

Módulos de Formação obrigatórios

Tronco Comum

- FOR 0001 PLANO INDIVIDUAL DE FORMAÇÃO
ANI 1001 DINÂMICA DE GRUPOS
ANI 1002 OS JOVENS DE HOJE
ANI 1003 COMUNICAÇÃO EFICAZ
ESO 1004 ADULTOS NO ESCUTISMO
ESO 1005 PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS DO ESCUTISMO
ESO 1006 DESENVOLVIMENTO ESPIRITUAL
ESO 1007 ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO DO MOVIMENTO ESCUTISTA
ESO 1008 HISTÓRIA DO MOVIMENTO ESCUTISTA
ESO 1009 ESCUTISMO NA COMUNIDADE
GES 1010 GESTÃO DE UM AGRUPAMENTO DE ESCUTEIROS
GES 1011 SEGURANÇA E SEGURO ESCUTISTA
GES 1012 FINANCIAMENTO 1

Formação Específica Curso de Aprofundamento Pedagógico

(Um ou outro dos quatro módulos seguintes)

- ANI 1021 OS JOVENS DOS 6 AOS 10 ANOS
ANI 1022 OS JOVENS DOS 10 AOS 14 ANOS
ANI 1023 OS JOVENS DOS 14 AOS 17 ANOS
ANI 1024 OS JOVENS DOS 17 AOS 21 ANOS

ANI 1026 METODOLOGIA EDUCATIVA 1
ANI 2026 METODOLOGIA EDUCATIVA 2
ANI 3026 METODOLOGIA EDUCATIVA 3
ANI 1027 A RELAÇÃO EDUCATIVA ADULTO/JOVEM
TEC 1028 O JOGO NO ESCUTISMO
TEC 1029 PEDAGOGIA DAS TÉCNICAS
TEC 1030 ACAMPAMENTOS E ACTIVIDADES DE AR LIVRE

Formação Específica Curso de Animação Local

- ANI 1041 ANIMAÇÃO DE ADULTOS
GES 1042 GESTÃO DOS RECURSOS ADULTOS
GES 1043 RECRUTAMENTO DE ADULTOS
GES 1044 GESTÃO FINANCEIRA
GES 1045 GESTÃO DA INFORMAÇÃO
GES 2012 FINANCIAMENTO 2
TEC 1046 COMO CONDUZIR UMA REUNIÃO
TEC 1047 RECRUTAMENTO E ACOLHIMENTO DE JOVENS

Formação Modular

RECRUTAMENTO E ACOLHIMENTO DE JOVENS

TEC 1047

**Primeira edição
Janeiro de 2001**



**Centro de Formação de Dirigentes do C.N.E.
Vale da Ursa - Serpins
Região de Coimbra**

RECRUTAMENTO E ACOLHIMENTO DE JOVENS

Objectivo geral

Ser capaz de elaborar uma estratégia de recrutamento e acolhimento de jovens num agrupamento de escuteiros.

Objectivos específicos

1. Compreender que o recrutamento dos jovens faz parte de um processo de desenvolvimento mais global.
2. Conhecer as etapas de planificação com o objectivo de elaborar um plano de crescimento: análise da situação, prioridades a longo e a médio prazo, objectivos, plano de acção.
3. Ser capaz de fazer a análise da situação a partir de indicadores de desenvolvimento.
4. Estar em condições de organizar um plano de crescimento.
5. Distinguir entre recrutamento permanente e recrutamento sistemático.
6. Conhecer os elementos da organização de uma campanha de recrutamento e saber aplicá-los.
7. Conhecer os factores que favorecem a integração e manutenção de jovens no escutismo.

Conteúdos

1. O recrutamento de jovens como elemento essencial do processo de desenvolvimento

O recrutamento de jovens é um elemento essencial do processo de desenvolvimento de um agrupamento de escuteiros, mas não é o único. Lembramos que são quatro os campos de acção de um agrupamento¹:

- a qualidade do escutismo vivido,
- a presença do escutismo no meio,
- a permanência do escutismo no meio,

- o crescimento do escutismo no meio.

Estes campos estão interligados e influenciam-se uns aos outros. Por exemplo, a qualidade do escutismo vivido num agrupamento é um factor de crescimento; um escutismo de qualidade pode, de facto, atrair jovens em maior número e pode mantê-los, por mais tempo, no Movimento. A presença do escutismo no meio vai, naturalmente, favorecer os contactos que são essenciais ao recrutamento. Por fim, a permanência do escutismo no meio é importante para dar confiança ao público; os pais que confiam os filhos ao escutismo acreditam muito na reputação do Movimento Escutista e na solidez da instituição.

Em cada um dos campos de acção, o agrupamento deve fixar objectivos e definir indicadores do seu desempenho. Deve fazer, periodicamente, um balanço da situação, consultando esses indicadores e avaliando o caminho a seguir para atingir os objectivos. Os indicadores devem permitir a avaliação da progressão do agrupamento mostrando, nomeadamente, as lacunas ou os pontos fracos.

Isto é a base da planificação que é essencial para saber “para onde vamos e como vamos”. Antes de organizar actividades de recrutamento ou de elaborar uma estratégia de recrutamento, é importante ter um plano de crescimento, pelo menos por três anos. Este exercício prévio significa que devemos, antes de mais, analisar a situação, tentar ter uma certa visão de futuro, fixar objectivos precisos e mensuráveis e definir prioridades.

2. Análise da situação

A análise da situação é feita a partir de um determinado número de indicadores. Mencionamos aqui alguns:

- número de jovens no início do ano em comparação com o número de jovens no início do ano anterior,
- número de secções no início do ano em comparação com as do ano anterior,
- número de jovens por secção em relação ao número de jovens recomendado,
- equilíbrio de idades nas diferentes secções (por exemplo: ter o mesmo número de jovens de sete e oito anos numa alcateia),
- possibilidades reais de passagem de secção,
- taxa de implantação do escutismo no meio,
- abertura do agrupamento a jovens de todas as condições e proveniências,
- formação de agrupamentos mistos (coeducação),
- meios materiais (locais, equipamentos) para acolher os jovens.

Estes indicadores são mais fáceis de perceber se os formularmos em forma de pergunta, o que facilitará a realização de um diagnóstico.

- O agrupamento tem secções de todas as faixas etárias?
- O número de jovens em cada secção está perto do número máximo ou do número mínimo?
- Há um equilíbrio de idades em cada secção?
- Em que proporção os jovens passam para as secções seguintes?
- O agrupamento está aberto a jovens de todas as condições e de todos os meios?
- O agrupamento está igualmente aberto a raparigas e a rapazes?
- O agrupamento acolhe todos os jovens que querem fazer escutismo mas que não têm os meios financeiros necessários para o fazer?
- O agrupamento tem meios materiais (local, equipamento) para aumentar o número dos seus membros? O local e o equipamento estão de acordo com as regras de segurança?

É certo que um questionário como este pode provocar todos os tipos de discussão, nomeadamente sobre a qualidade do escutismo. Deste modo, podemos interrogar-nos sobre a participação dos jovens nas reuniões e nas actividades. Uma taxa de absentismo elevada indica um certo mal-estar. Se os jovens que fazem parte do agrupamento não estão muito interessados nas actividades que lhes propomos, como é possível atrair para o Escutismo outros jovens?

3. Plano de crescimento

O diagnóstico permite elaborar um plano de crescimento. Trata-se de ver, de uma maneira realista, o que pode ser feito durante um determinado período de tempo. Todavia, é importante desenvolver igualmente uma visão a mais longo prazo, que será sempre o objectivo. Uma vez que tenhamos respondido a uma pergunta, o que constitui, de facto, o retrato da situação actual, é necessário fazer uma projecção no futuro. Que desejamos a longo prazo? Digamos, dentro de cinco anos?

Por exemplo, vejamos o indicador seguinte, no domínio do crescimento:

Indicador de desenvolvimento	Situação actual	Resultados a alcançar
O agrupamento tem Unidades para todos os grupos etários?	Não, não temos Lobitos (6 aos 10 anos), nem Exploradores (10-14 anos), temos unicamente Pioneiros (14-17 anos), todos do sexo masculino.	Unidades para todos os grupos etários, com rapazes e raparigas.

Prioridades e objectivos

Não podemos fazer tudo de repente. Temos de fazer escolhas. O agrupamento seleccionará três ou quatro indicadores e fará deles as suas prioridades. Para cada um dos indicadores escolhidos, determinar-se-á um objectivo a atingir dentro de três anos.

Um objectivo de crescimento é um resultado a atingir, expresso em números, num determinado prazo. Um objectivo deve reunir cinco qualidades:

- ser calculável ou mensurável,
- ser atingível, portanto realista,
- ser limitado no tempo,
- ser conhecido por todos os membros do agrupamento,
- ser aprovado pelo conjunto dos membros (consenso).

Plano de Crescimento

Unidades	Situação Actual		Objectivos do 1º ano		Objectivos do 1º ano		Objectivos do 1º ano		TOTAL	
	Rapazes	Raparigas	Rapazes	Raparigas	Rapazes	Raparigas	Rapazes	Raparigas	Rapazes	Raparigas
Lobitos										
Exploradores										
Pioneiros										
Caminheiros										
Total										

4. O plano de acção

Como o nome indica, o plano de acção constitui uma lista de iniciativas concretas a serem tomadas, para obter os resultados desejados no plano de crescimento. Geralmente, é um plano anual, que inclui previsões orçamentais precisas.

O plano de acção que visa o recrutamento de jovens deve considerar duas vertentes: o recrutamento permanente e o recrutamento sistemático.

O recrutamento permanente

O recrutamento permanente mais que uma série de actividades organizadas, é uma tomada de consciência por parte de todos os membros do agrupamento. Assenta numa atitude constante de abertura e acolhimento. Neste capítulo, os jovens são os primeiros agentes recrutadores. Aliás, eles, se forem minimamente entusiastas e comunicativos, são geralmente mais capazes de atrair outros jovens para o escutismo que os adultos.

O recrutamento permanente visa não tanto fundar novas secções ou trazer um lote de recrutados para as secções mas completar equipas no interior das secções. Os objectivos do recrutamento permanente

são, em geral, mais modestos que os das campanhas de recrutamento, mas os resultados não são menos importantes. O recrutamento permite ajudar a manter um certo equilíbrio nas secções: equilíbrio de idades, equilíbrio de sexos se a secção for mista. É necessário evitar o encerramento ou a *suspensão* de uma secção causada por um número insuficiente de membros.

O recrutamento permanente exige o aproveitamento de todas as oportunidades, em particular, o aproveitamento de actividades programadas que se desenrolem em locais públicos. Eis algumas perguntas que permitem saber se as atitudes no agrupamento favorecem verdadeiramente o recrutamento permanente.

- Quando um adulto do agrupamento, com os seus jovens, anima um jogo num parque, convida espontaneamente outros jovens a juntarem-se a eles?
- Quando um jovem pede para se inscrever numa secção em Abril, alguém lhe diz que é demasiado tarde? O agrupamento está pronto para fazer os esforços necessários para lhe arranjar um lugar e o integrar?
- Quando um jovem é social ou economicamente desfavorecido é-lhe facilitado o acesso ao agrupamento?

Por vezes é preciso mudar a rotina e as maneiras de proceder para que haja desenvolvimento.

O recrutamento permanente é também exercido no interior do agrupamento. Se, por um lado, os dirigentes devem incitar os seus jovens a passar para o grupo etário seguinte, as secções devem, por outro, fazer um esforço para atrair jovens de faixas etárias mais jovens. As passagens deveriam garantir um efectivo de base, em cada secção, a partir da faixa etária dos 9 aos 11 anos. O mais importante ainda é que tudo esteja em movimento, nas secções em causa, para que os jovens ganhem o gosto de passar para as secções seguintes.

O recrutamento sistemático

O plano de acção que resulta do plano de crescimento deve, acima de tudo, prever actividades especiais de recrutamento. Quando estas actividades são desenvolvidas de modo concertado falamos de uma ofensiva ou de uma *campanha de recrutamento*. Trata-se, geralmente, de um aspecto orçamental importante que exige, além de recursos financeiros, recursos humanos e materiais. No plano de acção deve estar indicado um responsável e deve ser determinado o período do ano mais favorável.

Este responsável terá um mandato restrito, de preferência escrito. Deverá formar uma equipa de trabalho e beneficiar do apoio de todos os membros do agrupamento.

5. Organização de uma campanha de recrutamento

Recrutar é trazer pessoas para fazerem parte do agrupamento. Para o conseguir é necessário fazer um apelo. Devem, por isso, atrair novos jovens para se juntarem ao vosso agrupamento. É preciso mostrar-lhes que o agrupamento existe e convencê-los que é uma vantagem ser escuteiro.

Uma campanha de recrutamento pode ser comparada a uma campanha de “marketing” porque terão de «vender» o Movimento escutista a novos elementos. Devem ter por alvo uma determinada população, planear uma estratégia e utilizar os meios necessários para se darem a conhecer.

A organização de uma campanha de recrutamento implica os seguintes aspectos:

- definir o que é necessário «vender»,
- avaliar as necessidades,
- avaliar os recursos,
- seleccionar a população,
- determinar a altura do ano mais propícia,
- escolher os meios.

Definir o que é necessário «vender»

Vocês não estão a vender sapatos! Estão a vender um reconhecido movimento de educação, actividades sedutoras, um programa posto em prática por adultos competentes e responsáveis. Esta é, pelo menos, a imagem que desejam projectar. Estão aqui algumas perguntas para melhor determinar o conteúdo base da vossa publicidade:

- O que é que o vosso agrupamento oferece como programa de actividades? Que qualidade de educação revela? Este aspecto interessará sobretudo aos pais.
- O que é que torna o vosso produto interessante e atraente? Isto interessará mais aos jovens.
- O que é que torna as vossas propostas mais atraentes que as de um organismo concorrente (uma equipa desportiva, por exemplo)?
- Em que aspectos é que o vosso programa, os vossos serviços, a vossa equipa de adultos são únicos?

Avaliar as necessidades

É importante dar-vos objectivos quantitativos de recrutamento que tanto podem ser incluídos no plano de crescimento como constituir uma parte dos objectivos a longo prazo. Determinem o número de jovens que querem recrutar baseando-vos em dois factores:

- a capacidade de acolhimento do agrupamento (secções, locais, adultos),
- o número de jovens do meio.

Devem determinar as vossas necessidades por secção. Se nas vossas secções de Exploradores e de Lobitos há listas de espera, evitem fazer a promoção junto a essas faixas etárias ou lancem-se, antes, numa campanha de recrutamento de adultos para trabalhar com essas faixas etárias.

Se o objectivo é engrossar as fileiras das secções adolescentes, devem fazer o recrutamento junto aos adolescentes da zona. Lembramos que não é necessário ter feito parte de um grupo de Exploradores para ter lugar nos Pioneiros.

Se o vosso objectivo for preencher apenas alguns lugares em uma ou duas secções recrutem de maneira diferente de quando estão a pensar fundar uma nova secção. Neste caso as necessidades são muito maiores. A campanha deve ser orientada em função das necessidades.

Avaliar os recursos

Antes de se lançarem numa campanha de recrutamento, avaliem bem os recursos de que dispõem. Eles assegurar-vos-ão os meios necessários. Devem ser tidos em conta:

Os vossos recursos humanos

São os elementos do vosso grupo e os vossos contactos. Devem igualmente saber quais são os interesses e competências de cada um. Uma escolha errada e arriscam-se a obter um resultado contrário àquele que desejam.

Os vossos recursos financeiros

Devem avaliar o dinheiro de que precisam e aquele de que dispõem. Em certos casos, é necessário começar por fazer uma campanha financeira.

Os vossos recursos materiais

Façam o inventário de tudo o que pode servir durante a campanha: cartazes, locais, fotografias, etc.

Seleccionar a população

Mesmo estando o escutismo aberto a toda a gente, não é realista ter como objectivo atrair todos os jovens numa só campanha. Para que o vosso objectivo possa ser atingido, o recrutamento deverá visar apenas uma parte da população. Escolham primeiro um público cujos interesses e gostos estejam em harmonia com o «produto» que têm para oferecer. Digamos que talvez o pavilhão desportivo não seja o local ideal para fazer o recrutamento porque os adeptos dos desportos provavelmente não serão os mais interessados no Escutismo.

Poderão escolher a população que mais vos convém se tiverem em conta os seguintes factores:

Faixas etárias

Qual é a faixa etária que querem, prioritariamente? Não se recrutam jovens de sete ou oito anos da mesma maneira que se recrutam adolescentes. Devem adaptar a vossa mensagem à idade da população que querem. Se conseguirem interessar os mais jovens, não esqueçam que terão igualmente de convencer os pais.

O território

Talvez já tenham constatado que os jovens do vosso agrupamento provêm de um sector particular do vosso território, embora não consigam atrair jovens das ruas vizinhas. Várias razões podem explicar este fenómeno. Identificando-as, obterão uma parte da solução. Estão aqui algumas pistas a explorar:

- Esses jovens frequentam outra escola?
- Vivem num meio sócio-económico diferente?
- Há uma outra associação de jovens concorrente?
- Há algum obstáculo físico entre o local onde residem esses jovens e as instalações dos escuteiros (uma via férrea, uma avenida difícil de atravessar, um parque industrial, um rio, etc.)?

Pertencer a uma comunidade cultural ou étnica

Talvez já tenham reparado que uma comunidade cultural ou étnica bastante importante no vosso meio pode estar sub-representada nas vossas secções. Essa comunidade sabe da vossa existência? Os jovens sentem-se bem-vindos no vosso agrupamento? Já pensaram em recrutar adultos entre os membros dessa comunidade?

As escolas

A direcção das escolas onde andam os jovens que vocês pretendem atrair estariam dispostas a deixar-vos distribuir folhetos ou encontrar esses jovens?

A ocupação de tempos livres dos jovens

Têm concorrentes directos tais como um clube de futebol fortemente implantado ou um grupo de jovens muito activo? Os vossos horários entram em conflito com os deles? Os jovens sabem verdadeiramente que há uma outra escolha que se lhes oferece, o vosso maravilhoso agrupamento de escuteiros?

Determinar a altura do ano mais propícia

Qual é o melhor período para fazer o recrutamento? É claro que a resposta ideal seria: *todo ano*. Mas se queremos realizar uma verdadeira campanha de recrutamento, necessitamos de bastante energia. Convém, então, escolher a altura mais propícia.

Temos tendência para pensar que a melhor altura do ano é o Outono. Na verdade, esse é o momento em que podemos verificar uma baixa nos efectivos. Ora, nessa altura já é demasiado tarde para obter uma avalanche de novas adesões pois a maior parte dos jovens já escolheram as suas actividades extracurriculares.

A experiência já provou várias vezes que é entre os meses de Maio e Agosto que se deve fazer muita publicidade. É durante este período que os jovens fazem as suas escolhas para o Outono seguinte e é quando os outros organismos de tempos livres e desportivos fazem o seu recrutamento. Se querem que o Escutismo faça parte das opções a considerar pelos jovens e pelos pais, façam com que o vosso agrupamento esteja presente e de maneira dinâmica neste momento.

Escolher os meios

Apesar de existirem várias técnicas de recrutamento, a melhor maneira de atrair novos elementos é apostar na *vitalidade* do vosso agrupamento e no *impacto positivo das vossas actividades* no meio. É a vossa melhor publicidade.

O entusiasmo transmitido pelos vossos jovens e pelas vossas equipas de adultos influencia a imagem que projectam no meio. Sejam dinâmicos, façam-se notar sempre que desempenharem acções dignas de interesse e assim terão sucesso.

Se juntarem a esse dinamismo alguns dos meios que abaixo indicamos, terão uma receita vencedora. Existe um leque variado de meios para a promoção de uma associação como o Escutismo. Por vezes basta ousar um pouco mais.

Jornais locais

Trata-se de artigos ou comunicados a enviar aos jornais locais. O título deve ser apelativo e o estilo directo. Vão direitos ao objectivo. Não multipliquem detalhes e citações. Dêem informações claras e precisas. Acompanhem o vosso texto de uma ou duas fotografias de qualidade. Terminem sempre indicando o vosso nome, o nome do organismo que representam e o número de telefone ou de fax que permita o contacto sempre que for necessário.

Rádio e Televisão

Se é difícil obter uma entrevista nas grandes cadeias de televisão quando se trata de um agrupamento de Escuteiros, talvez as cadeias de rádio e televisão locais sejam mais receptivas. Nas grandes cadeias é possível fazerem-se ouvir, participando em fóruns telefónicos desde que o tema o permita, ou ainda nos numerosos concursos televisivos ou emissões destinadas aos jovens, nas quais podem usar a farda.

Os cartazes

Afixem nos muros da vossa zona cartazes oficiais produzidos pelo Corpo Nacional de Escutas, pela vossa federação ou pelo vosso núcleo. Podem também fazer cartazes para responder às necessidades particulares do vosso agrupamento ou para anunciar uma actividade. Dêem a conhecer o que fazem!

Antes de afixar um cartaz, assegurem-se de que têm autorização. O mais comum é que esta vos seja concedida facilmente. Tentem os seguintes locais: centros comunitários ou tempos livres, bibliotecas, pequenas lojas de bairro ou de aldeia (mercearias, padarias, floristas, lavandarias), centros comerciais, igrejas, escolas. Em certos locais, há expositores para esse efeito. Informem-se.

Panfletos

A vossa associação, a vossa federação ou o vosso núcleo põem à vossa disposição panfletos promocionais. Há um espaço previsto para escreverem as coordenadas do vosso agrupamento. Podem, igualmente, fazer os vossos próprios panfletos ou brochuras.

Exposições

Pode ser que tenham a oportunidade de participar em exposições no âmbito de festas ou acontecimentos temáticos que se desenrolam no vosso bairro ou no vosso município. Se puderem instalar um quiosque, certamente ganharão visibilidade. Apresentem fotografias, panfletos, cartazes. Distribuam bolos. Actividades interactivas são mais susceptíveis de atrair jovens ao vosso quiosque.

Vídeos

Durante exposições ou em outras ocasiões, talvez seja possível mostrarem um vídeo sobre o Escutismo. Certas federações ou núcleos produziram vídeos excelentes sobre jamborees anteriores ou sobre o Escutismo em geral. Informem-se.

Participação nas festa de bairro

Muitas vezes o município, o bairro ou ainda um organismo privado decide organizar uma festa, uma quermesse, uma exposição. Estejam presentes e sejam dinâmicos. Melhor ainda, participem na organização e confiem tarefas visíveis e importantes a jovens do vosso agrupamento. Não há melhor publicidade para atrair outros jovens.

“Tournées”

«Se Maomé não vai à montanha, a montanha vem a Maomé». Vão ao encontro dos jovens nos sítios onde eles estão: nas escolas, nos centros de tempos livres, nas bibliotecas, etc. Encontrem-se com os responsáveis dessas instituições e peçam-lhes autorização para fazerem uma apresentação ou uma animação.

Parcerias

Não é fácil abrir certas portas sozinho. Associem-se a outros organismos ou a outros intervenientes para encontrar os jovens. Os parceiros possíveis são numerosos: bombeiros, polícia, agentes pastorais nas escolas, dirigentes de grupos culturais, clubes sociais, associações paroquiais, etc.

Operações "portas abertas"

Organizem um acontecimento susceptível de atrair os jovens do bairro: quermesse, jogos interactivos, noite de cinema, baile para adolescentes... Ocupem-se particularmente do acolhimento e projectem uma imagem viva e positiva. Aproveitem para dar a conhecer o Escutismo, distribuam panfletos, afixem fotografias.

Conferências

Em certos casos, podemos ter a possibilidade de fazer uma conferência. Se esta for dirigida a jovens, é fundamental confiá-la a uma pessoa muito dinâmica que saiba suscitar o entusiasmo e a participação dos jovens.

Podem igualmente organizar conferências que se destinem aos pais, sobretudo se querem atingir uma população mais jovem. Dirijam-se às diversas associações de pais, aos grupos paroquiais, aos clubes sociais. E não esqueçam, escolham um conferencista que saiba vender o vosso produto.

Demonstrações

Os vossos jovens desenvolveram um saber que seja digno de ser mencionado, eles têm talentos de que vocês se orgulham? Que esperam para os fazerem conhecer ao público? Alguns agrupamentos já instalaram o seu acampamento de Inverno no parque de estacionamento de um centro comercial; assim, puderam fazer-se notar de uma maneira original. Outros podem apresentar um peça de teatro às pessoas do bairro. Podem, por exemplo, fazer uma demonstração de socorrismo num parque o que atrairá, sem dúvida, a atenção.

Acção comunitária

A acção comunitária é valorizada na nossa sociedade. Tomem o vosso lugar e façam-se notar no vosso meio. Os jovens que vos virem realizar gestos realmente úteis e apreciados pelos outros, admirar-vos-ão. Não terão mais que fazer-lhes um sinal para que eles tenham vontade de se juntar a vocês. (ver sobre este tema o módulo ESO 1009 *O Escutismo na Comunidade*, e em particular a secção *Para realizar um bom projecto Escutista de desenvolvimento comunitário*.)

Da boca ao ouvido

É a melhor publicidade. Os especialistas em marketing dir-vos-ão que um cliente satisfeito falará, em média, a sete pessoas, enquanto que um cliente insatisfeito di-lo-à a doze pessoas. Nunca subestimem a influência do boca ao ouvido e cuidem da vossa reputação.

Esta ideia não é nova e já deu os seus resultados. Lancem um desafio aos jovens do vosso agrupamento. Que cada um leve um amigo para participar numa actividade especial: jogos, um clima embalador, sorrisos, uma merenda... São alguns dos ingredientes que têm hipóteses de serem apreciados.

Sejam honestos!

Quando recrutarem jovens, sejam honestos. Façam um resumo real dos serviços e actividades que têm capacidade de oferecer. Não enalteçam actividades que o agrupamento ou as secções sejam incapazes de realizar. Desiludidos, os jovens depressa abandonarão a secção, o que vos conduzirá ao ponto de partida, ou, pior, levará ao descrédito do Escutismo junto dos outros jovens.

6. Acolhimento e integração dos recrutados

Recrutar jovens não significa necessariamente que o agrupamento vá crescer ou se desenvolver de uma maneira sã. Falta, ainda, conservar esses jovens, convencê-los a tornarem-se verdadeiros Escutas, desejosos de progredir no interior do Movimento. Daí a importância do acolhimento e de um processo de integração eficaz.

Vários meios deram resultado, mas eles não devem fazer perder de vista o essencial: a qualidade do programa de actividades, especialmente a sua adequação às necessidades e interesses dos jovens, assim como o ambiente que reina na secção. Estão aqui alguns meios concretos para incrementar o interesse dos elementos acabados de chegar:

- apadrinhamento (por um escuteiro experiente),
- festa de acolhimento,
- campo de acolhimento,
- actividades que reúnam só os recrutados,
- desafios lançados aos recrutados para que eles se integrem na sua equipa ou na sua secção.

O período que antecede a Promessa é conhecido como sendo um período de *integração*. Trata-se de uma etapa extremamente importante porque é durante esse período que o jovem vai decidir se vai ou não ficar na secção.

Para incentivar o jovem a ficar, apresentamos quatro sugestões:

- desenvolver o sentimento de pertença,
- favorecer a realização pessoal,
- favorecer a participação,
- cultivar o espírito de grupo.

Desenvolver o sentimento de pertença

O sentimento de pertença corresponde à sensação de se *fazer parte da família*. É uma ligação sócio-afectiva entre o jovem e a secção. Mede-se pela importância que a secção ocupa na vida do jovem. Quando mais forte for o sentimento de pertença, mais o jovem estará inclinado a participar nas actividades da secção.

Para se desenvolverem, os jovens precisam de pertencer a um grupo. O grupo torna-se uma espécie de orientação com a qual o jovem se identifica, o que contribui para o tranquilizar, para lhe inspirar confiança. A vida em pequenas equipas (bandos, patrulhas, equipas, etc.), as tradições e sinais exteriores identificativos (farda, saudação, bandeira) contribuem para reforçar o sentimento de pertença. Para aumentar este sentimento é necessário que:

- As relações entre os membros do grupo sejam harmoniosas,
- Se valorize o respeito pelo indivíduo,
- Estejam em vigor regras claras e aceites por todos,
- Se promovam actividades de descontração.

Favorecer a realização pessoal

Para ficar na secção, o jovem tem de ter a noção de que aprende alguma coisa e que é útil. As actividades devem ser variadas e favorecer diferentes tipos de aprendizagem. Além disso, o sistema de progresso previsto deve permitir ao jovem realizar-se. Os êxitos são oficialmente reconhecidos pela atribuição de insígnias, o que contribui para a valorização do jovem.

Favorecer a participação

A vida na secção deve permitir ao jovem exprimir-se e participar livremente nas decisões. Os mecanismos de participação da pedagogia no projecto visam satisfazer essa necessidade. Isto é o verdadeiro espírito do Escutismo.

Cultivar o espírito de grupo

Todos os membros do agrupamento devem partilhar a convicção de que o agrupamento pode atingir os seus objectivos graças à participação de cada um deles. O desenvolvimento do espírito de cooperação e a procura de consenso são factores primordiais no processo de aquisição de uma consciência de grupo. O espírito positivo contribuirá igualmente para aumentar o sentimento de confiança dos jovens.

É de sublinhar que aparecimento do espírito de grupo é o culminar de um processo de amadurecimento. Ultrapassando as dificuldades e aceitando desafios, os jovens descobrem a força da sinergia e ganham confiança.

7. Conclusão

O recrutamento de novos membros não se faz por si só. Exige vontade, tempo, energia e perseverança. Os resultados são melhores quando somos muitos. Portanto, recrutar jovens é uma tarefa colectiva; mesmo os pais dos jovens podem contribuir. Toda a gente pode colaborar.

Além disso, os esforços de recrutamento devem ser realizados em consertação com os agrupamentos vizinhos. De nada serve esvaziar um agrupamento para completar um outro. Essa maneira de agir pode prejudicar todos, a longo prazo.

Por isso é necessário estar consciente de que um recrutamento de jovens conseguido significa um aumento de serviços. Talvez sejam necessários mais adultos, mais locais, mais material. Provavelmente os orçamentos também devem aumentar. Numa situação limite, talvez seja até necessário criar novas secções.

O recrutamento faz parte de um processo de desenvolvimento integrado. Voltamos, assim, aos quatro campos de acção do agrupamento de Escuteiros. O crescimento numérico terá efeitos na qualidade do Escutismo, no seu enraizamento no meio e na continuidade que ele deve assegurar.

Notas

1. – Ver o módulo GES 1010 *Gestão de um agrupamento de escuteiros*.

Pedagogia

- Fazer uma análise de situação num agrupamento de escuteiros.
- Seleccionar um indicador de desenvolvimento, propor um objectivo a alcançar a longo prazo, determinar um objectivo a médio prazo (três anos) e objectivos de etapas anuais.
- Observar as técnicas de recrutamento utilizadas em outros organismos de juventude.
- Fazer uma lista dos centros de interesse dos jovens do seu meio assim como os locais que frequentam e tentar encontrar um de os reagrupar.
- Discutir com outros adultos as técnicas de recrutamento usadas num agrupamento de escuteiros e propor os meios de as tornar mais eficazes.

Fontes de Informação

Nota: Muitas publicações abordam o recrutamento, mas na maioria dos casos trata-se do recrutamento de adultos benévolos. Os princípios de recrutamento dos jovens por vezes são muito semelhantes.

RÉGION INTERAMÉRICAINÉ DU SCOUTISME, *Let's make a Group Plan*.

SCOUTS DE FRANCE, *Un challenge: bâtissons notre plan de groupe*, adaptação em francês do documento precedente.

CORPO NACIONAL DE ESCUTAS, *Plano de Acção Local*, adaptação em português do primeiro documento.

PLUMBLEY, Philip R., *Seleção e Recrutamento*, Clássica Editora, Setembro de 1995. ISBN 972-561-256-6.

Avaliação da Formação

O adulto em aprendizagem deve:

- elaborar plano de crescimento a médio prazo (três anos) para um agrupamento de escuteiros;
- participar na organização de uma campanha de recrutamento, incluindo as seguintes etapas: conceber a «mensagem» dominante, avaliar as necessidades a curto prazo, avaliar os recursos disponíveis, elaborar um orçamento, definir o público-alvo, escolher os meios e colocá-los em prática, avaliar os resultados;
- enumerar os factores e condições que favoreçam a integração e manutenção dos jovens no escutismo.