

Somos civismo: somos ciudad común

Impulsemos la colaboración de los ciudadanos desde campañas de comunicación

Quien me descubrió la fascinante actitud ciudadana del civismo fue el Alcalde Maragall, en el inicio de la transformación de Barcelona. Maragall, que siempre proclamaba por activa y por pasiva que *la ciudad es la gente*, y lo ponía en boca de Shakespeare cuando es una idea/realidad de Nicies de Atenas, al inicio de la democracia ateniense, traducía algunos artículos de Havel, entonces presidente de Checoslovaquia, uno de los fascinantes hombres de teatro e intelectual de la Revolución de Terciopelo, que derrotó al comunismo sin violencia.

Si la ciudad somos la gente, los ciudadanos debemos colaborar en nuestra cotidianidad y alinearnos en la dirección de su futuro en igualdad y creatividad democrática. Fácil, lógico, de sentido común. Debería.

La pasividad ciudadana, su individualismo narcisista, la narcotización pasiva frente al pulso de cada día en la ciudad, tan en auge desde los ochenta con descaro, tan híper-comercial, necesita de un contrapeso público: de un motor con otros valores cívicos, éticos, de otras actitudes de compromiso, colaboración, solidaridad... para la ciudad común. No es pedir mucho.

Mi experiencia en Barcelona es para compartirla: necesitamos una campaña de comunicación pública gubernamental, acordada con plurales asociaciones, que motive, implique, descubra, afiance, apasione... a los ciudadanos en el convivir activa y emprendedoramente la ciudad, desde la vida de cada día, tan plural y a la vez con pautas comunes imprescindibles.

Desde el 82, cuando se pone en marcha la Dirección de Comunicación del Ayuntamiento de Barcelona se opta, acertadamente, por dos vías temáticas en la comunicación: la de los servicios de proximidad con los ciudadanos y los grandes proyectos de transformación, y la del impulso, amable y paciente, del civismo. Es, en esta última donde, mirando atrás, su comunicación no es sólo modélica: es inspiradora. Logra ciudad con ciudadanos proactivos, cómplices.

En varias ciudades se me pide, frecuentemente, cómo implicar a los ciudadanos en la marca de valor de la ciudad. Mi propuesta es siempre la misma: empezar por conversar con los ciudadanos, con decidido entusiasmo continuado en la vida cotidiana común, desde el horizonte de valor de marca ético. Aquí, creatividad, constancia, equipo imbatible, programación a medio y largo plazo. E inversión, claro. ¿O es que el padre y la madre de una familia numerosa no invierte en la educación de sus hijos mucha comunicación/conversación para que la familia sea algo más que una pensión cómoda?

Al grano. ¿Cómo estructurar una prolongada campaña para el civismo ciudadano a medio plazo: cuatro años? Presento la sugerencia de cuatro áreas temáticas, que deben pensarse y diseñarse desde un relato muy vivencial, ejemplar y sugerente de invitación y, cuando convenga, de denuncia. Trabajadlo con una agencia de comunicación desde el diálogo para que cada pieza de la campaña sea directa, memorable, llena de valor vivencial y horizonte de marca, vibrante de ciudadanía activa. Emocione. Interrogue. Proponga. Y fidelice. Y supere a cualquier pieza de comunicación comercial: la comunicación pública puede – y mi experiencia directa lo confirma – ser mucho más vivencial e aplicativa que la estrictamente comercial. Estad presentes, desde un tema, entre los ciudadanos, cada mes, evaluando resultados. Deberíamos plantearnos muy en serio esto que suena absolutamente extraño en lo público: las campañas para el civismo compartido potencian neurocivismo colaborativo. A saber, marcos mentales comunes que facilitan el compartir inteligentemente la ciudad con confianza.

Campaña: estemos en las redes, en la radio, con anuncios en los media de masa, en las casas, montemos actos en plazas. Escuchemos, expliquémonos, convezamos.

Personalmente colaboro...

Conjunto de actitudes personales indispensables para una ciudad de vecinos, de ciudadanos que asumen y pactan una manera de vivir la ciudad desde el respeto mutuo en igualdad:

1. Mantengo limpias las calles.

2. Respeto escrupulosamente las normas de circulación.
3. Reciclo los residuos para la vida y la ciudad verde.
4. Convivo con todos y con los diferentes más: somos vecinos.
5. Me educó constantemente porque la inteligencia para entender futuro no se regala y siempre está cambiando.
6. Participo en la vida en común: estoy en lo que sucede en la ciudad para mejorarla y celebrarla.
7. Paseo y me encuentro con los ciudadanos en las plazas y los parques.
8. Me siento parte activa del barrio y sus proyectos.
9. Ayudo solidariamente a los que están más necesitados.
10. Opto por el optimismo democrático.
11. Dedico tiempo al voluntariado en las asociaciones ciudadanas.
12. Cuido mi salud y la del entorno.

Somos apasionadamente...

Impulso y motivación de colectivos ciudadanos clave para la ciudad que optamos, queremos y construimos juntos:

1. Jóvenes con ideas
2. Mujeres en igualdad
3. Hombres sensibles a los tiempos
4. Gente mayor emprendedora

Estamos firmemente...

Actitudes sin las cuales la ciudad es imposible:

1. Contra la violencia doméstica
2. A favor de las diferencias sexuales
3. Impedimos cualquier actitud y comportamiento racista
4. Siempre con la igualdad co-responsable

Amamos sinceramente...

Refuerzo de actitudes para compartir:

1. Los que vivimos en las ciudades amamos nuestro entorno paisajístico, nuestros pueblos y nuestro país.

2. Los que trabajamos en la ciudad queremos un trabajo digno y para todos.
3. Los creativos empujamos la ciudad innovadora, porque amamos una vida mejor, conjunta.

Algunas sugerencias

1. ¿No os parece que esta ciudad, con civismo colaborativo y creativo, es la vida que para siempre y todos queremos?
2. Si las campañas no acrecientan confianza en la ciudad común es que somos incompetentes.
3. No se puede impulsar civismo desde gobiernos con grasas de autoritarismo, amiguismo y corrupción.
4. Todo civismo impulsa más confianza en los otros diferentes y plurales.
5. Toda campaña de civismo combate el escepticismo ciudadano individualista.
6. Si los servicios públicos no funcionan arreglémoslos rápidamente, antes de cualquier campaña.
7. Toda campaña de civismo opta por un futuro inmediato mejor y compartido.
8. ¿Por qué son tan importantes, pues, las campañas de civismo?: porque colocan al ciudadano en primer lugar siempre y en el centro de la ciudad común desde las diferencias.
9. Optemos por campañas públicas: no marketing comercial transvestido de buenismo.

Hacedlo: ¡¡¡funciona!!!

Toni Puig/ www.tonipuig.com / invierno 2015