



REFORMA DO ESTADO

Cidadania | Modernidade
Transparência | Competitividade

Pilar Reforço da Autoridade do Estado e Promoção da Cidadania Projecto

Cidadania em 1 Minuto





ÍNDICE

<i>I - ENQUADRAMENTO</i>	<i>3</i>
<i>II – DESENVOLVIMENTO</i>	<i>4</i>
<i>III – PÚBLICO-ALVO</i>	<i>6</i>
<i>IV - LINHA CRIATIVA</i>	<i>6</i>
<i>V – VALORES E CONTEÚDOS</i>	<i>7</i>
<i>VI. 1 – EXECUÇÃO 1ª FASE</i>	<i>10</i>
<i>VIII – LANÇAMENTO PROJECTO CIDADANIA EM 1 MINUTO</i>	<i>20</i>
<i>IX – LANÇAMENTO OFICIAL</i>	<i>21</i>
<i>IX.1 CERIMONIAL</i>	<i>22</i>
<i>X. – CUSTEIO</i>	<i>23</i>
<i>XI– MEDIDAS DE PREVENÇÃO</i>	<i>24</i>
<i>XI.3– ANÁLISE RISCOS</i>	<i>25</i>



I – ENQUADRAMENTO

Em pouco mais de três décadas Cabo Verde passou por transformações profundas. No plano político, a transição de um modelo de colónia de Portugal para uma nação independente exigiu uma tal mobilização de esforços de toda a sociedade que somente o intenso anseio pela liberdade é capaz de catalizar.

O momento seguinte, de afirmação e busca do modelo político que contemplasse os anseios da maioria não foi menos exigente. Mesmo partindo de uma base comum de identidade cultural e território definido, a construção do país exigiu esforços para a implantação do Estado, quer seja no plano concreto de criação das estruturas administrativas, quer no plano das negociações entre os segmentos da sociedade.

Conflitos e tensões fazem parte dos processos de mudança e são necessários aos ajustes das vontades dos diversos segmentos sociais, cujos interesses devem estar representados em uma sociedade democrática.

A afirmação na condição de país independente implicou no desenvolvimento de um novo modelo económico em que rapidamente está se fazendo a transição de uma economia de subsistência baseada na pesca e agricultura, e dependente de ajudas externas, para a busca de um modelo económico de maior sustentabilidade baseado na prestação de serviços e na tecnologia.

No breve intervalo de menos de 4 décadas, quase 50% da população deixou o meio rural para viver em cidades ainda em fase de infraestruturação urbana. Na bagagem trouxeram hábitos, costumes, conceitos e esperança. Neste processo, o que é história para os muito jovens, é passado recente para os adultos e as lembranças dos mais velhos.

Concomitantemente, as estruturas formais de socialização e os modelos até então estabelecidas – nas relações comunitárias e familiares, as noções de hierarquia e autoridade, os desejos e ambições – passaram a ser confrontados com o universo de novos significados através da velocidade da informação, das ofertas de consumo e da vida urbana.

Assim, entre o período da luta pela Independência e o momento actual a sociedade cabo-verdiana está vivenciando inúmeras transformações concretas – facilmente perceptíveis nas condições de vida – e intangíveis como a troca da subordinação política e económica pelo estatuto de nação soberana.



Em períodos de mudanças aceleradas pode acontecer um descompasso entre o real e concreto e os modelos, valores e crenças, o que cria pressão e desconforto psíquico, um estágio de conflito do qual o indivíduo e a sociedade tentam se livrar criando mecanismos diversos de acomodação interna e externa. Dentre estes, comportamentos inadequados ao convívio colectivo no meio urbano, resistência as mudanças, desobediência às novas normas etc.

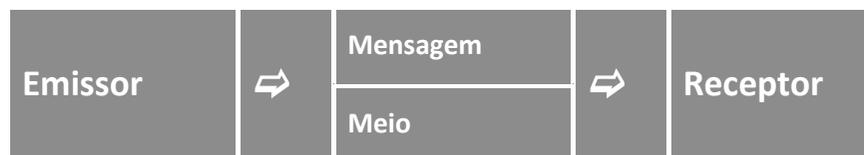
A adaptação às mudanças se dá de forma diferente para cada indivíduo, com maior ou menor dificuldade, em mais ou menos tempo e, principalmente, com resultados de comportamento diversos.

O Projecto Cidadania em 1 Minuto se insere neste contexto como um instrumento da Reforma do Estado para alcançar os objectivos do pilar Reforço da Autoridade do Estado e Promoção da Cidadania. Não se trata pois de uma campanha publicitária mas de um conjunto de acções que usam as ferramentas da Comunicação Social para informar, motivar e promover mudanças, e reforçar comportamentos

II – DESENVOLVIMENTO

O projecto “Cidadania em 1 Minuto” está assente em um conceito mais amplo da Comunicação Social que supera o modelo tradicional, ao adoptar um modelo em que receptor é sujeito na dotação de significados dos conteúdos das mensagens

Esquema tradicional



Esquema adotado



II – Objectivos:



REFORMA DO ESTADO

Cidadania | Modernidade
Transparência | Competitividade

II.1. 1 Objectivo Geral

No âmbito da Reforma do Estado, o Reforço da Autoridade do Estado e a Promoção da Cidadania são duas necessidades prementes para que o desenvolvimento social – em especial o comportamento dos cidadãos – seja condizente com as metas de desenvolvimento económico e competitividade.

O projecto Cidadania em 1 Minuto tem como premissa que cidadania e civismo são inerentes a uma sociedade democrática em que a garantia dos direitos fundamentais dos cidadãos exige a participação activa dos mesmos.

O objectivo principal do projecto é **despertar e mobilizar, através do reforço positivo, os sentimentos cívicos e de cidadania em toda a sociedade bem como o respeito a autoridade**, o que deverá resultar a médio e longo prazos em atitudes e comportamentos compatíveis com os objectivos de modernização do país.

II.2. Objectivos específicos

O Projecto Cidadania em 1 Minuto é mais do que uma campanha publicitária. Sua concepção utiliza as ferramentas de comunicação – publicidade, jornalismo, relações públicas, endomarketing e TICs – em uma perspectiva educativa e de desenvolvimento humano através da informação, formação e reforço de atitudes e comportamentos positivos.

O projecto é direccionado a toda sociedade e contém acções de abrangência global e acções segmentadas, visando a criação e/ou reforço de modelos de representação mental de autoridade do Estado, de cidadania e de civismo que levem a adopção de atitudes e comportamentos condizentes com a vida em uma sociedade democrática e no ambiente urbano.

Neste contexto os principais conteúdos são:

Cidadania como a participação activa no desenvolvimento do país no âmbito político, social e económico.

Reconhecimento da Autoridade do Estado que tem como funções essenciais a garantir a **Segurança Nacional, Justiça, função regulação e fiscalização do Estado, fomento da actividade económica e protecção social**

Civismo através de mudanças de comportamentos pessoais e no âmbito das relações na família e comunidade.



Força Policial: introjeção da imagem da força policial como organismo responsável pela manutenção da paz social e protecção das liberdades individuais

III – Público-Alvo

O Projecto Cidadania em 1 Minuto tem como público-alvo:

- a. A população residente em Cabo Verde – uma vez que os constrangimentos em relação a autoridade do Estado e exercício da cidadania estão presentes em todos os segmentos, com destaque para a população mais jovem.
- b. Diáspora – é um público que merece atenção pela necessidade de maior aproximação e comprometimento com o país de origem e comportamento social adequado nas comunidades onde vivem.

IV - Linha Criativa

Considerando as características de afectividade do povo cabo-verdiano e os objectivos do projecto, a escolha dos elementos principais de composição da linguagem a ser utilizada é fundamental.

O que caracteriza a linguagem *publicitária* é a utilização de forma articulada de inúmeros signos para construir a unidade da mensagem de tal forma criativa, que perpassa o histórico-cultural chegando ao psíquico, com o objectivo de cativar o público.

As linguagens apelativa e poética mostram-se as mais adequadas para reforçar o poder empático do discurso, criando mensagens com a empatia necessária para levar o público a resignificar os conteúdos propostos no Projecto Cidadania em 1 Minuto.

A abordagem criativa das mensagens deve seguir a mesma linha sintetizada no slogan (uma frase) que assinará todas as peças

V – Valores e Conteúdos



REFORMA DO ESTADO

Cidadania | Modernidade
Transparência | Competitividade

Os valores, conforme relacionados abaixo, fazem parte dos conteúdos que estão definidos tecnicamente para orientar o desenvolvimento do projecto e transmitem um valor principal e outros agregados

V. 1 - Valores

1. Dedicção ao Estudo, formação e auto-formação como investimento fundamental e estratégia de capacitação pessoal e colectiva.
2. Dedicção ao trabalho (manual e intelectual) como exigência de integração social, satisfação de necessidades pessoais e familiares e única fonte legítima da riqueza. Só o trabalho dignifica a pessoa.
3. Liberdade individual, desenvolvimento pessoal e sentido de bem colectiado.
4. Ousadia, cultura técnico-científica, espírito de rigor, poder de iniciativa e robustez psicológica para protagonizar iniciativas económicas independentes, enfrentar e vencer adversidades intrínsecas de Cabo Verde (sejam elas sociais, familiares, individuais, naturais ou ambientais).
5. Patriotismo, probidade e comprometimento com os propósitos de desenvolvimento de Cabo Verde.
6. Democracia, cultura de legalidade e de respeito pela vida colectiva e pelos direitos humanos (que começa com os nossos vizinhos, colegas de trabalho e de escola...) e gestão madura da dissensão sem a qual não há democracia.
7. Família enquanto espaço afectivo, de solidariedade, de transmissão de valores e de reprodução e plena assunção de responsabilidades e solidariedades do pacto familiar, especialmente em relação à procriação.
8. Solidariedade nacional, social, familiar activa e comprometimento com os objectivos de coesão social.
9. Convivência social, civilidades aprimoradas entre cidadãos num quadro de diversidade de opinião (tolerância) e de respeito mútuo e pelas normas fundamentais da sociedade.¹

V. 2 – Conteúdos

Os conteúdos sugeridos são:

¹ Conforme definidos no estudo Reforço da Autoridade do Estado e Promoção da Cidadania conduzido pelo consultor doutor Victor Borges.



REFORMA DO ESTADO

Cidadania | Modernidade
Transparência | Competitividade

1. Cidadania - o que é ser cidadão
2. Autoridade do Estado e Cidadania
3. Segurança interna – o papel das forças policiais é garantir a paz social e proteger as liberdades individuais.
4. Fortalecimento da rede social:
 - a. Família, amigos, comunidade
 - b. Reforço dos vínculos afectivos uma vez que a perda dos mesmos pode levar à marginalidade;
 - c. Ambição x valores morais e esforço pessoal.
 - d. Promoção do diálogo e da mediação para solução de conflitos.
 - e. Paternidade Responsável;
 - f. Papel da sociedade no controle e protecção dos seus membros;
5. Segurança do país – salvaguarda da soberania
6. Regulação e Fiscalização - competitividade
7. Justiça – aplicação da Lei
8. Civilidade – comportamento social adequado ao convívio em sociedade

VI – Suporte Executivo

A execução de um projecto com as características propostas pressupõe a existência de um suporte executivo que assegure a qualidade da produção em função dos objectivos almejados.



Outro aspecto fundamental é a optimização dos recursos financeiros. Os elevados custos de produção têm sido um factor de inibição da qualidade dos projectos de comunicação de carácter sócio-educativos fazendo com que estes projectos, em sua maioria, sejam executados de

forma tímida ou não saiam da gaveta.

Organograma Projecto Cidadania em 1 Minuto



Para superar estes constrangimentos, o desenvolvimento do Projecto Cidadania em 1Minuto está assente em uma “*task force*” constituída pelos recursos humanos disponíveis nas instituições parceiras, e a contratação de profissionais para execução do trabalho de cunho altamente especializado – roteiro (na versão final adequada ao tempo de cada filme) direcção, filmagem, edição .

A organização, conforme a ilustração ao lado, tem como objectivo eliminar a intermediação, neste caso de uma agência ou produtora, uma vez que os factores críticos de qualidade na produção dos vídeos são a elaboração dos roteiros – que já estão em fase de redacção de duas

propostas diferentes para cada tema para ser escolhida a melhor – e direcção geral que não é apenas conhecimento técnico mas experiência e, principalmente, sensibilidade.



Vale salientar que a contratação de uma empresa implicaria em pagar por trabalhos que já foram realizados ou estão em andamento – pesquisa sobre os temas para elaboração dos roteiros, roteiros, pré-produção – uma vez que cada um terá que imprimir sua “marca” ao projecto e justificar custos.

VI. 1 – Execução 1ª Fase

VI. 1.2 Suporte comunicacional

O Projecto Cidadania em 1 Minuto tem uma concepção sistémica em que as acções foram planeadas para cumprir os papéis de informar, formar e reforçar comportamentos positivos e valores socialmente aceites. Vale lembrar que não se trata de comunicar fatos e produtos mas, principalmente, conteúdos intangíveis de alcance profundo com vistas a obter mudanças de paradigmas.

A dinâmica de execução do Projecto Cidadania 1 Minuto não se encaixa na concepção tradicional de comunicação que no caso dos veículos de massa pressupõe um receptor passivo. O público hoje é cada vez menos passivo e a interactividade se tornou fundamental. No caso população de Cabo Verde é muito importante o fato de que através de amigos e familiares e dos meios de comunicação a população está em permanente contacto com outras sociedades e, conseqüentemente, sujeita a influências diversas. Neste caso os jovens são os mais susceptíveis aos modismos que moldam os comportamentos.

O Projecto Cidadania em 1 Minuto faz uso de várias ferramentas para atingir o público-alvo de formas diferentes, em momentos diferentes, para criar o ambiente adequado ao desenvolvimento de condições efectivas de informação, formação e auto comprometimento com as mudanças.

No **funcionamento em cadeia** proposto no Projecto Cidadania em 1 Minuto o público deve receber a mensagem, interpretar, reflectir, expressar sentimentos, fazer relatos de experiências, discutir conceitos e padrões estabelecidos, identificar seus valores, propor novas leituras possíveis para o mesmo tema. Esta vivência de entrar em contacto com o mesmo tema em diferentes situações **deve permitir a cada indivíduo**



resignificar, se auto comprometer com novas atitudes, levar a mudança de comportamentos e intervenções na comunidade, isoladas ou em grupo.²

VI.1. 2.1– Comunicação Ampla – Televisão e Rádio –

A veiculação das mensagens em emissoras de TV e de rádio é o primeiro instrumento e tem como objectivo introduzir o projecto – na vertente informação e reforço – com amplitude e intensidade.

Neste caso o público-alvo é toda a população, que receberá a mesma mensagem ao mesmo tempo. A programação de mídia deve considerar que para a introjeção dos conteúdos é fundamental a qualidade do material produzido - capacidade de captar a atenção e causar empatia- e a intensidade de exposição – quantidade de repetição das mensagens -

Em Cabo Verde será priorizada a veiculação nos meios de alcance nacional. Na Diáspora a programação se apoiará nos veículos comunitários e demais meios disponíveis, com apoio das lideranças das comunidades locais.

Para a TV:

A – produzir 3 (três) filmes de um minuto para serem os carros-chefe da campanha.

B – produzir 4 (quatro) spots de 30” usando fotografia com efeito digital para outros temas.

Para a Rádio: serão produzidos 7 (sete) spots com os mesmos temas

Como recurso adicional será produzido um jingle.

Temas seleccionados (para aprovação):

² Segundo Habermas, as acções humanas são coordenadas através da comunicação e a base subjacente a todas as formas de comunidade humana é a "racionalidade comunicativa", que permitirá a compreensão intersubjectiva e a resolução consensual de conflitos. *Jürgen Habermas*. Porto Editora,



1. Comportamentos violentos: violência doméstica e conflitos que resultam em brigas e morte.

Aqui é muito importante fazermos a distinção entre a violência ligada à marginalidade e os comportamentos violentos.

A violência ligada à marginalidade – em especial o latrocínio e acção de gangs e quadrilhas – é passível de acções preventivas e intervenção policial e de modo geral acontece na esfera pública.

Os comportamentos violentos são aquelas acções que acontecem na esfera privada e nas relações individuais - violência doméstica, abuso sexual, conflitos que resultam em brigas e morte – cujas raízes estão em questões culturais, psíquicas e de socialização. Nestes casos as formas de abordagem exigem acções educativas e reforço da socialização, principalmente dos jovens.

É muito importante que seja feita esta diferenciação uma vez que tratar a violência com uma origem única permite o discurso que situa o governo como único responsável pelo comportamento do indivíduo. A cidadania e a sua convivência social implicam que cada indivíduo se na esfera e perante sua comunidade.

III. 2 – Ferramentas Interactivas

O Projecto Cidadania em 1 Minuto precisa ter uma dimensão **educativa** para que seus objectivos sejam plenamente alcançados.³ Para atender a essa dimensão buscou-se as ferramentas mais adequadas no conjunto de possibilidades oferecidas pelas Relações Públicas no segmento Relações com a Comunidade.

³ Optamos por utilizar o conceito de Educação Integral da Organização das Nações Unidas para a Educação Ciência e Cultura Unesco – por acreditarmos que o processo de formação e desenvolvimento do ser humano é contínuo.

As acções do Projecto Cidadania em 1 Minuto consideram o seu público -o indivíduo de forma integral - no seu ambiente social, em todas as idades.

Educação Integral – educação de alguém como um todo de acordo com os 4Pilares da Educação, tendo em conta os níveis:

- **Afectivo-emocional**
- **Cognitivo** – aquisição de conhecimentos;
- **Ético-moral**
 - Moral – regras e normas que caracterizam uma sociedade
 - Ética – ciência que regulamenta a moral; estabelecimento de uma reflexão com o objectivo de distinguir o bem e o mal, marcado pelo principio da liberdade.



REFORMA DO ESTADO

Cidadania | Modernidade
Transparência | Competitividade

O conjunto de ferramentas proposto permite a utilização em diversas situações, com o objectivo de formar uma rede em que o



reaproveitamento é também uma forma de avaliação e aperfeiçoamento contínuo.

VII.2. Rede Cidadania em Acção

Por rede entende-se um conjunto de pessoas, estabelecimentos ou organizações que trabalham comunicando entre si, sob uma direcção central, formando uma malha resistente sustentada por objectivos e metodologia de funcionamento previamente acordadas.

A Rede Cidadania em Acção é sobretudo uma **rede de pessoas**, com adesão espontânea pela identificação com a metodologia e com os objectivos. Não se trata de criar nenhuma nova organização mas identificar e utilizar os espaços existentes.

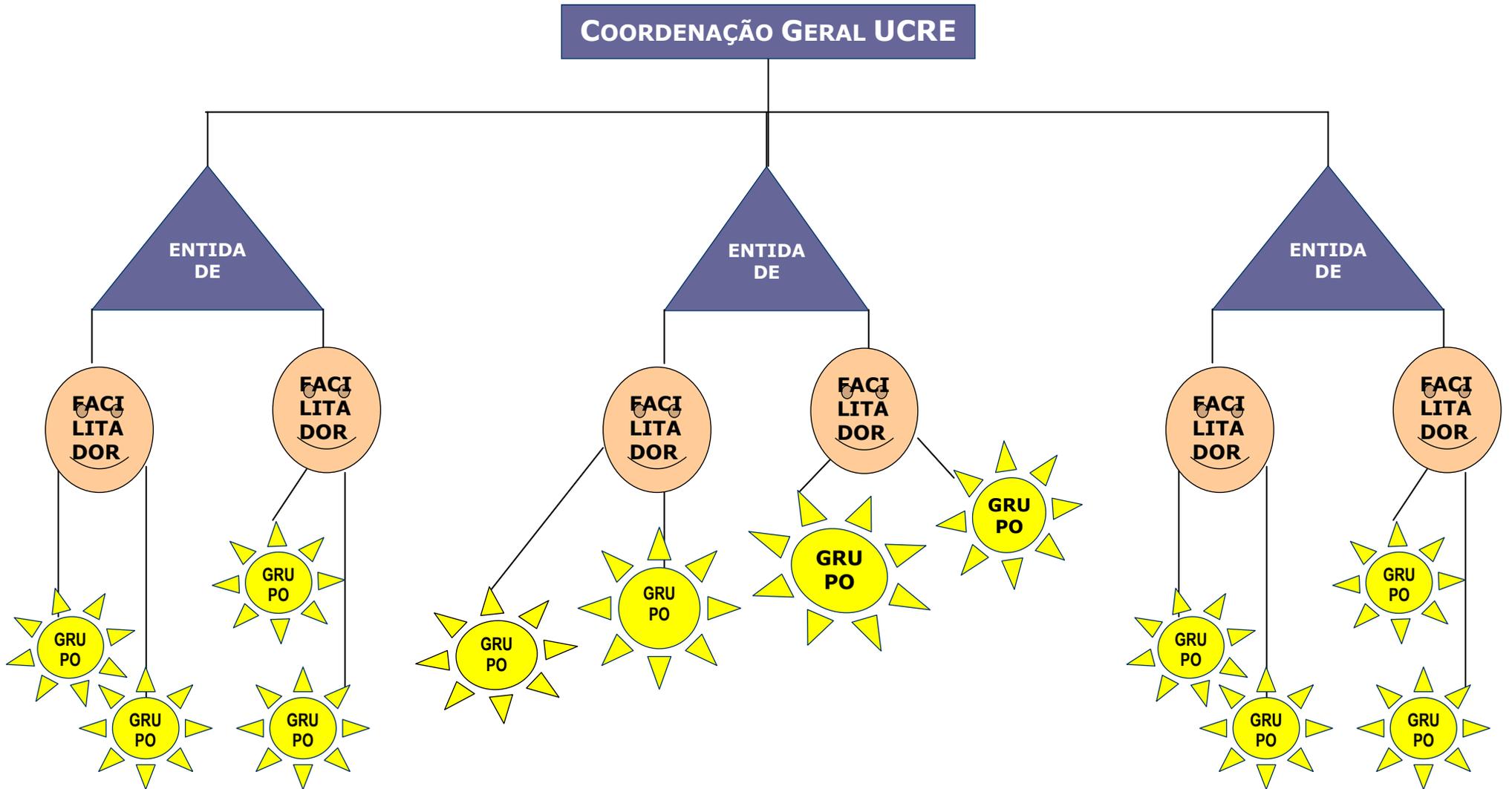
Com a mesma metodologia pode-se criar a Rede Cidadania na Escola envolvendo alunos e professores. Neste tipo de rede o grande potencial é de liderança dos jovens pelos aspectos de domínio dos códigos e da linguagem comum à faixa etária.

Perfil do Facilitador

1. Perfil: habilidades de liderança e de relacionamento interpessoal.
2. Papel: criar o ambiente adequado ao desenvolvimento da participação, mediando conflitos, evitando o monopólio da fala, colocando questões provocativas, conduzir a reunião em uma sequência com início meio e fim.
3. Preparação: através de Workgroups com a mesma metodologia que irão aplicar.
4. Materiais de apoio são os DVDs e a Cartilha Cidadania e Civilidade. **Kit pequeno Cidadão**

- **Psicomotora**

De modo a contribuímos para o desenvolvimento da personalidade da criança.





REFORMA DO ESTADO

Cidadania | Modernidade
Transparência | Competitividade

VII.3 Cidadania na Web.

Esta acção vai atingir o público jovem e adulto usuário da Internet em Cabo Verde e no exterior, através do site da Reforma do Estado, do Ministério da Justiça e do Ministério das Finanças.

Em cada site será criado o espaço **Cidadania em Acção** onde o usuário poderá assistir aos filmes publicitários e fazer download. Também estarão disponíveis as cartilhas e hiperligações interessantes.

No mesmo espaço haverá uma enquete e um endereço para perguntas.

III. 2.4 Gincana da Cidadania



GINCANA! Tarefas difíceis, absurdas, quase impossíveis! A gincana é um jogo de origem indiana. Está surpreso? Pois é isto mesmo, a palavra significa "jardim para esportes excêntricos". O jogo é uma disputa entre equipas que devem cumprir tarefas malucas e diferentes!

A gincana tem essencialmente carácter lúdico, sendo que as tarefas podem ser culturais, desportivas, acções comunitárias, solidariedade e civismo etc. vai movimentar especialmente o público jovem. Com alta visibilidade e ambiente festivo é o ideal para encerrar um ciclo de trabalho.

Para a execução das tarefas é necessário conhecimento, organização, negociação entre os membros da equipa. Ao longo do evento são criadas diversas situações em que os participantes directos e indirectos são convidados à reflexão e a construção colectiva de conceitos e consensos.

Como um evento de competição, as equipas se organizam para cumprir tarefas que valem pontos e aquela que soma maior número de pontos ganha um prémio.

A Gincana da Cidadania será realizada em duas etapas:



REFORMA DO ESTADO

Cidadania | Modernidade
Transparência | Competitividade

1. A primeira etapa será realizada por concelhos que deverão formar suas equipas com a participação de escolas, outras instituições ou independentes. Os concelhos vencedores em primeiro e segundo lugares receberão um prémio e juntos formarão a equipa para a fase seguinte.
2. a segunda etapa, de âmbito nacional, será disputada pelas equipas formadas pelas duas equipas vencedoras da etapa anterior que se unirão para representar sua ilha.

Premiação – ao final da gincana haverá uma solenidade com a entrega dos prémios (sugerimos as comemorações do dia da independência em 2010) sendo que no caso da etapa nacional pode ser 1º, 2º e 3º lugar. Não haverá prémios de carácter individual. Todos os prémios devem ser de uso colectivo.

A realização da Gincana exige a elaboração de planeamento a parte, embora integrado a este Projecto

VII.4 – Suportes

VII.4.1 DVDs–

Nos DVDs estarão gravados os filmes publicitários, hino e imagens da bandeira – esta peça será distribuída nas escolas, associações, ONGs e demais entidades de actuação directa na sociedade para utilização nos seus eventos. Na capa do DVD estará impressa logomarca do projecto e na capa interna a letra do hino nacional.

O DVD é também um dos materiais de suporte da **Rede Cidadania em Acção**.

Justificativa: Sem maior esforço dos educadores e agentes que lidam com a comunidade, os filmes publicitários ganham outra dimensão, para além da simples propaganda, tornando-se instrumento didáctico.

A exibição de um spot serve como ponto de partida para dinâmicas de grupo em que os participantes podem discutir valores e práticas, relatar experiências, expressar sentimentos, chegando até mesmo a uma nova construção psíquica mais apurada – que é o que leva efectivamente às mudanças de atitudes – e a elaborar projectos de intervenção concreta na comunidade.

VII. 4.2 Kit Cidadão para crianças até10 anos



Kit para crianças de 7 a 10 anos : este kit será direccionado às escolas de ensino básico para distribuição aos alunos. Cada conjunto terá uma bolsa contendo uma camisola e uma cartilha envolvendo os principais conteúdos do projecto, conjunto de lápis de cor (pequeno) jogo pedagógico.

Justificativa: os itens que compõem o kit cidadão infantil foram escolhidos para atender a dois objectivos: educar de forma lúdica (cartilha e jogo corrida da cidadania) e dar alta visibilidade ao projecto por longo tempo, papel este para o qual a camisola é uma mídia consagrada.

A **Cartilha Maternal** é uma obra de natureza pedagógica, escrita pelo poeta e pedagogo João de Deus e publicada em 1876, que se destinava a servir de base a um método de ensino da leitura às crianças. A **Cartilha Maternal** é uma das obras mais vezes reimpressas em Portugal, tendo sido extensivamente usada nas escolas portuguesas por quase meio século, ainda mantendo alguns seguidores.

A cartilha atravessou o século e, para além dos muros da escola maternal, abriu a porta das empresas e outras instituições com instrumento de educativo sobre os mais diversos assuntos. O segredo está na simplicidade da linguagem que associa texto, ilustração e projecto gráfico feito para agradar crianças mas que cativa os adultos.

*Cartilha do pequeno
cidadão*

*Esta cartilha foi criada para
você, jovem cidadão de Cabo
Verde.*

*Cabo Verde é o nosso
Você sabe o
que é um*





REFORMA DO ESTADO

Cidadania | Modernidade
Transparência | Competitividade

Na cartilha há sempre uma leitura central referente a um tema, seguida de debates, com perguntas e respostas, com o auxílio de notas explicativas e ilustrações. No final de cada tema, algumas questões em que se deve pensar são apontadas. A cartilha é para ser lida, de preferência em grupo, conversando-se sobre seus principais temas e esclarecendo as dúvidas.

VII.4.3 Kit Cidadão para Adultos

Mais simples do que o infantil, o Kit Cidadão para Adultos terá uma camisola e a Cartilha Cidadania e Civilidade cujo conteúdo tratará dos direitos e deveres do cidadão e das atitudes de gentileza urbana.



<p><i>Você sabe o que é Cidadania e Civilidade? Esta Cartilha foi criada para falar destes assuntos tão importantes para o crescimento do nosso país. Todos precisam saber quais são seu direitos e deveres como cidadão e conhecer os hábitos de civilidade pois só com educação e respeito aos direitos alheios é possível viver e construir uma vida melhor para todos. Infelizmente, muitos simplesmente desprezam as regras básicas de convivência. E não é preciso grandes sacrifícios não buzinar em congestionamentos ou recolher o próprio lixo, não sujar as praias.</i></p> <p><i>Cristina Fontes Lima Ministra da Reforma do Estado Julho 2009</i></p>	<p>Civilidade</p> <p><i>É um conjunto de boas maneiras que ajudam as pessoas a viverem melhor em sociedade.</i></p>
--	--

Todo o material deverá ser criado com personagens, situações e ambientações que reflectam a realidade local, um espelho em que crianças e adultos possam identificar-se.

VIII – Lançamento Projecto Cidadania em 1 Minuto

Para maior mobilização deve-se fazer um pré lançamento para lideranças de todos os segmentos da sociedade, com a apresentação do material - DVD, Kit Cidadão, filmes e Gincana - ensinando o manuseio didático do material nas escolas e instituições que trabalham com o público infanto-juvenil.

É muito importante que estas lideranças compreendam os conceitos básicos do projecto e apreendam a publicidade em uma nova vertente: uma ferramenta de comunicação utilizada com fins educativos.

IX – Lançamento Oficial

O lançamento do projecto Cidadania em 1 Minuto deverá acontecer em uma solenidade com ampla participação da sociedade.

- a. Data: data a ser definida pela UCRE
- b. Local: uma praça ou pátio da Assembleia
- c. Horário: o mais adequado considerando as condições de sol e temperatura para maior conforto do público
- d. Convidados: autoridades, representantes da sociedade civil, população. Deve-se garantir a presença de número significativo de estudantes do ensino básico e médio.

IX.1 Cerimonial

- a. Recepção aos convidados: na chegada ao local do evento todos os convidados devem receber balões das cores da bandeira. Não esquecer que convidados são todos não apenas as autoridades.
- b. Abertura com a execução do Hino Nacional pela banda de música com hasteamento da bandeira.
- c. Discurso da Ministra
- d. Palavra da demais Autoridades
- e. Palavra de um membro da sociedade civil referencia inquestionável
- f. Exibição de um ou mais filmes.



REFORMA DO ESTADO

Cidadania | Modernidade
Transparência | Competitividade

Muito importante:

- a. A presença de um coral garantido um coro uniforme para cantar o Hino Nacional, caso o público não saiba cantar
- b. Banda de música para executar o Hino Nacional
- c. Telão para transmitir o evento, caso o local escolhido apresente dificuldades para que todo o público tenha boa visão do palanque
- d. Garantir a transmissão ao vivo pela TV. Deve ser feita apenas uma solenidade oficial para **um só** país.
- e. A cerimónia não deve ser longa considerando as condições de conforto do público.

X. - Custeio

O Projecto Cidadania em 1 Minuto é um projecto **para e por Cabo Verde** portanto deve merecer o apoio de todos que têm compromisso com o futuro do país. A seguir listamos **possíveis parceiros**:

1. **Ministério da Justiça**
2. **Ministério da Administração Interna**
3. **Comissão de Combate a Sida – CCS/SIDA**
4. **Instituto Cabo-verdiano de Criança e Adolescente – ICCA**
5. **Direcção Geral da Juventude**
6. **Comissão Nacional de Direitos Humanos e a Cidadania -CNDHC**
7. **Comissão de Coordenação do Combate a Droga – CCCD**
8. **Instituto Cabo-verdiano para Igualdade e Equidade de Género ICIEG**
9. **Rádio e Televisão Cabo-verdiana**
10. **Rádio Educativa**
11. **Organização das Nações Unidas**



12. Empresas Privadas

XI– Medidas de Prevenção:

XI.1 Acompanhamento

A equipa de coordenação deve fazer o acompanhamento sistemático dos acontecimentos sociais – especialmente nas questões de segurança – para evitar incoerência entre as mensagens veiculadas e a realidade.

Para que o Projecto Cidadania em 1 Minuto alcance seus objectivos é crucial manter seu carácter educativo uma vez que mudanças de atitudes e comportamentos demandam interacções psíquicas dos indivíduos com os conteúdos apresentados. Assim sendo a equipa de coordenação deve assegurar que sejam mantidos:

- a. Adequação dos conteúdos: – as mensagens devem ser bem analisadas antes da veiculação, visando identificar possível dubiedade de interpretação, preconceitos e outras mensagens subliminares contrários aos objectivos desejados. Dai a necessidade de ter na equipa de coordenação um especialista em educação que tenha conhecimento do país e da cultura local.
- b. Qualidade da produção – todos os aspectos técnicos devem apresentar alto padrão de qualidade.
- c. Intensidade – garantir a veiculação durante um tempo mínimo necessário conforme o planeamento de mídia. Vale lembrar que não se trata da publicidade de liquidação de produtos mas da transmissão de conceitos, conteúdo intangível que exige introjeção pelo público

XI.2 – Avaliação de Impactos

Em prazo mínimo de 6 meses a contar do início da veiculação:

XI.2.1 - Pesquisa qualitativa junto ao público dividido nos seguintes grupos:

- a. Jovens adolescentes
- b. Representantes de entidades
- c. Público em geral – cidadão na comunidade



REFORMA DO ESTADO

Cidadania | Modernidade
Transparência | Competitividade

XI.2.2 - Acompanhamento dos Grupos da Rede Cidadania tendo como principal indicador as propostas de intervenção na comunidade sugeridas pelos grupos.

XI.3– Análise Riscos

O Projecto Cidadania em 1 Minuto apresenta três tipos principais de riscos.

1. Após o lançamento a coordenação ter fôlego para manter a execução.
2. Ser confundido com uma simples campanha publicitária o que daria margem a ser rotulado de “propaganda do governo” e sofrer boicotes.
3. Suscitar polémica em torno de termos “Reforço da Autoridade do Estado” “Patriotismo” e a reacção de indivíduos ou grupos através de um discurso centrado na discussão dos limites do Estado e o autoritarismo.

Cabe lembrar que ao longo da história estados, autoritários ou democráticos, sempre fizeram campanhas de reforço da autoridade do estado com ênfase no patriotismo.

A principal diferença foi o modelo publicitário escolhido. O que as paradas militar e produtos de entretenimento podem ter em comum? De um lado a exibição da força bruta e de outro a massificação da mensagem ideológica transmitida de forma subliminar, sempre com o mesmo objectivo.



Nos EUA, por exemplo, a indústria do entretenimento é uma importante aliada do Estado. O **Capitão América** (*Captain América*, em inglês) é o alter-ego de **Steve Rogers**, um personagem de HQ (história em quadrinhos) da Marvel Comics. Foi criado por Joe Simon e Jack Kirby, apareceu pela primeira vez em *Captain América Comics* (Março de 1941).

O Capitão América foi o maior de uma onda de super-heróis surgidos sob a bandeira do patriotismo norteamericano, que foram apresentados ao mundo pelas companhias de histórias em quadrinhos, durante os anos da Segunda Guerra Mundial. Ao lado de seu parceiro Bucky, o Capitão América enfrentou as hordas nazistas durante a Segunda Guerra Mundial, mas o herói caiu na obscuridade após o fim dos conflitos. A indústria do





REFORMA DO ESTADO

Cidadania | Modernidade
Transparência | Competitividade

entretenimento continua a construir super heróis, sendo a verdadeira grande aliada do governo norte-americano no reforço da sua imagem tanto junto ao público interno quanto ao público externo.