

Na última reunião do ano, alegria de receber o Presidente 2020-21!

A reunião de fim-de-ano do clube não escapou às mudanças e adaptações que o ano de 2020 trouxe para toda a humanidade. Máscaras sanitárias se juntaram aos gorrinhos de Natal e o “HoHoHo!” ficou abafado, mas não menos alegre. Se as máscaras cobriam parte do rosto, não fechavam os corações e nem escondiam a emoção dos olhos de quem trocava um gesto de abraço pessoal ou pelo Zoom. Aliás, era pelos olhos que se conversava realmente desejando o melhor dos sentimentos de fraternidade e amizade, de companheirismo e confiança no servir; tudo com a certeza de que as dificuldades passarão e o novo ano vai trazer a renovação da vida, das relações sociais, do amor entre as pessoas, da solidariedade e, sobretudo, da vontade de dar de si antes de pensar em si!



Marta e Luiz Antonio

Luiz Antonio Lauter Oliveira, eleito Presidente do Rotary Club de Santa Maria Dores e sua esposa Marta, é o casal que vai presidir nosso clube no ano rotário de 2020-21.

Luiz Antonio, desde seus primeiros passos no nosso clube, mostrou sua índole de verdadeiro rotariano e da sua vocação para servir. Logo cedo premiou o clube com o belo projeto de Pintura Solidária, cujo alcance social e ambiental são suas principais características. Também participa do Banco de Alimentos de Santa Maria, ajudando no trabalho de combate à fome na cidade.

Ciente do papel de rotariano, aceitou ser presidente do clube, função que vai lhe proporcionar exercer sua liderança serena e criativa. Parabéns Luiz Antonio e Marta e votos de sucesso na gestão do nosso clube!



COMENTÁRIOS SOBRE A QUESTÃO DO MARKETING EM ROTARY

NELSON GREFF —J AN 2021

Chico Schlabitx é um velho conhecido das minhas leituras de matérias rotárias. Dele transcrevo alguns assuntos abordados num recente post de dezembro, em que o Diretor de Rotary International 2019/2021 Mário César Martins de Camargo aborda o assunto relativo ao marketing rotário.

Mário César relata que ao enviar algumas fotos dos subsídios globais dos distritos, a Shekhar Mehta, Presidente-eleito do Rotary International, notou que o rotariano brasileiro não sabe fazer o marketing da instituição. Também, que para desenvolver o Rotary, tanto em termos de gente, quanto de recursos em favor da Fundação Rotária, é preciso haver pessoas com excelência de comunicação e com habilidades e capacitação para utilização dos mais diversos recursos atualmente disponíveis.

A respeito expõe uma ideia interessante: se tivermos um comércio, não adianta a gente encher as prateleiras com produtos bons e baratos, se não houver **MARKETING** (analogia com **Fundação Rotária**). E também não é suficiente contratarmos mão de obra de vendas em quantidade, se não houver **MARKETING** (analogia com **Desenvolvimento do Quadro Associativo**).

Projetos sociais de clubes rotários só acontecem com subsídios da Fundação Rotária e esforço dos próprios clubes que captam recursos nas comunidades. Para que isso aconteça, a propaganda do que fazemos é importante, num mundo altamente veloz, com informações em tempo real e altamente voláteis. Hoje, tanto as revistas rotárias, quanto as cartas de governadores deixaram de ter sentido na forma como são veiculadas: em papel de alto custo, pois no tempo que se gasta para imprimir e remeter, o fato deixou

de ser importante e atual.

Portanto, em questão de marketing, imagem e conteúdo atualizados e dinâmicos são fundamentais.

Mário Cesar afirma: “*Não interessa à Imagem Pública o autor da façanha.*”

- 1) *tem que ser imagem de ação como ministrando gotas de vacina, examinando pacientes, construindo algo, e mão na massa;*
- 2) *tem que incluir os beneficiários do projeto: criança, velho, doente, cego, nas fotos;*
- 3) *fotos de coquetel, mesa principal, terno e gravata, não interessam...”*

Assevera que, embora nossa Instituição não vise o lucro, é preciso trabalharmos com foco em resultados, seja local, regional, nacional ou internacionalmente, para fortalecer não só o Rotary, mas os seus clubes associados e a ideia que encerra o rotarismo.

Segundo a American Marketing Association, Marketing é uma atividade, conjunto de instituições e processos para criar, comunicar, entregar e trocar ofertas que tenham valor para os consumidores, clientes, parceiros e sociedade em geral.

Então, nosso marketing deve conter estratégias para levar nossa mensagem a um público alvo, que poderá ser os próprios rotarianos, os não rotarianos, as empresas ou a imprensa.

A Imagem Pública está intimamente relacionada à forma como divulgamos as nossa marca, nossas notícias, eventos e ações. Entretanto, mais importante que mostrar nossa marca, é preciso mostrar o que ela significa, não para nós rotarianos, mas para uma comunidade onde um Rotary Club representa um porto seguro para servir.

CRIADA A POLÍTICA NACIONAL DE PAGAMENTO POR SERVIÇOS AMBIENTAIS

Matéria indicada pelo comp. Padoim

A Câmara dos Deputados aprovou o projeto que cria a PNPSA (Política Nacional de Pagamento por Serviços Ambientais), destinada a ajudar produtores rurais, indígenas, quilombolas e comunidades tradicionais a conservar áreas de preservação, com objetivos e diretrizes definidos e apoiada por um programa federal de pagamento (PFPSA). A prioridade será para os serviços ambientais providos por comunidades tradicionais, povos indígenas e agricultores familiares. A inovação é a inclusão de Reservas Particulares de Proteção Natural (RPPN), em áreas de proteção permanente (APPs) e de reserva legal, entre outras.

CONSCIÊNCIA DO PAPEL AMBIENTAL

Nelson Greff—jan 21

As iniciativas setoriais de sustentabilidade são um dos fatores que contribuem para mitigar os problemas ambientais que a Terra vai enfrentar nas próximas décadas. A preocupação com a geração dos gases do efeito estufa encontra eco em todos os setores da produção, incluindo até o setor primário. Entretanto, tudo isto só vai fazer sentido se a população tiver a consciência do seu papel como a ponte desse processo todo.

A exploração de recursos naturais está na ponta das preocupações globais, pois nosso planeta tem capacidade finita de fornecer todos os insumos necessários à vida como um todo, não apenas à humana.

A produção de alimentos mundiais, especialmente a brasileira, cresceu significativamente, mas ainda assim não chega a todos os seres humanos. Áreas agriculturáveis e de produção de proteína animal requerem enormes áreas de cultivo e de pastoreio, à custa da redução de áreas de floresta responsáveis

NEUTRALIZAÇÃO DO CARBONO PARA TORNAR O PLANETA SUSTENTÁVEL

Extraído de matéria do Correio do Povo

O uso de recursos renováveis e processos produtivos sustentáveis serão fatores determinantes para sobrevivência no mercado em um futuro bem próximo. Fontes renováveis de energia, redução das emissões de gases do efeito estufa estão nas metas das grandes indústrias.

O polietileno l'm green™ bio-based produzido pela Braskem na região Sul do país, a partir da cana-de-açúcar, já está presente em produtos de mais de 200 marcas no mundo. O produto captura até 3,09 ton de CO2 por tonelada produzida.

pela segregação do carbono. O consumo crescente de energia elétrica encontra déficit de produção nas hidrelétricas, devido às alterações nos regimes hídricos, pressionando o uso de fontes não renováveis.

O tema encontra ressonância na reeducação da população para o consumo sustentável, em todos os sentidos e todos os campos da atividade humana. Desde a redução do consumo até a reciclagem, etapas importantes desse processo se desdobram no dia-a-dia de cada um, reflexo das atitudes individuais, mas de consequências coletivas.

Repensar o papel ambiental de cada um, de cada instituição, dos setores produtivos, dos governos nesse processo, que começa, sem dúvida, na consciência de cada pessoa, é condão da educação ambiental.

Neste sentido, o Rotary Dores pode ser protagonista na sua comunidade, engajando seus associados, rotaractianos e interactianos na reeducação e motivação da comunidade onde servimos, para que esta entenda o seu papel ambiental na sustentabilidade da Terra.



Cenas da última reunião do ano, na Casa da Amizade e pela Internet.

CRECHE SANTA RITA RECEBEU TELAS ANTI-INSETOS



Resolver problemas é vocação do nosso clube, especialmente quando se trata da educação e bem estar das crianças da Escola de Educação Infantil Santa Rita de Cássia. Desta vez foram colocadas telas de proteção contra insetos nas janelas da escola. Uma exigência sanitária importante para a saúde das crianças e dos servidores da instituição.

O comp. Luiz Antonio, Presidente Eleito, que esteve à frente das providências, registrou o fato. A colocação das telas foi aprovada pelos associados, tendo o Presidente Moacir, reconhecido e destacado mais esta ação que aplicou recursos atendendo ao Regimento Interno no que concerne à aplicação do que é arrecadado pelo nosso clube nos seus eventos beneficentes.



Esta ideia não pode ter fim.

Uma "caneca End Polio Now" livra crianças da pólio!