



Lions Clubs International
FOUNDATION



GUIA LEONÍSTICO PARA A DIVULGAÇÃO DE UM PROJETO DE SUBSÍDIO DE LCIF

Parabéns! Você recebeu o seu subsídio e está se preparando para o serviço. Uma etapa importante para obter o máximo do subsídio é informar a comunidade sobre o impacto que ele causará! É importante divulgar o serviço por vários motivos:

- Expõe o impacto que os Leões causam na comunidade
- Ajuda a tornar conhecida uma necessidade na comunidade
- Inspira outras pessoas a agirem pela causa
- E um benefício adicional...os relatórios de subsídios concluídos com imagens, vídeos de alta resolução e depoimentos podem ser compartilhados internacionalmente em artigos, blogs e outros comunicados de LCIF!

Veja abaixo algumas maneiras diferentes de promover o seu projeto e executá-lo.

ANTES DO SEU PROJETO COMEÇAR

POST NO FACEBOOK (ou em qualquer outra rede social)

Para um post nas redes sociais antecedendo o projeto, você deseja invocar emoção e fornecer informações para divulgar o que está fazendo na comunidade. *E como se faz isso?*

- Explique claramente por que os Leões escolheram este projeto.
- Os dados sobre o problema podem ajudar a ilustrar a necessidade da comunidade.
- Um post cativante incluirá uma boa foto de Leões servindo à comunidade ou do problema que o projeto vai tratar.
- Cite quem tornou o projeto possível (Lions e LCIF).

VEJA UM EXEMPLO

Obs.: Incentive outros Leões, clubes, distritos e distritos múltiplos a repostar ou “compartilhar” o post nas redes sociais para divulgar a mensagem.

COMUNICADO À IMPRENSA - uma declaração oficial emitida a uma fonte de notícias dando informações sobre um assunto específico

Deixe a comunidade saber exatamente o que seu projeto fará. Escreva um comunicado à imprensa que você possa distribuir aos jornais, estações de rádio, estações de notícias de televisão ou informes comunitários locais. Os comunicados à imprensa são tipicamente informativos por natureza e despertam o interesse do leitor. *E como se faz isso?*

- Lembre-se dos pontos básicos:
 - **QUEM é você?** Descreva o seu clube, distrito ou distrito múltiplo.
 - **O QUE você fará?** Explique o projeto
 - **ONDE você fará?** Cite o local ou nome do parceiro comunitário
 - **QUANDO fará?** Forneça a data e hora
 - **POR QUE fará?** Descreva a necessidade que você está resolvendo
 - **COMO você conseguirá realizar o projeto?** Mencione os fundos por meio de LCIF!
- Adicionar uma citação direta do clube ou do beneficiário dará mais contexto e despertará mais interesse!

Use este modelo de comunicado à imprensa para ajudá-lo a começar: [BAIXE UM MODELO](#)



DURANTE O PROJETO

FOTOGRAFIA

As fotos atribuem um aspecto pessoal ao projeto e dão vida à sua história. Uma boa foto deve provocar emoção ou contar uma história sem a necessidade de legenda. *E como se faz isso?*

- Confira os pontos básicos:
 - **Luz:** O objeto a ser fotografado precisa estar bem iluminado e claro. Se houver uma fonte de luz forte, certifique-se de não fotografar na direção da fonte de luz ou os elementos centrais ficarão escuros.
 - **Foco:** Use as configurações da câmera para focar nos objetos.
 - **Composição:** Certifique-se de que os elementos centrais estejam bem enquadrados. Certifique-se de saber quem está na foto e o que estão fazendo.
 - **Resolução:** Uma câmera profissional é melhor, mas a maioria dos novos modelos de telefones celulares também tem câmeras adequadas.
 - **História:** O que você conseguiu capturar durante este projeto que seja exclusivo do seu clube? Da sua comunidade?
 - **Sujeitos:** As fotos ideais são as de Leões em ação ou dos beneficiários.
- Uma **foto ruim** é escura e desfocada de alguém em frente a uma placa, segurando um cheque ou uma foto de um equipamento isolado.
- Uma **foto boa** é clara, nítida e com foco, que mostra um Leão participando ativamente da ação do projeto. [VEJA UM EXEMPLO](#)

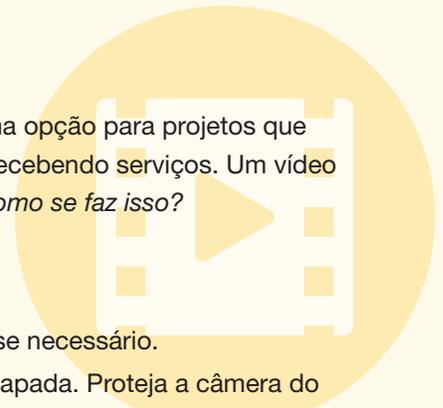
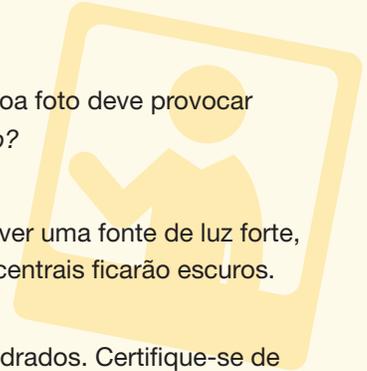
Obs.: Certifique-se de ter permissão para tirar fotos. Se houver crianças, você precisará que o responsável assine um formulário de autorização. [BAIXE O FORMULÁRIO](#)

VÍDEO

Assim como as fotos, os vídeos dão vida ao projeto. Os vídeos são uma ótima opção para projetos que incluam um grande grupo de Leões voluntários ou beneficiários ativamente recebendo serviços. Um vídeo bom consegue capturar a emoção em tempo real e a energia do projeto. *E como se faz isso?*

- Tenha os pontos básicos em mente:
 - Reveja as dicas de fotografia; elas também se aplicam a vídeos.
 - Segure a câmera sem se mexer. Use um tripé ou outro equipamento, se necessário.
 - Certifique-se de que a entrada de áudio da câmera não esteja sendo tapada. Proteja a câmera do vento e certifique-se de que o microfone seja direcionado ao objeto em um ambiente barulhento.
- Um **vídeo ruim** é trêmulo com pouca iluminação, áudio fraco e sem foco em nada em particular.
- Um **bom vídeo** está focado na ação, pessoa ou objeto específico com uma imagem nítida, boa iluminação e som. Exemplo: [ASSISTA UM VÍDEO](#)

Obs.: Certifique-se de ter permissão para filmar. Se houver crianças, você precisará que o responsável assine um formulário de autorização. [BAIXE O FORMULÁRIO](#)



DEPOIMENTOS - uma declaração escrita ou falada de alguém sobre uma experiência

Os depoimentos pessoais chamam a atenção e permitem que os leitores saibam como o projeto afeta a comunidade. Uma citação na primeira pessoa consegue dar força a uma história, trazer validade ao projeto e capturar a emoção e impacto. *E como se faz isso?*

- Lembre-se dos pontos básicos:
 - **Sujeitos:** Aqueles que estão no comando ou em uma posição de autoridade trazem validade ao seu projeto. Aqueles que se beneficiam ou os Leões que prestam o serviço conseguem capturar a emoção do dia.
 - **Escute:** Durante o projeto, escute o que as pessoas estejam dizendo. As melhores citações acontecem naturalmente. Talvez um dos beneficiados esteja declarando o quanto este projeto os esteja ajudando. Se você ouvir algo interessante, pergunte se você pode citar.
 - **Pergunte:** Se você não ouvir muita conversa, procure por alguém de interesse em função do projeto e basta perguntar se ela se sentiria à vontade para responder a algumas perguntas. Depois de encontrar alguém, faça perguntas abertas e peça permissão para citar as respostas em uma possível história.
- Uma **pergunta ruim** é aquela a qual se responde sim ou não, sem provocar detalhes ou emoção.
- Uma **boa pergunta** é aberta e permite ao entrevistado a oportunidade de dar detalhes que possam incitar emoções.

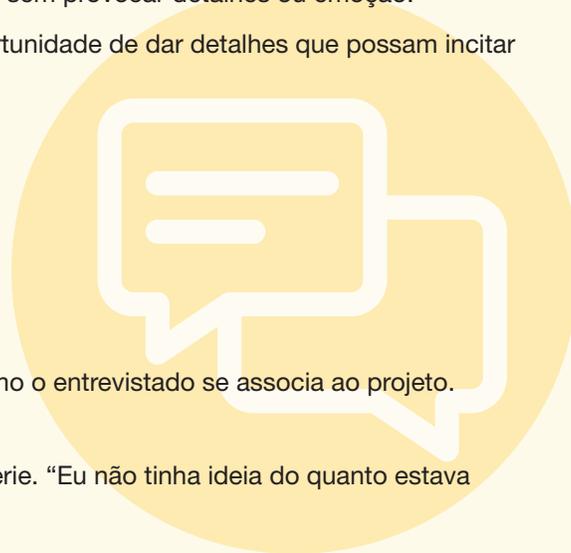
Tipos de perguntas a serem feitas:

- **Como foi sua experiência hoje?**
- **Como você se envolveu com os Leões?**
- **Como era a sua vida antes desse projeto?**
- **Por que você se envolveu com este projeto?**
- **Qual seria um exemplo de problema que este projeto resolveu?**

Obs.: Certifique-se sempre de informar o nome e a forma como o entrevistado se associa ao projeto.

- Bons testemunhos:
 - “Consigo ver tudo agora”, disse John, um aluno da sexta série. “Eu não tinha ideia do quanto estava perdendo antes receber esses óculos!”

MAIS EXEMPLOS



DEPOIS QUE O PROJETO TERMINAR

COLOQUE UM POST NO FACEBOOK COM UMA CONVOCAÇÃO PARA AGIR (ou em qualquer outra rede social)

Convocação para agir - um pedido para que se faça algo a fim de alcançar o resultado desejado ou lidar com um problema

Para um post nas redes sociais após o projeto, você visa provocar emoção para aumentar a chance de ter sucesso com a convocação para agir. Um post cativante incluirá uma foto clara de Leões servindo à comunidade, uma explicação sobre o projeto e quem o tornou possível (Leões e LCIF). *E como se faz isso?*

- Use suas fotos, vídeos e depoimentos!
- Para divulgar, marque no post qualquer outro grupo, voluntário ou pessoas.
- Certifique-se de que a sua convocação para agir seja clara.
- Boas convocações para agir:
 - “Saiba mais sobre nossa Fundação em lCIF.org”
 - “Se você quiser saber mais sobre o Lions Clube de XXX, ligue para X”.
- **MAIS EXEMPLOS**

