

Sua empresa/organização participando da



**INSTITUTO DE
CULTURA DE CIDADANIA**

Rio, fevereiro de 2008

Como superar o apagão gerencial?

Como fazer crescer empresas num país que não cresce?

Como superar a crise de gestão do setor público?

Como superar a crise de valores do setor privado?

Como resgatar a credibilidade das instituições da democracia?

Como recuperar a cultura da legalidade para a cidadania?

Como superar a cultura de impunidade generalizada?

Como afirmar a ordem e o progresso sem a justiça?

Cultura não se muda?



Responsabilidade Política Empresarial é a verdadeira essência da cidadania corporativa, enquanto participação da vida pública, estimulando a cobrança e fiscalização das ações dos governos, além do controle social dos mandatos e dos orçamentos públicos.

Não há RSE sem RPE.

Miséria política e evolução dos conceitos de cidadania

A superação de nossa miséria social não vai se dar exclusivamente pela via econômica, mas sim pela superação de nossa miséria política, do impasse entre a crise de valores do setor privado e a crise gerencial do setor público, expressão de uma real responsabilidade política.



Evolução:

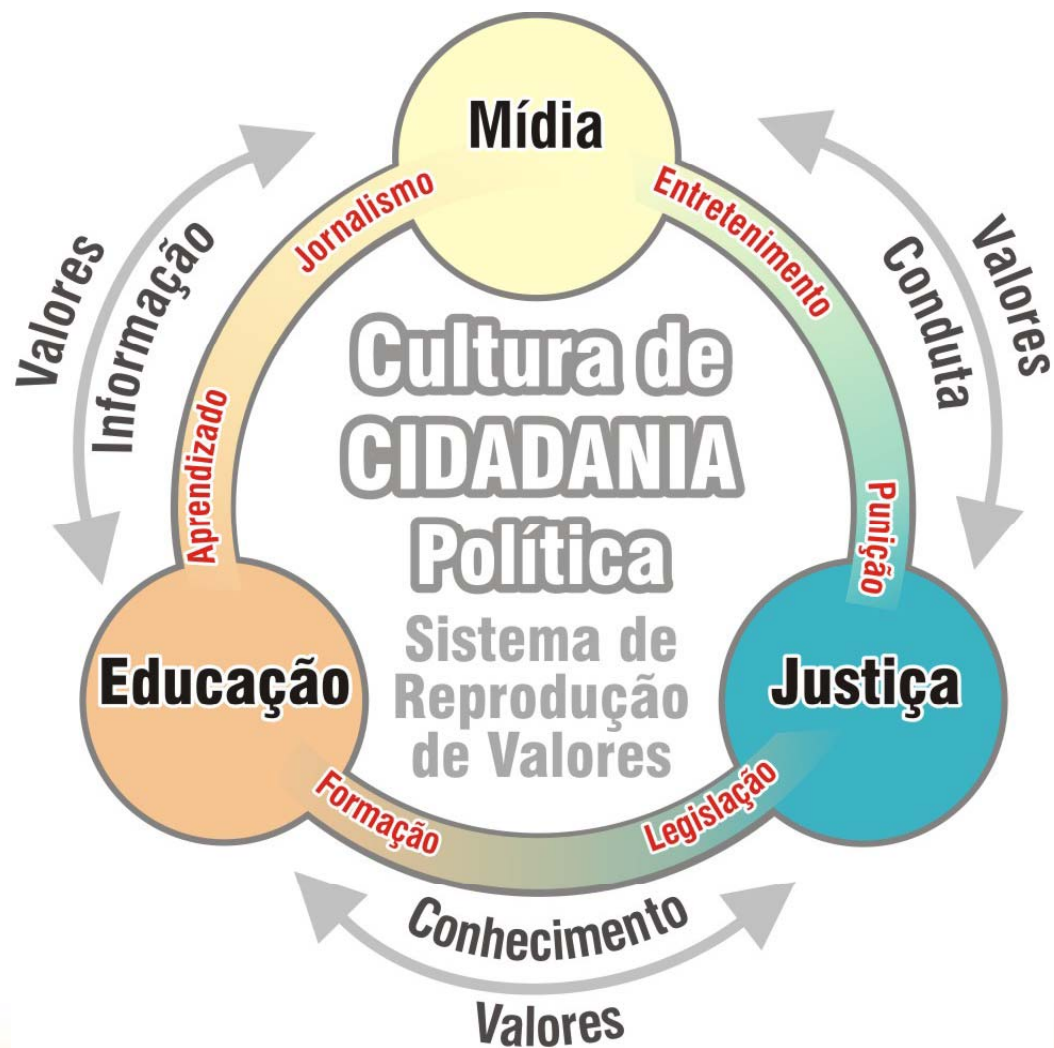
1ª geração - Cidadania como expressão de direitos sociais, filantropia, moral religiosa, solidariedade e assistencialismo.

2ª geração - Cidadania como expressão de direitos e deveres civis, boa conduta, civilidade, urbanidade.

3ª geração - Cidadania como expressão de direitos/deveres políticos, controle social de mandatos, governos e orçamentos, justiça e segurança.



Mídia, Justiça e Educação: sistema de produção simbólica



Cultura política + justiça = cultura de cidadania



Liberdade & Cidadania

Diante das distorções demagógicas e da miséria da cultura política nacional, temos de usar a cidadania no lugar da liberdade como estratégia de argumentação política. Não há em línguas latinas a diferença essencial entre *liberty* e *freedom* (*duty free* X *kingdom*).

Crime does not pay: marco da cultura de cidadania americana



- ☹️ 1929/1938 = Grande Depressão, *New Deal* e social relief;
- ☹️ 1929/1931 = Eliot Ness e os Intocáveis vs. Al Capone e o assalto ao Estado;
- ☹️ 1920 = Fundação da *League of Women Voters*;
- ☹️ 1934 – Alcatraz - mais do que meio de punição, meio de comunicação;
- ☹️ 1920/1940 = revisão do papel da imprensa; um novo conceito de jornalismo cívico;
- ☹️ Hollywood = “*trial movies*” = merchandising da Justiça;
- ☹️ 1940 = Comics da Fox Corporation



As quatro dimensões da cidadania e seus modelos

O custo de ter direitos, sobretudo os sociais, é o dever de cidadania de participar da vida política e controlar os mandatos, governos e orçamentos públicos do país.

**A Voz do cidadão-morador
(direitos civis)**



**A Voz do cidadão-eleitor
(direitos políticos)**



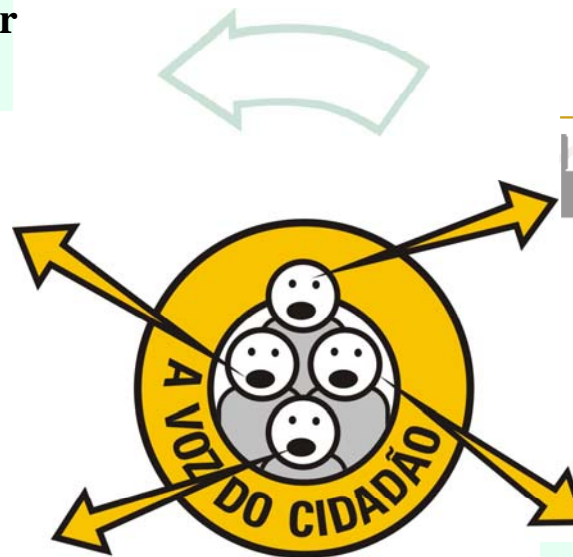
**A Voz do cidadão pagador de
impostos (direitos sociais)**



**A Voz do cidadão-consumidor
(direitos econômicos)**



PROTECTING HEALTH, SAFETY & DEMOCRACY



Os programas desenvolvidos

Internet

Portal www.avozdocidadao.com.br



Editoriais, Agenda da Cidadania, campanhas, manifestos etc.

Mídia

Boletins radiofônicos semanais



Audiovisual

Para distribuição em canais não comerciais



Educação corporativa

Oficinas e palestras para quadros gerenciais de empresas e entidades



Programa Editorial

Publicação de livros, cartilhas e panfletos



Acervo de campanhas e ferramentas



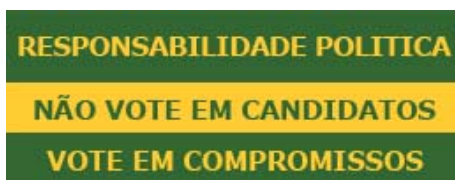
Cidadania como exercício dos direitos e deveres políticos.



Para reflexão sobre o estado da cidadania no Brasil.



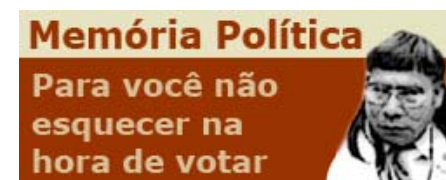
Direitos e deveres civis dos cidadãos conscientes e atuantes.



Compromissos de mandatos para empresas e entidades.



Uma campanha para a mobilização de lideranças.



Destaques do cenário político recente.



Campanha de mobilização de moradores e consumidores



Os cidadãos exemplares recebem um diploma especial.



Casos de cidadania exemplar fotografados por colaboradores.



Acervo de campanhas e ferramentas



Para conscientização de que nosso planeta é a nossa única "casa".



Use-os cada vez que um direito coletivo for violado.



Fatos e notícias na mídia, sob a ótica da plena cidadania.



Temas do noticiário político sob a ótica da cidadania.



Decálogo do combate à pirataria por uma cultura de cidadania.



A propriedade como valor fundamental da cidadania.



O confronto político de idéias como a base da democracia.



Registro de escândalos e da impunidade.



Uma campanha voltada a empresas e entidades.



A proposta de uma campanha pela legalidade

Caberá a uma parcela mínima das lideranças sociais (50 parlamentares + 50 empresários) uma contribuição mínima para a viabilização da campanha no sentido da mídia não-comercial para a comercial.

Um Fundo de Promoção da Cidadania

INFORMAÇÃO

Jornalismo
de Denúncia

Jornalismo
Cívico

ENTRETENIMENTO

Merchandising
Social

Merchandising
Político

ATORES

- Os pagadores de impostos – empresariado
- Os eleitos - para bem aplicar os impostos
- Os cidadãos eleitores conscientes

MISSÃO

- Compromisso de pagar, fazer pagar e controlar a aplicação dos impostos.
- Compromisso de fiscalizar o Executivo e prestar contas ao eleitor.
- Compromisso de acompanhar os mandatos e orçamentos e exigir eficiência dos governos.

De iniciativas isoladas a uma cultura de protagonismo



- Cultura de cidadania - única arma para o efetivo combate da cultura de impunidade.
- Uma parcela significativa de cidadãos já está consciente da urgência do desenvolvimento dessa cultura, no plano do sistema educacional. Todavia, isso não basta; é preciso envolver a mídia como sistema de reprodução de valores.
- Uma campanha constante e construtiva, diante de iniciativas pontuais onde mais se denuncia do que se propõe alternativas para a cidadania.



Uma campanha em constante desenvolvimento

MANIFESTO PELA LEGALIDADE

BRASIL DIREITO!

A cidadania a cada dia c surgimento de vários m Se nos omitimos, como temos pouca educação prioridade para a retom sociedade brasileira ante de sua qualidade. Enqu assimile esta idéia, no a Permaneceremos num temos educação de alta problema não é a educa das lideranças sociais! Nós abaixo-assinados tr sim a má aplicação do d educação pública de qui como é dever de cada ci aplicados no ensino fun proclama da República não é tão nefasta quant teremos aeroportos, est educação básica teremc O que não interessa ma todos estamos cansado enfrentá-los! Pela priori democracia! Chega de d cívica pelo controle soci ser fiscalizados pelos ci termos de tomar conta c tribunais de contas. E d o desenvolvimento de u ou tolerar nenhuma das Pela firmeza do compro cidadania participatva, nossas casas, dos gabi centenas de milhares d desempenho pedagógic falhas e fracassos em q educação como a marca de resgate da cidadania O Brasil não é pra ter

O DECÁLOGO PELA LEGALIDADE

BRASIL DIREITO
www.avozdocidadao.com.br

- 1 - Quando você resolver falar mal do Estado brasileiro, lembre-se sempre que o Estado nada mais é do que mais um produto da cultura de uma sociedade!
- 2 - A cultura de impunidade só cresce num país que não desenvolve uma cultura de cidadania.
- 3 - Se o crime não compensa nos países mais desenvolvidos e o Brasil também quer se desenvolver, o crime também não pode compensar no país.
- 4 - Se você quer recuperar a sua cidadania aposte na eficiência da justiça e não na impunidade. Denuncie a corrupção dos agentes públicos.
- 5 - Não denunciar os pequenos delitos acaba por incentivar os grandes crimes.
- 6 - Não há a possibilidade de políticos, promotores e juizes eficientes sem a vigilância do cidadão comum.
- 7 - Comprar sem exigir nota fiscal, por exemplo, acaba por favorecer a ilegalidade, a corrupção e a violência social.
- 8 - Você pode até achar que a lei no Brasil não pega, mas, antes disso, pergunte a você mesmo o que você tem feito para ajudar a pegar.
- 9 - Quem faz o Estado funcionar efetivamente é o cidadão que exige qualidade nos serviços públicos e vigia os funcionários que faltam para com seus deveres.
- 10 - O dever do cidadão não pode se limitar a pagar seus impostos, senão a exigir eficiência dos próprios agentes públicos.

www.avozdocidadao.com.br

INICIATIVA



A Voz do Cidadão, em parceria com a Moviart Produções, está propondo uma grande campanha de apelo à consciência de cidadania, que se inicia com o lançamento de um manifesto assinado por personalidades reconhecidamente ligadas à luta da cidadania em seus vários campos de atuação.



Estúdio móvel para gravações

Anúncios minimídia para mídia impressa.

BRASIL DIREITO

Quando você resolver falar mal do Estado brasileiro, lembre-se que ele nada mais é do que um produto da cultura de uma sociedade!

Se você concorda com esta idéia, participe, assinando o manifesto!

APOIO



www.avozdocidadao.com.br



*Não basta aos cidadãos terem responsabilidade civil.
Não basta às empresas terem responsabilidade social. Não basta aos governos
terem responsabilidade fiscal.*

*Para o país voltar a crescer, é preciso o compromisso de todos para com a
responsabilidade política, expressão de uma verdadeira cultura de cidadania.*

ASSOCIE-SE!



**INSTITUTO DE
CULTURA DE CIDADANIA**

Iniciativa

**PROPAGANDA
PROFESSA**
DESDE 1976

Apoio de Mídia

REDE
CBN

Patrocinadores Institucionais

AVINA™

A
ARACRUZ

GO GERDAU

mabe
eletrodomésticos

O Instituto de Cultura de Cidadania A Voz do Cidadão é certificado como OSCIP desde 23/06/2005

www.avozdocidadao.com.br • Rio de Janeiro • 21 2540-0961