



Lions Clubs International
FOUNDATION



GUÍA SOBRE CÓMO PROMOVER UN PROYECTO CON UNA SUBVENCIÓN DE LCIF

¡Felicitaciones! Ha recibido una subvención y se está preparando para realizar un proyecto de servicio. Un paso importante para aprovechar al máximo la subvención es informar a la comunidad sobre el impacto que tendrá el proyecto. Promocionar el servicio es muy útil porque:

- Muestra el impacto que tienen los Leones en la comunidad.
- Ayuda a correr la voz sobre una necesidad en la comunidad.
- Inspira a otros a actuar por la causa.
- Y una ventaja adicional... los informes de subvenciones completos con testimonios, vídeos e imágenes de alta resolución se pueden compartir a nivel internacional en artículos especiales, blogs y otras comunicaciones de LCIF.

A continuación se enumeran algunas maneras de promover un proyecto.

ANTES DE EMPEZAR EL PROYECTO

MENSAJE EN FACEBOOK (o en otras redes sociales)

En los mensajes que se publican en las redes sociales antes del proyecto, es importante evocar emoción y proporcionar información para comunicar lo que se está haciendo en la comunidad. *¿Cómo puede lograr esto?*

- Explique claramente por qué los Leones han elegido este proyecto.
- Los datos sobre el problema que se abordará pueden ser útiles para ilustrar la necesidad en la comunidad.
- Un buen mensaje debe incluir una foto en colores brillantes de los Leones sirviendo a la comunidad o atendiendo el problema que abordará el proyecto.
- Indique quiénes hicieron posible el proyecto (Leones y LCIF).

[VER UN EJEMPLO](#)

Nota: Aliente a otros Leones, clubes, distritos y distritos múltiples a que vuelvan a publicar o “compartir” mensajes en las redes sociales para difundir la noticia.

COMUNICADO DE PRENSA - *un comunicado oficial que se envía a una fuente de noticias ofreciendo información sobre un asunto en particular*

Informe a la comunidad lo que hará exactamente el proyecto. Escriba un comunicado de prensa para distribuirlo entre los periódicos locales, emisoras de radio, estaciones televisivas o boletines comunitarios. Los comunicados de prensa tienen carácter informativo y despiertan el interés del lector. *¿Cómo puede lograr esto?*

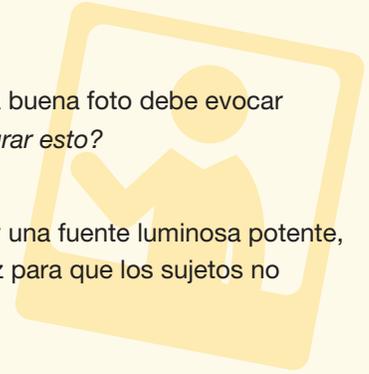
- Recuerde los elementos básicos:
 - **¿QUIÉNES son ustedes?** Describa su club, distrito o distrito múltiple.
 - **¿QUÉ están haciendo?** Explique el proyecto
 - **¿DÓNDE lo están haciendo?** Indique el lugar o el nombre del aliado o colaborador de la comunidad
 - **¿CUÁNDO lo están haciendo?** Indique la fecha y hora
 - **¿POR QUÉ lo están haciendo?** Describa la necesidad que están atendiendo
 - **¿CÓMO pueden completar el proyecto?** Mencione la financiación de LCIF.
- Cuando se añade una cita directa del club o del beneficiario se ofrece más contexto y se despierta más interés.

Utilice esta plantilla de comunicado de prensa para empezar: [DESCARGAR LA PLANTILLA](#)

DURANTE EL PROYECTO

FOTOGRAFÍA

Las fotos ofrecen una visión personal del proyecto y dan vida a las historias. Una buena foto debe evocar emoción o contar una historia sin necesidad de un pie de foto. *¿Cómo puede lograr esto?*

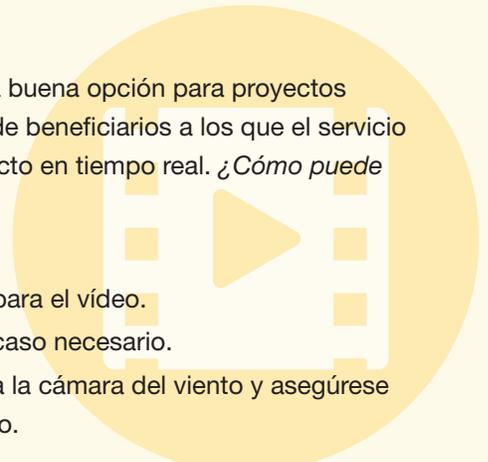


- Verifique los componentes básicos:
 - **Iluminación:** El sujeto debe estar bien iluminado y sin obstrucciones. Si hay una fuente luminosa potente, asegúrese de no disparar con la cámara en la dirección de la fuente de luz para que los sujetos no salgan muy oscuros.
 - **Enfoque:** Use la configuración de la cámara para enfocar los sujetos.
 - **Composición:** Asegúrese de que los sujetos estén bien encuadrados y de mostrar quiénes están allí y qué están haciendo.
 - **Resolución:** Es mejor usar una cámara profesional, pero la mayoría de los modelos de teléfonos celulares nuevos cuentan con cámaras de suficiente resolución.
 - **Narración:** ¿Qué puede captar durante este proyecto que sea exclusivo de su club? ¿De su comunidad?
 - **Sujetos:** Las fotos ideales son las de los beneficiarios o de los Leones en acción.
- Una **foto poco efectiva** es una foto oscura y borrosa de alguien frente a un letrero o sosteniendo un cheque, o bien una foto del equipo por sí solo.
- Una **foto convincente** es una foto de colores brillantes, clara y enfocada que muestra a un León participando activamente en la acción del proyecto. [VER UN EJEMPLO](#)

Nota: Asegúrese de tener permiso para tomar la foto. Para fotografiar a niños, necesitará que su tutor firme un formulario de autorización. [DESCARGAR EL FORMULARIO](#)

VÍDEO

Al igual que las fotos, los vídeos dan vida al proyecto. Los vídeos son una buena opción para proyectos que incluyen un grupo grande de Leones trabajando como voluntarios o de beneficiarios a los que el servicio está favoreciendo. Un buen vídeo capta la emoción y la energía del proyecto en tiempo real. *¿Cómo puede lograr esto?*



- Tenga en cuenta los elementos básicos:
 - Consulte las sugerencias para las fotos; también son importantes para el vídeo.
 - Sujete firmemente la cámara. Utilice un trípode u otro aparato, en caso necesario.
 - Asegúrese de que el audio de la cámara no esté silenciado. Proteja la cámara del viento y asegúrese de que el micrófono esté dirigido al sujeto si hay ruido en el entorno.
- Un **vídeo poco efectivo** es un vídeo con poca estabilidad, iluminación y audio, y que no está enfocado en nada en particular.
- Un **video convincente** está enfocado en una acción, persona u objeto en particular con una imagen nítida, iluminación brillante y buen sonido. Ejemplo: [VER EL VÍDEO](#)

Nota: Asegúrese de tener permiso para grabar el vídeo. Para grabar un vídeo de niños, necesitará que su tutor firme un formulario de autorización. [DESCARGAR EL FORMULARIO](#)

TESTIMONIOS - la declaración escrita o hablada de una persona sobre una experiencia

Los testimonios personales captan la atención de los lectores y les permiten saber cómo impacta el proyecto a la comunidad. Una cita en primera persona puede reforzar una historia, dar validez al proyecto y captar la emoción y el impacto. *¿Cómo puede lograr esto?*

- Recuerde los elementos básicos:
 - **Sujetos:** Las personas que están a cargo o tienen un puesto de autoridad aportan validez al proyecto. Los beneficiarios o los Leones que completan el servicio pueden captar la emoción del día.
 - **Escuche:** Durante el proyecto, escuche lo que dice la gente. Las mejores citas ocurren naturalmente. Quizás un beneficiario esté indicando cuánto les está ayudando este proyecto. Si escucha algo interesante, pregunte si puede citarlo.
 - **Haga preguntas:** Si no oye nada que pueda citar, pregunte a alguien de su interés si se sentiría cómodo respondiendo algunas preguntas. Después de encontrar a alguien de su interés, hágale preguntas abiertas y pregúntele también si puede citarlo en la historia.
- Una **pregunta inefectiva** es una pregunta cuya respuesta es sí o no y no provoca detalles ni emoción.
- Una **pregunta de peso** tiene un final abierto y da al entrevistado la oportunidad de proporcionar detalles que pueden estimular emociones.

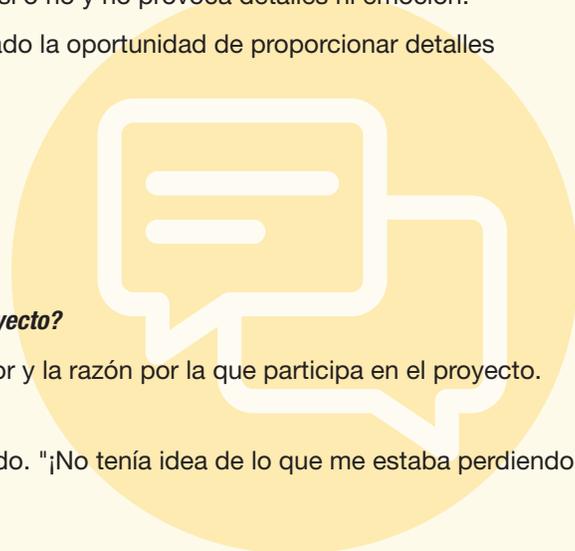
Tipo de preguntas que puede hacer:

- *¿Cómo ha sido su experiencia el día de hoy?*
- *¿Cómo se involucró con los Leones?*
- *¿Cómo era su vida antes de este proyecto?*
- *¿Por qué se involucró en este proyecto?*
- *¿Puede darme un ejemplo de un problema que resolvió este proyecto?*

Nota: Asegúrese siempre de obtener el nombre del interlocutor y la razón por la que participa en el proyecto.

- Buenos testimonios:
 - “Ahora puedo verlo todo”, decía José, un niño de sexto grado. “¡No tenía idea de lo que me estaba perdiendo antes de tener estas gafas!”

[MÁS EJEMPLOS](#)



DESPUÉS DE QUE EL PROYECTO HAYA FINALIZADO

MENSAJE DE LLAMADO A LA ACCIÓN EN FACEBOOK (o en otras redes sociales)

Llamado a la acción - una solicitud para hacer algo a fin de lograr el resultado deseado o resolver un problema

En el mensaje que publique después del proyecto, querrá evocar emociones para aumentar las posibilidades de que tenga éxito con su llamado a la acción. Un mensaje que cautive incluirá una foto de colores brillantes de Leones sirviendo a la comunidad, una explicación del proyecto y quién hizo posible el proyecto (Leones y LCIF). *¿Cómo puede lograr esto?*

- Utilice fotos, vídeos y testimonios.
- Etiquete a cualquier otro grupo, voluntario o individuo para hacer correr la voz.
- Asegúrese de que su llamado a la acción sea claro.
- Buenos llamados a la acción:
 - “Obtenga más información sobre nuestra Fundación en [Icif.org](#)”
 - “Si desea obtener más información sobre el Club de Leones de XXX, llame a X”.

[MÁS EJEMPLOS](#)

