o Outro como interação em que ambos se incluem mutuamente. As relações recíprocas se definem na tríade eu-para-mim, no outro-para-mim e no eu-para-o outro, como ação concreta, ato em realização que requer compreensão responsiva e assunção responsável (responsabilidade) de ordem ética e cognitiva. Nesse processo, os sujeitos participam ativamente da interação, experienciam o mundo em ação situada, avaliativa e valorada. O método de estudo da Comunicação centrado na semiótica bakhtiniana tem o signo ideológico como fator na interação e na socialização do Homem e mais ainda, propulsor da ação material que transforma o próprio Homem e a natureza.

Os signos, portanto, assumem forma e conteúdo, conduzindo o sentido para a materialização dos processos de Comunicação. Desta forma deve-se pensar a prática de Assessoria de Comunicação em uma atividade extensionista (em favor de uma comunidade), o que fez surgir o projeto da campanha *Se liga...*, reunindo o espaço universitário (professores e alunos de Comunicação foram os gestores intelectuais da proposta), diversos organismos de ação coletiva (o Rotary Lagoa, o órgão de trânsito de Guarapuava, a Polícia Militar do Paraná, etc) e a Mídia em si (veículos como Rede Sul de Notícias/RSN, RPC TV, TV Araucária Guarapuava, Rádio Cultura AM Guarapuava, etc).

Em uma reportagem de agosto de 2012, a Rede Sul de Notícias espelhou a ampla aceitação em questão, conforme se vê pelo abaixo reproduzido:

Uma campanha de educação no trânsito começou hoje, quarta-feira (1º) em Guarapuava e tem a assinatura do Rotary Clube Lagoa, com apoio da Unicentro, 16º. BPM, Prefeitura. O lançamento aconteceu no Kuster Hotel e terá dois meses de duração, até 25 de setembro. “E se a faixa parasse em cima de você?”. Essa frase norteia a campanha que é direcionada a pedestres e motoristas e numa primeira etapa visa justamente chamar a atenção para o respeito à faixa de pedestres. Panfletos, vídeos, spots, cartazes, adesivos e camisetas compõem as peças publicitárias criadas por alunos dos terceiro e quarto anos de Publicidade e Propaganda da Unicentro. De acordo com os acadêmicos Ana Carla Deparis e Elton Gutoch Rosa, a abordagem corpo-a-corpo também será feita e de uma forma descontraída. Um cronograma de atividades que serão desenvolvidas no decorrer da campanha será divulgado nos próximos dias. Para Ademir Suda, presidente do Rotary Clube Lagoa, a problemática do trânsito se agrava a cada dia e faz com que pessoas continuem morrendo. “Precisamos criar uma consciência de que todos são responsáveis. Por isso, o Rotary e seus parceiros encampam essa campanha”, afirmou. De acordo com o secretário municipal de Habitação, Francisco Andreato, que representou a Prefeitura, a educação no trânsito é uma questão de cidadania. Já o sargento Mariani, do Pelotão de Trânsito da Polícia Militar, a educação no trânsito favorece o pedestre. “O motorista tem o carro que o protege e o pedestre tem apenas o seu corpo. Quantas mais ações forem feitas para a educação no trânsito menos acidentes teremos”, observou.

Para além da campanha *Se liga...* (cujos principais materiais promocionais podem ser conferidos em www.youtube.com/user/rctransito?feature=watch), outras ações têm sido constantemente realizadas junto aos meios de Comunicação, como convites para participação na reunião semanal do Rotary Lagoa (sempre às terças-feiras) e convites para a participação in loco no supramencionado Costelão, cujos recursos arrecadados (descontadas as despesas operacionais) são revertidos para os projetos sociais e educacionais executados e/ou patrocinados pelo clube. Desde 2011, há outro ponto positivo a salientar: a frequente presença de membros do Rotary Lagoa em entrevistas ao vivo ou gravadas em programas de TV e/ou



Rádio de Guarapuava e região, sejam em caráter atemporal (para difusão do clube como um todo) ou promovendo uma ação pontual (como a Arrecadação Solidária 2013, que fez a coleta de mais de 25 mil peças de roupas e 5 toneladas de alimentos doados por moradores de Guarapuava, no mês de maio de 2013).

Sinais de que o caminho correto está sendo trilhado

Dois recentes sinais (surgidos em junho de 2013) indicam que a política de Comunicação Institucional do Rotary Club Guarapuava Lagoa está no caminho correto: nesse mês, a entidade guarapuavana conquistou dois prêmios durante a conferência anual do Distrito 4640 do Rotary International, que reuniu cerca de 1 mil rotarianos de quase 100 clubes na cidade de Cascavel, Oeste do Paraná – o 4640, aliás, é um dos maiores distritos rotarianos da América. Uma das distinções foi exatamente a campanha *Se liga...*, considerada modelo no ano 2012/2013 de projeto educacional no âmbito do Distrito 4640. A segunda honraria acabou sendo ainda mais direta quanto à correção da política comunicacional em questão: dentre os mencionados clubes do Distrito, o Guarapuava Lagoa foi o destaque na modalidade Relacionamento com a Mídia.

Há mais: o próximo passo relevante está decidido. No instante em que estas linhas são escritas, o Rotary Club Guarapuava Lagoa se prepara para estreitar uma coluna quinzenal no jornal Diário de Guarapuava, o maior e mais importante periódico impresso do Centro do Estado. Para além de conquistar um espaço relevante na mídia regional, na editoria de Opinião do Diário, há de se renovar o desafio de continuar/começar a executar/apoiar projetos inovadores que, para adiante do benefício social em si de cada um, sejam capazes de serem transformados em notícia, a partir de critérios universais de noticiabilidade e em acordo com os preceitos de Mídia Cidadã fortemente defendidos pelo global player Rotary International.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- KOPPLIN, Elisa; FERRARETO, Luiz Artur. **Assessoria de Imprensa: teoria e prática**. Porto Alegre: Sagra, 1993.



IX Conferência Brasileira de
Mídia Cidadã
IV Conferência Sul-Americana de Mídia Cidadã

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História das Teorias da Comunicação.**

São Paulo: Loyola, 2004.

REDE SUL DE NOTÍCIAS, www.redesuldenoticias.com.br

ROTARY INTERNATIONAL, www.rotary.org