

POR UNA NUEVA CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DOMINICANA

**Campañas de comunicación interactiva
para implicar a los ciudadanos.**

El Presidente de la República Dominicana se propone profundizar la democracia: la elaboración de una nueva constitución es la ocasión para que todos los ciudadanos y sus organizaciones manifiesten su opinión sobre los temas nucleares que vertebran la nueva carta magna para un país con mejor futuro.

La constitución elaborada desde todos y con todos facilitará un pacto de progreso: la República Dominicana más casa común desde las diferencias.

Sugiero cómo informar, motivar e implicar activamente a los plurales ciudadanos, organizaciones e instituciones del país a través de una campaña de comunicación relacional e interactiva amplia y radial.

De esta campaña sólo esbozo su arquitectura básica: será el equipo que la asuma quien la adecue a los retos, necesidades, prioridades, situaciones, objetivos para el éxito público de la futura Constitución de la República Dominicana.

A. Dimensión política organizativa

1. **Alta dirección:** es la que propone los temas a consultar, opinar, debatir... Fija los criterios, objetivos, intensidades, tiempos... de la campaña. La aprueba. Hace el seguimiento. Evalúa resultados. Y fija las conclusiones.
2. **Equipo asesor.** Dada la complejidad legislativa, comunicacional, estratégica... del tema, asiste a la alta dirección facilitando informaciones, ideas, estudios, propuestas, puntos fuertes y débiles, emprendimiento...
3. **Valor clave para la campaña.** Toda la campaña de la consulta popular para la nueva constitución parte de un valor clave que la define, la hace inteligible a los ciudadanos y sus organizaciones, sirve para tomar todas las decisiones, fijar los objetivos y evaluar los resultados, facilita priorizar los canales de comunicación más adecuados...
Y queda en la mente y el corazón de los ciudadanos: no sólo entienden para qué sirve la campaña: la valoran como algo indispensable para sus vidas y el país. Y, por todo ello, valoran al equipo de gobierno –y al presidente en especial– que ha decidido impulsar una nueva constitución desde las aportaciones de todos y el consenso.
El valor clave que propongo debe fijarse entorno a este concepto.

Necesitamos una mejor constitución para un mejor país para todos.

¡YO TAMBIÉN QUIERO SER CONSULTADO!

4. **Atributos a subrayar.** Ponen énfasis, evidencian, sitúan en primer plano, facilitan que los ciudadanos y sus organizaciones tengan especialmente en cuenta, algunas cuestiones políticas para la consulta y el consenso. Deben ser pocos.

A modo de ejemplo

a.	CONSULTA LO MÁS AMPLIA POSIBLE
b.	QUE SUME PLURALIDADES Y DIFERENCIAS
c.	QUE MOVILICE PARA UN PAÍS MEJOR
d.	QUE AFIANCE DEMOCRACIA

5. Contemos siempre la misma historia. Se debe lograr una única voz en toda la campaña, con un mismo tono implicativo y convincente, para que nadie ni nada se salga del guión: es obligatorio.

Esto se consigue cuando todos y en todo

a.	Cuentan y repiten siempre el mismo valor clave de campaña
b.	Los mismos atributos de subrayado
c.	Y una historia fascinante, corta, convincente, sobre los por qué y los cómo de la nueva constitución y la voluntad política de compartirla y consensuarla con los ciudadanos y sus organizaciones.
d.	Debe ser una historia con no más de 10/15 líneas y sin ningún término técnico

Algunas características de esta historia

- **Directa** para que todos la entiendan a la primera.
- **Transparente** para asegurar un país mejor para todos y con todos.

- **Con beneficios.** Que expliquen, con algunos ejemplos, este país mejor para situaciones concretas que viven y les preocupan a los ciudadanos: importantísimo e indispensable.
 - **Emocional** o disparada directamente al corazón de los ciudadanos para movilizarlos e implicarlos.
 - **Imprescindible** o que presente la nueva constitución como la carta magna que facilitará un salto cualitativo largamente deseado.
 - **Memorable** o que los ciudadanos la recuerden y la cuenten y comenten con otros.
6. **Con capítulos básicos.** Fragmentos temáticos a agregar a la historia para situaciones, públicos, temáticas muy específicos. Menos, aquí, es más.

B. Dimensión gestión/movilización

1. **Equipo para la acción.** Una campaña de comunicación para la información, movilización, discusión/opinión, implicación... sólo es posible si junto al equipo de alta dirección hay un equipo para la acción con profesionales de talento diferentes, interactuando.

- Movilizadores sociales.
- Animadores de equipos.
- Técnicos en comunicación relacional.
- Técnicos en comunicación interactiva.
- Políticos con facilidad para la comunicación.
- Gestor/coordinador

2. **Públicos para la comunicación segmentados.** La campaña se dirige a todos los ciudadanos y sus organizaciones. Pero para su éxito el equipo de gestión debe saber

a.	Públicos asociados: qué ciudadanos y organizaciones están ya en óptima sintonía con la nueva constitución que se pretende y su manera de elaborarla.
b.	Públicos próximos: cuáles les parece bien, pero manifiestan algunas discrepancias sustanciales.
c.	Públicos lejanos: cuáles no les parece nada bien, discrepan totalmente.
d.	Públicos atacantes: cuáles van a enfrentarse abiertamente, por qué y cómo.
e.	Medios de comunicación: cuáles están por el proyecto, cuáles se lo miran fríamente...

El equipo para la acción debe conseguir.

- Afianzar los públicos asociados.
- Lograr que los públicos próximos pasen a asociados.
- Intentar que los lejanos pasen a próximos.
- Neutralizar a los atacantes.
- Cuidar y mimar a los medios de comunicación.

Debe lograrlo para el consenso mayoritario de la nueva constitución: aquí radica el éxito de la campaña.

3. Algunas tareas primeras. Sólo a modo de indicación, ejemplo

a.	elaboración de las estrategias y actos al detalle
b.	producción de los materiales para la campaña
c.	formación y mantenimiento de pequeños equipos de movilizadores para todas las reuniones, actos... Fundamental.

4. **Diseño de comunicación interactiva.** Presento 18 ámbitos de comunicación que deben pensarse, estructurarse y realizarse desde la interacción activa: en red, sumando. Todos son importantes. Ninguno debe pensarse como superior. Cada uno, en el proceso de la consulta para la implicación y el consenso, es fundamental. Trabájense como partes de una única arquitectura, con imaginación, atrevimiento, realismo y adaptabilidad.

- 4.0. **Edición de los temas clave para la discusión y el consenso** en forma clara, sugerente, dinámica, que facilite diálogo y consenso.
- 4.1. **Relaciones pre campaña.** Contacto directo y personalizado con todos aquellos ciudadanos, organizaciones e instituciones que se decida informar antes de iniciar la campaña.
- 4.2. **Anuncio mediático** realizado por el Presidente de la República en un marco especialmente diseñado. Indispensable la presencia de ciudadanos y organizaciones plurales.
- 4.3. **Campaña de publicidad** que presente los beneficios para los ciudadanos de la nueva constitución que se empieza a debatir con todos, presentados por los propios ciudadanos y sus organizaciones: no oficialismo ni personalismos.
- 4.4. **Consulta municipios.** A todos y con diferentes sesiones de reunión para facilitar la participación activa. Posibilidad de materiales especiales aquí y en los apartados siguientes. Reuniones llevadas por motivadores: es imprescindible que todos opinen. Y que se visibilicen las aportaciones en un papelógrafo o similar. Clave el cierre de cada sesión.
- 4.5. **Consulta temática.** Los siete u ocho –los que sean– temas básicos puestos a discusión y consenso, tendrán espacios especiales de consulta con reuniones o eventos monográficos descentralizados en las principales ciudades del país.
- 4.6. **Consulta sociedad civil activa** poniendo el énfasis en las micro, medio y grandes organizaciones culturales, sociales, económicas, medioambientales, educativas, para la salud... Posibilidad de consulta para sectores temáticos.
- 4.7. **Consulta a expertos** en temas constitucionales o en los grandes apartados de la nueva constitución.

- 4.8. Consulta a líderes de la oposición** para que desde su implicación se conviertan en líderes para la nueva constitución debatida y consensuada desde todos.
- 4.9. Consulta por internet** al minuto, mostrando la opinión al instante, indicando ciudades consultadas, ciudadanos consultados, tendencias en la opinión... con un lenguaje muy gráfico, actual, del medio. Blog para preguntas, cuestiones, opiniones... con respuestas diarias. Será referencial para muchos y los medios de comunicación.
- 4.10. Relaciones para la implicación puntual** en las diferentes consultas municipales, temáticas, para expertos... ¿A quiénes especialmente se debe implicar y cómo hacerlo?
- 4.11. Mini campañas para cuestiones puntuales**, especialmente para consultas en municipios, sectores, una temática... con el mismo estilo de la campaña de publicidad general.
- 4.12. Paso a paso con los medios de comunicación**, que han de ser los cómplices, los que día a día informen del proceso de consulta... Deben facilitárseles noticias sugerentes, hechos concretos, opiniones ciudadanas, anécdotas significativas...
- 4.13. Acciones motivacionales espléndidas** en el inicio, cada quince días... Se debe invitar a los ciudadanos y organizaciones, en diferentes ciudades, a conciertos de música, a teatro y danza para la nueva constitución del país mejor que ya estamos construyendo. Es clave envolver a toda la campaña de una atmósfera de acontecimiento cultural: nos dotamos de más sentido para la vida personal y común, más actual, más abierta al futuro.
- 4.14. Bus y reloj de la consulta.** A modo de sugerencia, un bus diseñado para la consulta, con materiales, con música... estará siempre en los municipios, en las consultas sectoriales, en las acciones motivacionales como presencia institucional. Y un reloj digital, inmenso, sugerentísimo, instalado en el Parque de la Independencia, señalará los días que se llevan de consulta, los días que faltan, los ciudadanos y las

organizaciones consultados..., con el valor en grande: *¡Yo también quiero ser consultado!* o el que se elija.

- 4.15. Conclusión campaña abierta** con un acto no protocolario, de cultura popular, con la implicación de los ciudadanos y las organizaciones plurales y el cierre del Presidente de la República que presenta los logros y da las gracias.
- 4.16. Edición de materiales de consulta** muy rápidamente, sintéticos, fáciles de entender y comprender para todos y con una gran difusión: envío a familias, municipio, instituciones, organizaciones.
- 4.17. Filmación de una película** en formato digital: documental que muestra una inmensa multitud de ciudadanos discutiendo, opinando, aportando, anónimos, de municipios, de organizaciones... con todo el material se monta una película que es el recital, el memorial gráfico, de la consulta, de la campaña, que se pasará en los municipios del país y por televisión, después.
- 4.18. Expo fotos: reportaje de la consulta.** Hoy la fotografía es un documento indispensable. Con las mejores, se organizará una exposición itinerante que recorrerá el país, apoyada con pequeños e indispensables textos.

C. Dimensión política legislativa

- 1. Propuesta para una nueva constitución.** Elaboración de la propuesta para la nueva constitución después de tener presente y evaluar todas las aportaciones y sugerencias de los ciudadanos, organizaciones e instituciones.
- 2. Proceso para su aprobación legal** según se opte dentro del marco de la legislación del país.
- 3. Promulgación oficial no burocrática** en el estilo del inicio y continuación de la campaña para la consulta.

D. Dimensión política/implicativa

1. **Fiesta de celebración en la capital y otras ciudades** el mismo día de la promulgación de la constitución.
2. **Memorial en la entrada de los municipios.** Escultura de diseño actual que recuerde que aquel municipio colaboró en la constitución común de la República. Acto de agradecimiento e incitación a vivir la constitución en cada inauguración.
3. **Programas especiales en tele/rádios** con formatos y modalidades diferentes para llegar a todos los públicos ciudadanos.
4. **Campaña publicidad en los medios de comunicación** en la que se presenten los beneficios seguros para la vida mejor y el país moderno que la nueva constitución facilita.
5. **Carta del Presidente de la República** a todos los ciudadanos, organizaciones, medios, instituciones... para agradecerles su participación: *somos un país que avanza*.
6. **Primera página de la constitución en los edificios públicos:** en todas las entradas, con un diseño actualísimo, muy visible. En los edificios en los cuales se facilitan gestiones y servicios que la constitución regula, junto a la primera página habrá la específica.

- 7. Cuento/historieta para niños y niñas** sobre la constitución nueva, escrita por el mejor narrador infantil del país e ilustrada por el mejor dibujante. Se repartirá por las escuelas y se venderá en librerías.
- 8. Encuentro nacional de jóvenes** para profundizar y analizar el país y la vida mejor que la nueva constitución facilita: potenciación de futuros ciudadanos constitucionales.
- 9. Plaza de la constitución 2008** en Santo Domingo a través de un concurso público para todos los arquitectos y urbanistas con nacionalidad dominicana.

Toni Puig
tpuigp@hotmail.com

