

A IMPORTÂNCIA DAS NOVAS GERAÇÕES

Nelson Greff— 27 mai 2021

A importância das novas gerações para o Rotary já não pode mais ser medida pela participação em projetos rotários ou como uma forma de envolver os jovens, para lhes proporcionar formação humanitária e aprimoramento profissional.

Rotaractianos e interactianos trazem aos seus clubes patrocinadores, além da jovialidade com que frequentam as reuniões, a oxigenação de ideias e ideais, formulados à luz das suas experiências pessoais e comunitárias. Seus projetos alinham-se com as necessidades das pessoas, de entidades, de uma cidade, de tratar desde questões ambientais até questões sociais, como um sinfonia Baile de Debutantes para jovens mais carentes até a discussão da discriminação de minorias.

Essa interação entre gerações, sociologicamente falando, resulta num conflito onde os ajustes interrelacionais se processam naturalmente. Não estou falando em brigas, não, falo do processo transitório que os choques de gerações produzem e que levam à evolução recíproca, necessidade da harmonia social necessária ao ser humano. Considerando que nesse processo existe uma competição natural, pois o ser humano traz naturalmente o desejo de supremacia, ela deve ser entendida e canalizada para o crescimento social.

Este mecanismo encontra referência em

Paul Harris, quando diz que o companheirismo é a pedra sobre a qual o Rotary foi construído e a tolerância é o que sustenta unido. Com efeito, somos todos companheiros com suas idiossincrasias e fatalmente teremos de nos valer da tolerância, muitas vezes em detrimento

das nossas posições, para a harmonia do grupo.

A relação do nosso clube com as novas gerações nos mostrou a importância desse processo evolutivo, resultando em

cooperação mútua, com ajustes que levaram ao entendimento dos papéis de cada clube e a restauração do equilíbrio. A participação dos jovens nos projetos do Rotary Clubs Dores, e outros clubes da cidade, possibilita o fortalecimento do papel da família rotária em servir à comunidade.

As novas gerações promovem a reflexão entre a tradição rotária de servir e a inovação necessária para a evolução do serviço rotário, sendo fundamentais para a sustentabilidade do Rotary como instituição. Dentro desta percepção, torna-se necessário registrar o reconhecimento da sua importância para nosso clube e para a cidade.

Encerrando o mês dedicado à Juventude, sugiro que se inicie uma campanha para a construção de um Marco Rotário das Novas Gerações em nossa cidade. Justa homenagem a interactianos e rotaractianos, os nossos jovens parceiros no servir!



EM ROTARY, TODO DIA É 1º DO ANO

Do artigo de Chico Schlabitz, Rotary Club de Brasília-5 de Dezembro, Governador 2002-2003, Distrito 4530

Paul Harris disse que no Rotary o *IMPOSSÍVEL* nunca vence o *POSSÍVEL*. Então, se *EM ROTARY, TODO DIA É 1º DO ANO*, o que isso tem a ver?

Pois, pensando no desafio dos nove pontos, perguntamos o que temos que fazer para tornar o Rotary mais forte? Muitas ideias surgirão dentro do campo conhecido. Entre elas a clássica: “Vamos trazer mais rotarianos imediatamente para cada um dos Rotary Clubs”. Sucedem as questões:

- Como identificar futuros possíveis rotarianos?
- Como faremos para convidá-los?
- Quando empossar esses novos rotarianos?
- Que fazer para reter antigos e novos associados?

Com essas quatro perguntas já estaremos encontrando a maneira de passar traçar segmentos de reta pelos nove pontos sem tirar o lápis do papel. Já sabemos como?

É evidente que tratar da “coisa” Rotary é bastante diferente de tratarmos da “coisa” nove pontos no plano. O motivo da diferença?

É que no Rotary estamos tratando e lidando com gente, quando temos pessoas com religiões diferentes, com raízes étnicas distintas, com pensamentos políticos distintos, com idades diversas, com gênero dis-

tinto, pelo menos.

Já para tratarmos da “coisa” nove pontos basta um olhar no plano, usando a razão e o lado direito do cérebro e aplicarmos a criatividade. A solução passa por sair da caixinha. Observe a solução.

Da mesma forma, saindo da “caixinha”, vamos trabalhar no FORTALECIMENTO DO ROTARY.

Hoje, o Rotary usa todos os meios de comunicação para divulgar e informar pelo mundo todo, através da internet.

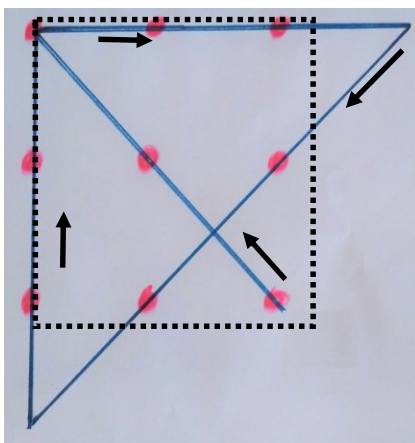
E nós, rotarianos, sobretudo fazemos outro marketing importantíssimo, através da nossa rede de relacionamentos.

Em nossas conversas sobre Rotary com os nossos amigos, nossos conhecidos e nossos novos relacionamentos, que conquistamos seja pelos nossos negócios seja pela nossa facilidade em manter contato.

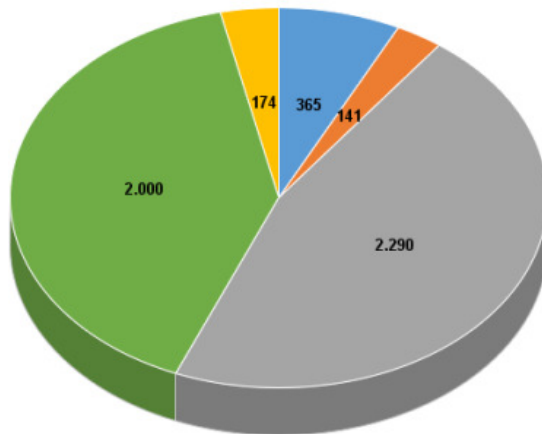
Quem de nós durante um voo, numa fila qualquer, num ônibus, num metrô, para mencionar alguns exemplos, nunca se sentou ao lado de uma pessoa, “puxou conversa” e teve a oportunidade falar sobre o Rotary?

Logo vem uma pergunta a nossa mente, sobre como faremos um convite a uma pessoa que está sentada, fortuitamente, ao nosso lado em uma aeronave, um morando em Belém e outro residindo em Porto Alegre?

A resposta é muito simples. Entregue-lhe um cartão pessoal onde conste a identificação do site do Rotary e o convidamos para que acessar, conhecer mais sobre nossa instituição e até se inscrever para fazer parte de um Rotary Club na sua cidade.



- Através da mídia
- Através de um contato pessoal (amigo ou familiar)
- Participei de evento do Rotary
- Participei e um programa do Rotary
- Não especificado



Distribuição dos interessados por origem do contato com o Rotary

A mídia, de outra forma, pode comunicar com criatividade, permitindo o uso de imagem, texto e som, além da possibilidade de atualização e mudança imediata dos conteúdos. Além disso, tem fer-

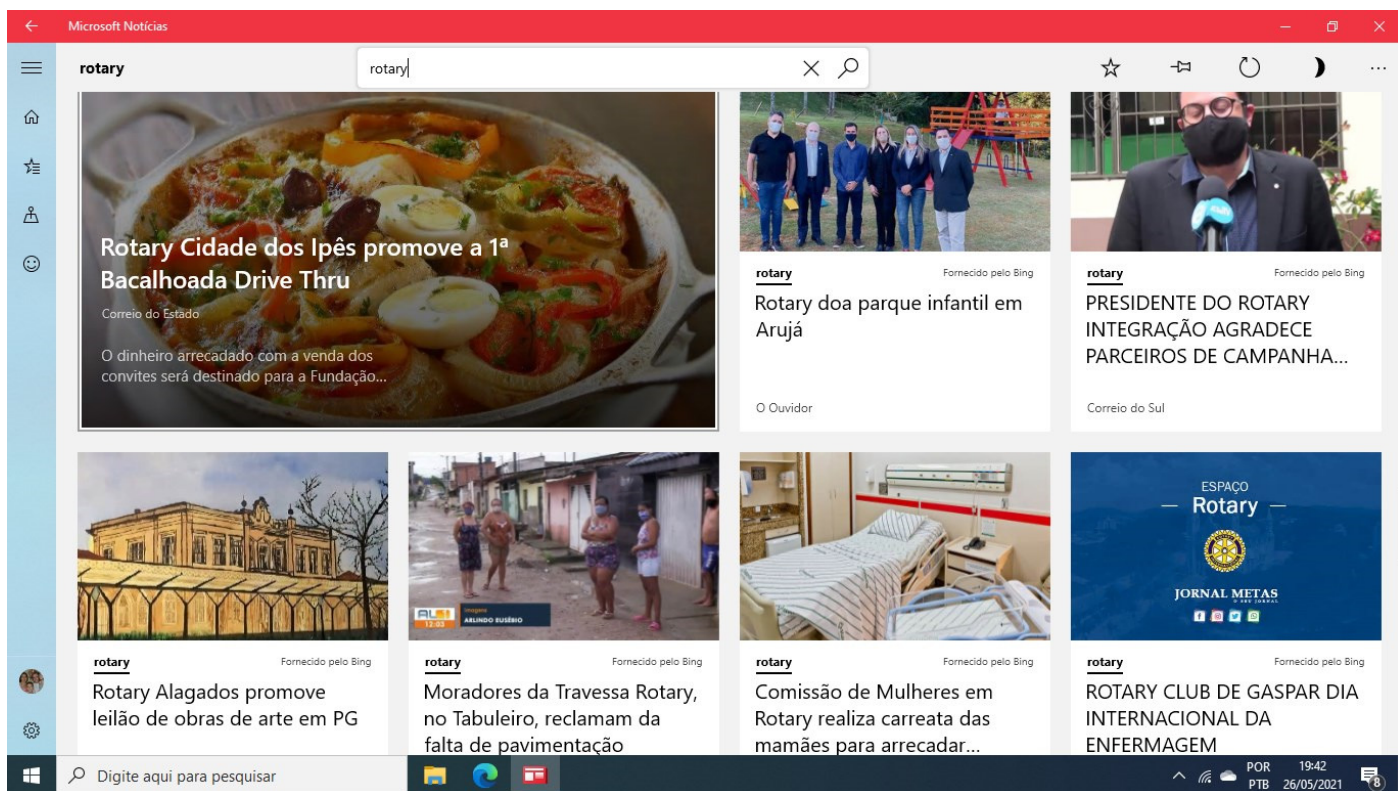
O gráfico acima nos mostra que a mídia e os contatos pessoais constituem a maior fonte de interesse pelo Rotary.

ramentas de que permitem avaliar a comunicação efetiva através dos registros de visualizações e consultas.

O contato pessoal é o mais efetivo no recrutamento, pois permite a imediata realimentação do interesse e o convite direto para a participação.

A participação em eventos rotários também pode ser aproveitada para informar sobre o Rotary e a vida dos rotarianos nos seus clubes e na comunidade.

UM PRINT DA MINHA TELA



O COMPANHEIRO
 ROTARY CLUB
 SANTA MARIA DORES
 FUNDADO EM 4 SET 1986

MEMBRO DO ROTARY INTERNATIONAL
 REUNIÕES - 5ª Feira, 20h30min
 Rua Euclides da Cunha, nº 1781
 Casa da Amizade - Santa Maria RS

rotaryclubsantamariadores.org.br
 Circulação interna.
 Tiragem 40 exemplares.
 Impresso em equipamento gráfico particular.

1º de junho — DIA NACIONAL DA IMPRENSA

A história da imprensa no Brasil tem seu início em 1808 com a chegada da família real portuguesa ao Brasil, sendo até então coibida toda e qualquer atividade de imprensa — fosse a publicação de jornais, livros ou panfletos. Esta era uma peculiaridade da América Portuguesa, pois, nas demais colônias europeias no continente, a imprensa se fazia presente desde o século XVI.

Com a chegada da família real, foi criada pelo Príncipe Regente D. João, em 13 de maio de 1808, a Imprensa Régia (hoje Imprensa Nacional), onde se imprimiu o primeiro jornal brasileiro, a *Gazeta do Rio de Janeiro*. (O *Correio Braziliense* é mais antigo, mas era impresso em Londres.)

As máquinas impressoras, inglesas, haviam sido trazidas em meio à fuga da família real de Lisboa, em 1807, por António de Araújo e Azevedo, conde da Barca

O CORREIO BRAZILIENSE

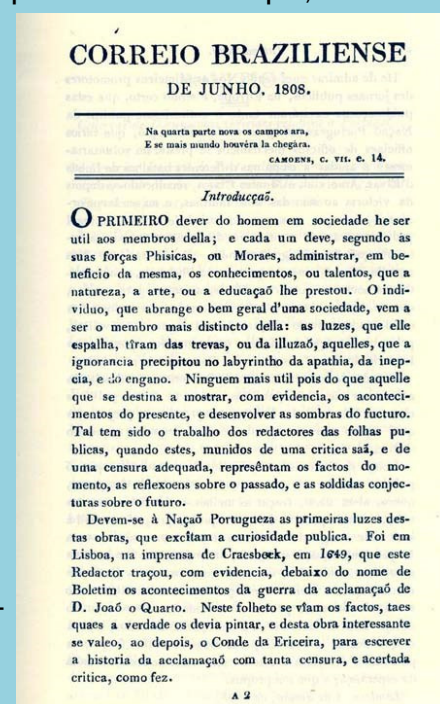
Porém, no mesmo ano, pouco antes, o exilado Hipólito José da Costa lançara, de Londres, o *Correio Braziliense*, o primeiro jornal brasileiro — ainda que fora do Brasil. O primeiro número do jornal é de 1 de junho de 1808, mas só chega ao Rio de Janeiro em outubro, onde tem grande repercussão nas camadas mais esclarecidas, sendo proibido e apreendido pelo governo. Até 1820, apenas a *Gazeta* (e revistas impressas na própria Imprensa Régia) tinham licença para circular. Em 1821, com o fim da proibição, surge o *Diário do Rio de Janeiro*.

Enquanto o jornal oficial relatava "o estado de saúde de todos os príncipes da Europa,

Mesmo com a imprensa já instalada no país, esta não se desenvolveu rapidamente, encontrando-se limitada basicamente à dos estabelecimentos de governo e à dos jornais. Os jornais brasileiros eram poucos, e muitos não saíam com regularidade. Jornais e revistas em circulação eram na maioria estrangeiros.

Os jornais que sobreviveram por longo período são o *Diário de Pernambuco* (1825) e, no Rio de Janeiro, o *Jornal do Commercio* (1827).

Mesmo mais tarde, durante o Império (1822–1889), bibliotecas públicas eram raras, exceto nas cidades mais importantes, como o Rio, onde se destacava a Biblioteca Nacional. O país contava poucas livrarias, e os livros eram impressos na Europa, custando por isso muito caro.



(...) natalícios, e panegíricos da família reinante", o do exilado fazia política.

Embora (diferentemente do que muito se divulga) não pregasse a independência do

Brasil e tivesse um posicionamento político por vezes conservador, o *Correio Braziliense* foi criado para atacar "os defeitos da administração do Brasil", nas palavras de seu próprio criador, e admitia ter caráter "doutrinário muito mais do que informativo".