

Coordinación Regional de Imagen Pública

ZONA 23 B



Edición N° 9

Marzo 2021

Mes del **SUMINISTRO DEL AGUA y SANEAMIENTO.**

Semana mundial de ROTARACT



Holger
KNAACK
Presidente RI

Como alguien que conoce de primera mano el gran potencial de liderazgo de los rotaractianos, siempre espero con interés la Semana Mundial de Rotaract, que celebramos del 8 al 14 de marzo. Los rotaractianos son el centro de atención de mis tres conferencias presidenciales de este año, y me sentí orgulloso cuando, hace dos años, el Consejo de Legislación votó a favor de elevar Rotaract convirtiendo a sus clubes en socios de Rotary International. Antes de eso, el Consejo ya había hecho posible la doble afiliación y, poco después, la Directiva decidió suprimir los límites de edad para pertenecer a Rotaract.

Pero apenas estamos emprendiendo nuestro viaje juntos. Las alianzas eficaces no suceden por sí solas. Se requiere que ambas partes estén abiertas y comprendan el valor de las alianzas intergeneracionales. Louie De Real, rotaractiano y rotario, explica.

Las reuniones virtuales conjuntas han ayudado a los rotaractianos a dar a conocer a los rotarios nuevas ideas y herramientas, abriendo vías de colaboración únicas para los clubes. En el caso de la respuesta a la pandemia y a los desastres, los clubes Rotaract utilizaron las redes sociales para coordinar esfuerzos, impulsar la divulgación de información y recaudar fondos, mientras que los clubes rotarios utilizaron sus redes y recursos para ampliar el apoyo, proporcionar la logística y llevar los bienes y servicios a las comunidades.

Las innovadoras actividades de participación virtual y desarrollo profesional de los rotaractianos inspiraron a los rotarios a seguir su ejemplo. La pandemia hizo que los clubes Rotaract se dieran cuenta de que podemos conectar y formar alianzas de manera inmediata con los clubes rotarios a través de plataformas virtuales. Gracias a la colaboración constante, nos dimos cuenta de que Rotary y Rotaract se complementan, de que formamos parte de una única organización con objetivos comunes.

Ambas partes aportan valor. Los rotarios pueden ser mentores y colaboradores en el servicio de los rotaractianos, mientras que los rotaractianos pueden demostrar a los rotarios que los trabajos difíciles pueden simplificarse y que las limitaciones pueden superarse adoptando enfoques digitales. Esta sinergia motiva a los rotaractianos a convertirse en futuros rotarios: Me afilié a Rotary porque los rotarios me brindaron experiencias memorables de afiliación a través de momentos inspiradores de colaboración. Necesitaba ser rotario para inspirar a los rotaractianos de la misma manera, ahora y en el futuro.

Esa misma sinergia hace que los rotarios se den cuenta de que, aunque los rotaractianos tengan una cultura diferente, todos compartimos la visión común de unir a la gente para que tome acción. Las formas únicas de hacer las cosas de Rotaract sirven de inspiración para la innovación, ayudando a Rotary a aumentar su capacidad de adaptación a los desafíos futuros. Los rotarios y los rotaractianos construirán juntos el futuro, así que comencemos hoy mismo.

No veo ninguna diferencia entre un club rotario y un club Rotaract, excepto quizás por la edad promedio. Muchos rotarios siguen considerando a Rotaract como nuestra organización juvenil, pero yo lo veo de otra manera. Para mí, son parte de nosotros, y son como nosotros. Para tener éxito juntos, tenemos que respetarnos mutuamente, vernos como iguales. Veamos a los rotaractianos como lo que realmente son: estudiantes y líderes jóvenes, pero también gestores y empresarios de éxito capaces de planificar, organizar y gestionar un instituto rotario, incluidas sesiones de discusión en cinco idiomas, como lo hicieron en Berlín en 2014.

Al emprender este viaje juntos, recordemos las fortalezas de Rotary y Rotaract. Y, como dice Louie, empecemos hoy mismo a construir juntos el futuro. Al hacerlo, abriremos un sinfín de oportunidades para nuestra organización.

Holger Knaack
Presidente 2020-21

El mensaje del Coordinador Regional

22 de marzo - Día Mundial del AGUA



EGD Juan
ARBOCCÓ ROSSI

Coordinador Regional de
Imagen Pública
Zona 23 B

Queridos amigos:

El 22 de marzo es el Día Mundial del Agua, pero nuestro compromiso rotario con la causa del suministro de agua y saneamiento está presente todos los días del año.

Para la mayoría de nosotros, nuestro estilo de vida y nuestro estado de bienestar nos permiten disfrutar de un bien del que disponemos, pero no valoramos: contar con agua corriente en nuestras casas con el sencillo acto de abrir una llave o presionar el pulsador de un inodoro. Y, además, disfrutamos de agua con calidad, limpia, potable, útil para las necesidades de higiene y de consumo humano.

Este hecho, es todo un lujo. Un lujo del que sólo tomamos conciencia cuando nos falta, cuando una avería obliga a cortar el suministro al vecindario donde vivimos o cuando la sequía obliga a restricciones. Es ahí cuando echamos de menos el lujo del agua.

Pero en el mundo, cada día mueren 3.000 niños debido a las enfermedades diarreicas ocasionadas por el agua insalubre, amargo recordatorio para que los socios de Rotary que trabajan en el suministro de agua y saneamiento intensifiquen su labor en esta área. Aunque no son muchos quienes mueren de sed, millones de personas mueren como consecuencia de enfermedades prevenibles transmitidas por el agua.

Las cifras son escalofriantes: 2.500 millones de personas carecen de acceso a saneamiento por la falta o escasez de agua potable; 748 millones de personas no cuentan con agua salubre para beber; en algunas zonas rurales de nuestro continente, las mujeres y los niños pasan horas al día acarreado agua de una fuente lejana.

Por esa razón, es importante que los rotarios redoblemos nuestro esfuerzo para instalar inodoros, letrinas y otros recursos en las zonas deprimidas de nuestras comunidades. Nuestros socios también pueden enseñar a los lugareños a mantener las nuevas estructuras y organizar proyectos educativos en los cuales se promueva el lavado de manos y otros buenos hábitos de higiene.

Nuestra contribución a Rotary y a La Fundación Rotaria significa posibilidad de agua potable y saneamiento, salud y esperanza en zonas asoladas por enfermedades como la polio, así como desarrollo económico.

Rotary abre oportunidades. Gracias a la generosidad de los rotarios y nuestros amigos podemos hacer esto y mucho más.

EGD Juan Arboccó Rossi
CRIP Zona 23B

¿Cómo nos ven?



EGD Alberto

DOTTO

Coordinador Asistente de
Imagen Pública
Zona 23 B



AGD Claudia

SAR

Tal vez pequemos de reiterativos; sin embargo, consideramos sumamente necesario remarcar y recordar la importancia de nuestra Marca y nuestra Voz, ya que es una constante preocupación de RI y obviamente de la Coordinación Regional.

Nuestra marca refleja nuestra identidad, nuestra visión y nuestra esencia, así como nuestros valores. Representa nuestra cultura singular y nuestro enfoque para crear un cambio positivo y duradero.

En el Brand Center podemos encontrar todas las herramientas que necesitamos, no sólo para crear los logos de nuestro Distrito o Club, sino también cómo utilizarlos, es decir cuáles son las pautas que nuestra organización propone para su uso adecuado.

Por otro lado, tengamos en cuenta que la Imagen Pública de Rotary, además está ligada a nuestra voz, a cómo comunicamos lo que hacemos. Es importante que contemos nuestra historia de manera que ayude al público a entender lo que hacemos, en qué nos diferenciamos de otras organizaciones y por qué nuestra labor es importante. Si tenemos dudas podemos recurrir al Comité de Imagen Pública del Distrito, o a la Coordinación a través del Asistente, siempre estarán dispuestos a auxiliarnos.

Un ejemplo clásico de la importancia de la imagen, sucedió en el primer debate transmitido por televisión entre Richard Nixon y John Kennedy. Nixon no preparó el debate para no interrumpir su campaña, luciendo cansado, sudoroso y pálido, y debatió ante un Kennedy que lucía relajado, bronceado con traje oscuro. Quienes vieron el debate por TV concluyeron que el ganador era Kennedy y quienes lo escucharon por radio, pensaron que fue Nixon el ganador.

Una muestra de la fuerza que nos otorga la Imagen Pública es el respeto que por Rotary siente la sociedad, lo que nos ayudó a influir para que los gobiernos se impliquen en la erradicación de la polio.

Por ello, no basta con tener una imagen agradable a los ojos de los demás: es preciso mejorarla constantemente y hacerla presente ante el público, para que éste la ubique, la identifique, la recuerde y la evoque todo el tiempo que le sea posible.

Si logramos hablar, escribir y diseñar utilizando una sola voz, nuestras comunicaciones sonarán, se leerán y verán incuestionablemente como comunicaciones de Rotary. Como resultado, nuestro público tendrá una mejor idea de quiénes somos. Juntos, mostraremos al mundo que somos gente de acción.

Hasta la próxima, reciban nuestro afecto,
Claudia y Alberto

JUNTOS

#Gente de Acción



Osvaldo
LAZATTI

Coordinador Asistente de
Imagen Pública
Zona 23 B

Primero nos focalizaremos en acción: indica que una persona, está haciendo algo, lo que normalmente implica movimiento o cambio de estado o situación y afecta o influye en una o varias persona, animal o cosa.

Esta campaña está dirigida a quienes no conocen Rotary o no saben lo que hacemos. Esperamos que atraiga a socios potenciales que deseen marcar la diferencia en sus comunidades, generar un cambio en sus vidas, a personas interesadas en las causas sociales y a aquellos que buscan establecer relaciones con personas de sus comunidades generando amistades duraderas. La campaña tiende a incorporar los principios establecidos por Rotary de "Únete a líderes", "Intercambia ideas" y "Toma acción".

Habiendo puesto en contexto #gente de acción ahora nos cabe a cada uno de los rotarios hacernos las siguientes preguntas. Y cada una de ellas puede tener por respuesta un No o un Si, pero también podemos recapacitar sobre ellas y justo es aquí donde los invito a que reflexionemos y demos mayor alcance a cada respuesta.
¿Estoy orgulloso de ser rotario?

Todos, seguramente en nuestra actividad rotaria, nos hemos sentido orgullosos alguna vez por algo que hemos hecho. Sabemos lo que es estar satisfechos por lo logrado, por ese éxito trabajado y alcanzado. Esta actitud es positiva e incluso saludable para la propia autoestima y autoconcepto. Entonces ¿Estoy orgulloso de ser rotario?
¿Tengo pasión por lo que hago en Rotary?

La pasión es un sentimiento muy intenso, que involucra el deseo y el entusiasmo por algo. Refleja un interés particular por una causa, idea, actividad, persona u objeto. Hay pasiones que enaltecen la condición humana y constituyen el condimento que nos lleva a materializar los logros más grandes. ¿Tengo pasión por lo que hago en Rotary?
¿Con mis acciones estoy marcando la diferencia en mi comunidad?
Hacer la diferencia en el mundo es un deseo que muchos compartimos. Queremos aportar algo positivo al mundo y dejar una huella en la vida de las personas. ¿Con mis acciones estoy marcando la diferencia en mi comunidad?

¿Cuento a mis amigos y conocidos que soy rotario y lo que hago?
Una buena historia crea una emoción positiva que inspira a la gente a tomar una acción. Del mismo modo, la historia de nuestra marca debería desencadenar una emoción que inspira a una persona a unírseles en beneficio de las comunidades. Cuando cuentas tu historia rotaria, muestras tus valores, tus virtudes y tu humanidad. Trabajas constantemente para conseguir una conexión auténtica y humana con las personas, y poco a poco ganarás su confianza. Te diferencias enseñando a todos como tu presencia tiene un impacto positivo en el mundo, y haces que tus amigos y/o conocidos jamás quieran un mundo sin Rotary.
"La gente olvidará lo que dijiste, la gente olvidará lo que hiciste, pero la gente nunca olvidará cómo la hiciste sentir" – Maya Angelou. ¿Cuento a mis amigos y conocidos que soy rotario y lo que hago?

ACIPRI Osvaldo Lazzati
RC Rojas
Distrito 4895

Contemos nuestra historia

Por Claudia Sar - Colaboradora CRIP
RC Golfo San Matías - D 4921

Rotary



Zona 23 B

La comunicación humana siempre se ha dado a través de historias. Desde las pinturas en las cavernas, pasando por las tradiciones orales, hasta las historias y cuentos que nuestros abuelos nos contaban y que seguramente, nosotros ampliábamos con detalles y con personajes que imaginábamos y, posiblemente, muchas de ellas aún están en nuestra memoria.

Todas las personas estamos compuestas de historias propias y ajenas, y las contamos a diario para cautivar, persuadir o convencer a conocidos y extraños. Historias reales, que nos emocionaron y nos marcaron, que nos hicieron crecer, que nos identifican.

Nuestra imagen pública se asocia a una historia que contar y los rotarios tenemos muchas vividas en los proyectos que realizamos.

Sin embargo, podemos tener mensajes e ideas brillantes para transmitir, pero si no sabemos cómo hacerlo, no vale de nada.

Nuestro objetivo es conectar emocionalmente con el otro a través de una historia para que nos conozca. Existe una técnica, el storytelling, que quizás sea la mejor estrategia para contar nuestros proyectos.

Está técnica para transmitir mensajes, es una forma más efectiva que el simplemente decir o contar, porque con la idea o mensaje a comunicar, se busca transformar la vida de las personas.

¿Cómo lo hacemos?

Lo primero es realizar un trabajo de introspección para descubrir cuáles son las historias que tenemos, conocernos más y así poder explicárselo a los demás.

Las historias deben ser reales. Si contamos historias falsas, la incongruencia de lo expuesto saldrá a la luz tarde o temprano. Es mejor contar una historia acorde a nuestros principios e ideales, que fingir algo que no nos representa.

Utilizar la empatía. Ser lo más auténticos posible.

Cada historia debe describir a alguien. Tiene que quedar en claro quién es el o la protagonista de los hechos que contamos. Los expertos señalan que ser humilde y, al mismo tiempo hablar de manera personal, es extremadamente eficaz al igual que agradable para el público.

“Cuanto más simple y corto, mejor. El concepto primordial que se desea transmitir es el objetivo final. No aporta nada alargar los relatos, ni adornarlos de especificidades innecesarias. Lograr simplificar en pocas palabras es aprender a contar historias con eficacia y autenticidad. Los mensajes que se quieran exponer pueden ser complejos, pero las historias no deben serlo: tienen que tener un sentido, que se vislumbra durante su inicio, desarrollo y final.

El storytelling es exitoso justamente por su simpleza y focalización de los hechos para lograr comunicar eficazmente los mensajes complejos.”

Como verán, el arte del storytelling es mucho más que contar historias. Es una técnica de comunicación con determinadas características, una manera más original y emocionante de expresar lo que somos y lo que sentimos mediante una historia bien narrada sobre nuestros proyectos...

“La diferencia entre la historia y la transmisión de información es que en el primer caso siempre hay un componente emocional, lo queramos o no. Es una comunicación total. La cosa está en si la emoción es grande o pequeña, o si es la buscada o no, o si es asumida o no por el receptor.

Hay muchas maneras de mejorar la emoción, y cada estrategia lo consigue (por ejemplo, armar bien el final), pero voy a recomendar una muy especial: que la historia que cuentes nunca te sea indiferente.” (Héctor Urién – El arte de contar bien una historia).

Al fin y al cabo, estamos llenos de historias y dentro de ellas hay mensajes que provocan emociones y nos tocan el corazón.

Concurso de Tik Tok de Imagen Pública



TENEMOS GANADORES

Concurso de TIK TOK
Imagen Publica Zona 23B



1er Puesto

INTERACT CLUB MACHALA MODERNO
Distrito 4400

Concurso de TIK TOK
Imagen Publica Zona 23B



1er Puesto

ROTARACT CLUB LOS POLVORINES
Distrito 4905

FELICITACIONES



Concurso de Imagen Pública de Rotary 2020/21



2

1

3

Rotary



Coordinación Regional de Imagen Pública

III CONCURSO DE IMAGEN PÚBLICA DE ROTARY ZONA 23B 2020-2021



¡INSCRÍBETE!

PARTICIPAN:

- CLUBES ROTARIOS
- CLUBES ROTARACT
- CLUBES INTERACT
- RUEDAS DE CÓNYUGES
- COMITÉS DISTRITALES

CATEGORIAS

- NOVEDAD
- IMPACTO
- DIFUSIÓN

POSTULAN PROYECTOS, CAMPAÑAS O ACTIVIDADES

DEL 1 DE JULIO 2020 AL 31 DE MARZO 2021

Consulta las bases y categorías

✉ concursoipz23@gmail.com

📘 @CIP23B

4320, 4340, 4355, 4400,
4455, 4465, 4690, 4845,
4851, 4895, 4905, 4921,
4945, 4975

ECUADOR

PERU

BOLIVIA

PARAGUAY

Coordinación de Imagen Pública Zona 23 B - Autoridades 2020/21

Rotary 
Zona 23 B

HOLGER KNAACK

Presidente de Rotary International

MARIO CÉSAR M. DE CAMARGO

Director Zona 23 B y C

JUAN ARBOCCÓ ROSSI

Coordinador Regional de Imagen Pública
Zona 23 B.
jarbocco@yahoo.es

COORDINADORES ASISTENTES

ALBERTO DOTTO

Distritos 4905 | 4895
alberto@oirsa.com.ar



FRESSIA ABAD

Distritos 4400 | 4455 | 4465
fressiagob.ri16-17@hotmail.com



GONZALO BARANDA

Distritos 4945 | 4845 | 4975
gnzo63149@gmail.com



OSVALDO LAZZATI

Distritos 4921 | 4851
osvaldolazzati@gmail.com



RAÚL PONCE DE LEÓN

Distritos 4320 | 4340 | 4355 | 4690
raulgp@hotmail.com



EDITORES - DIAGRAMACIÓN

ALBERTO DOTTO alberto@oirsa.com.ar

CLAUDIA SAR claudia.sarO4@gmail.com

SERGIO PIVOTTO pipotigre@hotmail.com

PRESIDENTES DEL COMITÉ DISTRITAL IP

GUILLERMO GUTIERREZ ROSAS

D 4355 | gmo.gutierrezr@gmail.com

MARÍA ESPERANZA CASTILLO

D 4340 | mcastillomuni@gmail.com

AGUSTÍN ANGELINI

D 4905 | agustinangelini@gmail.com

HUGO ALBERTO PEDRINI

D 4945 | hpedrini@hotmail.com

PABLO SENESTRARI

D 4895 | psenstrari@gmail.com

NATALIA CALIGARIS

D 4845 | natalia@rotary4845.org

SILVIA GALLEGO

D 4921 | silviagallegoo3@yahoo.com.ar

PABLO GONZÁLEZ

D 4975 | cantonuestro@gmail.com

TOTY LUEY

D 4400 | imagen@totyluey.com

EGD DANIEL ANTONIO MAYO

D 4851 | danielantonimayo@gmail.com

CECILIA MONTERO DURAN

D 4690 | cecymontero@hotmail.com

EGD ANTONIO NAKANDAKARI K

D 4455 | nakkanjo@gmail.com

ORLANDO BERMUDEZ GARCÍA

D 4465 | orbegoo7@hotmail.com

GONZALO FONTANÉS

D 4320 | rcogonzalofontanes@gmail.com