



## Cidadômetro – relatório de desempenho

### **Campanha Centro: Ações nos dias 14, 15, 21 e 22 de junho/2011**

Ao compararmos as três campanhas do Cidadômetro, sendo a primeira realizada nos dias 1, 8, 15 e 22 de maio, em Ipanema, a segunda nos dias 10, 11, 17 e 18 de junho, na Tijuca e a terceira no Centro, nos dias 14,15,21 e 22 de julho, percebemos que houve um considerável aumento do percentual de cidadãos que se declararam como atuantes nas enquetes realizadas no centro do Rio, tanto na Cinelândia quanto no Largo da Carioca. De uma média que chegou a 16% dos participantes em Ipanema e Tijuca, vimos pular para 31% no Centro. No entanto, no que tange ao percentual de cidadãos ditos conscientes não houve alteração no percentual observado nas campanhas da Zona Sul e na Zona Norte. O que significa que o aumento dos declarados cidadãos atuantes foi obtido pela redução direta dos solidários. Podemos inferir também que a heterogeneidade dos participantes foi muito maior uma vez que o Centro não é um bairro de moradores, mas de transeuntes e trabalhadores. Assim como ocorreu em Ipanema no plano dos visitantes de outros bairros nas campanhas de fim de semana, no Centro optamos por quatro dias de semana e no período de maior fluxo, que é à tarde, tanto na Cinelândia como no Largo da Carioca.

| DATA                   | LOCAL       | TOTAL        | Solidários   | Conscientes  | Atuantes     |
|------------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 01/05/2011             | IPANEMA     | 280          | 107          | 116          | 57           |
| 08/05/2011             | IPANEMA     | 303          | 120          | 126          | 57           |
| 15/05/2011             | IPANEMA     | 420          | 180          | 175          | 65           |
| 22/05/2011             | IPANEMA     | 524          | 201          | 265          | 58           |
| <b>MÉDIA (%)</b>       |             | <b>1.527</b> | <b>40%</b>   | <b>45%</b>   | <b>15%</b>   |
| 10/06/2011             | TIJUCA      | 257          | 107          | 95           | 55           |
| 11/06/2011             | TIJUCA      | 280          | 102          | 133          | 45           |
| 17/06/2011             | TIJUCA      | 316          | 125          | 145          | 46           |
| 18/06/2011             | TIJUCA      | 334          | 141          | 148          | 45           |
| <b>MÉDIA (%)</b>       |             | <b>1.187</b> | <b>40%</b>   | <b>44%</b>   | <b>16%</b>   |
| 14/07/2011             | CENTRO (RJ) | 206          | 39           | 101          | 66           |
| 15/07/2011             | CENTRO (RJ) | 290          | 83           | 132          | 75           |
| 21/07/2011             | CENTRO (RJ) | 221          | 40           | 105          | 76           |
| 22/07/2011             | CENTRO (RJ) | 194          | 55           | 80           | 59           |
| <b>MÉDIA (%)</b>       |             | <b>911</b>   | <b>24%</b>   | <b>45%</b>   | <b>31%</b>   |
| <b>MÉDIA GERAL (%)</b> |             | <b>3.625</b> | <b>35,8%</b> | <b>44,8%</b> | <b>19,4%</b> |



Concluimos ainda que, para além do meio o ambiente também é mensagem, parafraseando o filósofo: o ambiente onde sempre ocorreram as maiores manifestações políticas da cidade, desde a República, sobretudo na Cinelândia, impregna o discurso e as opiniões dos passantes. Havia vários grupos de manifestações as mais diversas, tanto de cunho político quanto sindical ou mesmo de cunho civil e social.

Com relação ao correto entendimento do conceito de cidadania, percebemos que é quase sempre o mesmo, intuitivo e independente das diferentes categorias sociais, profissionais e de escolaridade. Dos três sistemas de produção e reprodução de valores simbólicos, confirma-se nossa hipótese de que a fonte principal da opinião pública brasileira é mais a mídia do que as instituições da educação ou do judiciário. Muito embora a cidadania ainda dependa de explicitação desses valores em face das distorções e da corrupção do conceito, sobretudo pela classe política!

No caso das funcionalidades propostas pelo Cidadômetro, permanece uma fácil interação dos participantes tanto com o chamariz da função da urna de enquetes como com as demais funcionalidades da captação de depoimentos e da panfletaria volante, que são as mais importantes do ponto de vista do estímulo ao protagonismo. Os participantes, mesmo que não queiram deixar seus depoimentos gravados, se manifestam claramente pela desaprovação, indignação e até mesmo revolta com a conduta degradante da classe política nacional. Concordam que a cidadania tem sido enganada pela demagogia política e desconfiam das promessas de maiores direitos sociais sem a necessária contrapartida de maior responsabilidade por seus deveres civis e políticos.

O cidadão comum acredita que a mídia pode ser um grande instrumento de informação para a consciência política da cidadania, mas que também é urgente um maior engajamento no estímulo à maior atuação dos cidadãos por parte da própria mídia. Consideram também que o momento político brasileiro é de grande oportunidade para o combate mais eficaz da visão depreciativa e demagógica que o próprio cidadão comum tem de si quando chamado de “povo” pelos segmentos sociais dominantes, políticos, empresários, profissionais liberais e acadêmicos. Compreendem e estão plenamente de acordo quanto ao crescimento das organizações de controle social e eventos de sucesso objetivo como os da campanha da Ficha Limpa. São também mais conscientes como cidadãos comuns, exigentes e verdadeiros na sua autoavaliação do que aqueles segmentos sociais dominantes e demonstram plena consciência da miséria de sua representação política. Só não sabem como atuar.

Estamos amadurecendo a convicção de que o estado do Rio, meio caminho cultural entre o NE politicamente mais dependente e o Sul mais independente, é uma boa média da opinião geral brasileira, do nível de sua educação política e de sua própria formação de cidadania, sobretudo quanto à ocupação indevida do espaço público que só ocorre pela omissão do cidadão comum em se preocupar e se ocupar das próprias instituições públicas em si mesmas.