

Mídia e Cidadania



*Como atrair a mídia para fortalecer a
cidadania, controlar e dar transparência
a governos e consolidar as instituições
do estado democrático*

10 passos para fazer da mídia uma aliada da cidadania

1

Dote sua empresa ou entidade de uma clara, efetiva e ambiciosa política de abertura em face da mídia. Trata-se de uma medida estratégica para sua credibilidade e reconhecimento público, sobretudo em face da crise de valores do setor privado, incluindo as instituições da família, religiosas e da educação, e a crise de gestão do setor público, pois, ao contrário, temos um sistema de mídia no Brasil de referência mundial.

2

Estimule seu pessoal a ter uma conduta cooperativa com jornalistas. Pois a disseminação de uma cultura de cidadania para as próximas gerações depende do que os quadros gestores de empresas e entidades fizerem para conquistar adeptos e seguidores.

3

Participe de campanhas de interesse público, nem que seja replicando panfletos impressos ou veiculando pequenos anúncios classificados, mas sobretudo usando a internet. Campanhas não são necessariamente recursos de alto custo se abertas a uma participação abrangente de colaboradores internos e externos motivados.

4

Estimule seu pessoal a interagir com as colunas e espaços de participação dos leitores como as seções de cartas, opinião, eu repórter, resenhas, comentários, notas, enquetes etc. Sobretudo dos recursos disponíveis em portais, sites e blogs da internet.

5

Convide os membros de sua diretoria e equipe técnica a escrever artigos de interesse público nos jornais e revistas de grande circulação e sobre temas de seu domínio de conhecimento.

6

Capacite seu pessoal nos temas da cidadania corporativa e na sua formação cívica e política, através de palestras e oficinas. Quanto maior for o investimento em cultura de cidadania, maior a segurança entre seus colaboradores, melhor o clima de trabalho e a produtividade das equipes.

7

Reavalie as suas prioridades e estratégias de programas de Responsabilidade Social Corporativa, de modo que os mesmos também sejam de Responsabilidade Política Corporativa e sem necessariamente influenciar seus colaboradores em suas crenças doutrinárias, políticas ou religiosas. Cidadania corporativa é mais do que caridade, filantropia, civildade e urbanidade, atitudes de foro individual. É participação no controle social de governos, mandatos eletivos e orçamentos públicos.

8

Divulgue os valores com os quais sua empresa ou entidade está comprometida junto a seus vários públicos. Todos somos plenos cidadãos se assumimos que a coerência entre nossa consciência e conduta social é sempre exemplar no âmbito do espaço público. Temos um dever de cidadania de acreditar nos valores universais legados pela tradição humanista de nossos antepassados.

9

Por mais que sua empresa ou entidade se equipe de assessorias parlamentares para acompanhar e defender legítimos direitos corporativos, os mesmos devem ser sempre apresentados à opinião pública de modo a ressaltar os benefícios públicos. Uma boa assessoria de comunicação sempre torna mais eficiente uma assessoria parlamentar.

10

Lembre-se que não houve conquistas consistentes na história da humanidade, e nos mais variados campos da ação humana, seja na política, nas ciências, nas artes, na justiça ou na economia, que não tenham sido bem argumentados diante da opinião pública.

PATROCINADORES



INICIATIVA



APOIO



MÍDIA OFICIAL



INSTITUTO DE
CULTURA DE CIDADANIA

www.avozdocidadao.com.br - 21 2540-0961