

Donante: Embajada Americana

Beneficiario: Fundación Iberoamericana de las Culturas FIBRAS/Movimiento por Nicaragua

Duración del Proyecto: 6 Septiembre, 2006 – 6 de Noviembre, 2006

I. ANTECEDENTES

El Movimiento por Nicaragua ha identificado la importancia de promover una campaña promoción del voto conciente para asegurar que los ciudadanos voten en las próximas elecciones presidenciales del 2006. Para que este sufragio sea efectivo, es necesario que los ciudadanos cuenten con su cédula de identidad ya que se ha demostrado en recientes estudios que existe un alto porcentaje de ciudadanos que no cuentan con dicho documento de identidad.

Apoyándose de una campaña en medios y un fuerte movimiento de activismo, la primera fase del proyecto con fondos provenientes del Instituto Republicano Internacional (IRI) durante el periodo comprendido del 1 de Mayo al 1 de Agosto, estaba enfocado en motivar a los ciudadanos a que obtuvieran sus cédula de identidad, así como una campaña de presión ante las autoridades electorales para que tramitaran con agilidad dichos documentos.

En Julio, el MpN entregó al Consejo Supremo Electoral (CSE) tres paquetes que contenían listas de 16, 676 estudiantes en edad para poder tramitar su cédula. El MpN realizó una encuesta en 165 Colegios, donde el 45% de los estudiantes de secundaria mayores de 16 años no tenían cédula. Para la encuesta se consultó a 16, 676 estudiantes —de cuarto y quinto año—, de los cuales el 81% aún no cuenta con su documento de identidad. La mayoría de Directores de los colegios donde se realizó el estudio, enviaron cartas al presidente del Consejo Supremo Electoral (CSE), Magistrado Roberto Rivas, para que colocaran puestos de cedulación en los mismos, pero jamás se obtuvo respuesta. El control político que ejerce el Partido Frente Sandinista (FSLN) sobre el CSE ha provocado que decenas de ciudadanos se sumen a la demanda que realiza el MpN para que se ejecute un proceso transparente de cedulación. Partidos políticos como ALN, Alianza MRS y Alternativa por el Cambio (AC) han manifestado su desconfianza hacia ese Poder del Estado, porque continúa bajo el dominio del FSLN y el PLC.

A continuación se detalla la Campaña de medios para los meses de Junio – Julio:

Televisión: Spot de Joven con su rostro oculto con su cédula, conciencia de la importancia de la cédula, imágenes del CSE y de los CAC. Este Spot se transmitió 140 veces en el período comprendido entre el 10 de Junio y el 10 de Julio.

Prensa: Cintillos en color en la parte inferior del periódico de 3" x 6" en 12 ediciones del Diario La Prensa durante el mes de Junio aparecieron en 4 ediciones.



Radio: Transmisión de 1,836 veces de una cuña radial de 30 segundos en las radios de Managua: Mi Preferida, Hit, Romántica, La Nueva Radio Ya, Tigre, Galaxia, Maranatha, Juvenil, Corporación. En los departamentos: Stereo Cristal (Chinandega), Darío (León), Centro (Juigalpa), Stereo Family (Jinotega), ABC (Estelí), Stereo Yes (Matagalpa), Rumbos (Rivas), Zinica (Bluefields), Juvenil (Puerto Cabezas).

Durante el mes de Junio y Julio la cobertura de los medios de comunicación a las actividades del MpN y la aparición de miembros del Comité Ejecutivo de MpN en los programas noticiosos de mayor rating, puso el tema de la falta de cedulación en primera línea de la problemática nacional, y esa falta de cédulas como primera causa que generará un padrón excluyente, mismo problema que inició con excluir a los nicaragüenses que viven en el exterior.

Durante los últimos meses gracias al acompañamiento y ejercicio cívico del MpN a través de los Centros de Atención Ciudadana (CACs) a nivel nacional, se logró llevar a la luz pública las deficiencias del sistema electoral y gracias a las presiones del MpN, por medio de una serie de manifestaciones cívicas y pacíficas conseguimos no sólo la gratuidad de las partidas de nacimiento un mes antes del 6 de Agosto - fecha tope para tramitación de partidas – sino también la prorroga por diputados en la Asamblea Nacional hasta la fecha del 21 de Agosto para tramitación de cédulas.

Complementariamente, el informe realizado por La Organización de los Estados Americanos (OEA) concuerda con el llamado que el MpN ha estado haciendo en los últimos meses sobre las limitaciones operativas y problemas de logística; proceso de cedulación insuficiente y lento; conformación partidaria de las instituciones electorales y padrón electoral con deficiencia. Tomando esto en consideración y teniendo como sustento lo documentado con el proyecto de los CACs, el MpN ha logrado presentar debidamente denuncias ante la OEA sustentando nuestros llamados sobre las anomalías del proceso para que nos apoyen a presionar a las instituciones de gobierno pertinentes para garantizar unas elecciones limpias y transparentes para los comicios presidenciales del 2006.

La segunda etapa (Agosto 1 al 30 de Diciembre) del proyecto se enfocará en lanzar una campaña cívica y educativa para promover el voto ciudadano y para ello se ha realizado un estudio focal para conocer las preferencias del votante meta y en base a eso desarrollar una campaña mediática que fomente la votación de los distintos segmentos poblacionales el día de las elecciones.

El proyecto con la Embajada Americana complementará las actividades del MpN ya que permitirá fortalecer el activismo.

II. OBJETIVOS:

El MpN pretende fortalecer el activismo de la siguiente manera:

- 1) Impresión de Paquines
- 2) Producción de Camisetas y Gorras
- 3) Producción de pulseras anti-pacto
- 4) Producción de Banderitas
- 5) Producción de Mantas
- 6) Perifoneo
- 7) Producción de Video Documental: Despertar Ciudadano
- 8) Transporte y Movilización

Con relación a cada objetivo proyectamos lo siguiente:

Impresión de paquines:

Estos paquines pretenden difundir, de manera sencilla y amistosa, información sobre la importancia del voto consciente. Estaríamos trabajando con una propuesta que incluya animación acompañada de textos para poder llegar a personas con menores grados de educación que puedan aprovechar más este tipo de información.

Se proyecta la impresión de 5,000 paquines a ser distribuidos en los sectores metas de cada uno de los departamentos donde el MpN actualmente tiene presencia así como con los coordinadores regionales que tienen más acceso a la población rural. Esta cantidad podría cambiar dada la diferencia de población que existe en cada uno de los departamentos. Estaremos complementando esta proyección con la información que el INEC (Instituto Nacional de Encuestas y Censos) nos proporcione con relación a la población cedulaada por departamento.

Producción de camisetas y gorras:

Las camisetas y las gorras tienen como objetivo primordial llevar mensajes de voto consciente a la población meta donde serán distribuidas, además de apoyar en una mayor proyección del trabajo realizado por el MpN en pro de la ciudadanía con menor acceso a la información. **Estos dos materiales promocionales cumplirán entonces una doble tarea, por un lado la promoción del voto consciente y por otro el fortalecimiento de la imagen externa del MpN.**

Se proyecta la producción de 6,500 camisetas y 5,600 gorras a ser distribuidas en los sectores metas de cada uno de los 8 departamentos donde el MpN actualmente tiene oficinas y contactos, a razón de un promedio de 800 camisetas y 700 gorras por departamento y/o región atendida por líderes coordinadores. Esta cantidad podría cambiar dada la diferencia de población que existe en cada uno de los departamentos. Estaremos complementando esta proyección con la información que el INEC (Instituto Nacional de Encuestas y Censos) nos proporcione con relación a la población cedulaada por departamento.

Producción de pulseras anti-pacto:

Movimiento por Nicaragua ha sido, y continua siendo reconocido por las pulseras azul y blanco con el gravado de "No al Pacto" que la población que está en contra de este dañino

pacto con mucho orgullo porta consigo. Las pulseras anti-pacto han tenido una acogida estremecedora y esto nos impulsa a continuar con la producción de las mismas, por que, además de que representa un claro mensaje a todas las personas que tienen contacto directo con los portadores de estas pulseras, ayuda a fortalecer la presencia del MpN en los diversos sectores donde actualmente hemos estado apoyando con el tema de la cedulaación.

La producción de estas pulseras coincidirá con la de las camisetas y gorras, por lo que deseamos proporcionar con este material a poco más de 600 personas por departamento, lo que sumaría un total de producción de 5000 pulseras anti-pacto.

Producción de banderitas:

Las banderitas azul y blanco con el escudo de Nicaragua en el centro, se colocan primordialmente en las ventanas de los vehículos, por lo que nuestra meta, más que el sector rural, sería el sector urbano de los 8 departamentos antes mencionados. Este material promocional, representa otro rechazo más al pacto entre los caudillos pues es una forma de expresar el amor por la Nicaragua libre que todos deseamos.

La producción de las banderas azul y blanco para vehículos está proyectada en 4,000 que se razonan en 600 para Managua y León, 500 para Chinandega, Matagalpa y Estelí y 300 para Granada, Masaya y Río Blanco.

Producción de Mantas:

Las mantas como una forma de promocionar el voto de manera consciente cuando se ubican en lugares claves de los departamentos, buscando los puntos de mayor afluencia de carros y peatones, de esta manera se estima ubicar 60 mantas en total, en lugares como puntos de entradas de los Departamentos, puntos de aglomeración de ciudadanos como parques, plazas y colegios, entradas de mercados, centros comerciales, terminales de bus, ganchos de caminos, etc. Para Managua, Masaya y Granada, se propone ubicarlas en puntos de concentración comercial.

De esta manera ubicaremos 10 mantas en Managua, Masaya y León, 8 mantas en Chinandega y Granada, 6 en Matagalpa y 4 en Estelí y Río Blanco.

Perifoneo:

Las áreas más alejadas a la urbanización y la tecnología, se deben fortalecer, además de con los materiales promocionales, con una mayor presencia a través de perifoneo local de mensajes de promoción del voto consciente, con lo cual pretendemos incidir en la población de barrios, colegios, mercados y demás puntos de aglomeración. Se proyectan 200 horas de perifoneo a ser distribuidas en los departamentos de Masaya, León, Chinandega, Matagalpa, Estelí y Río Blanco en su mayoría, dejando los departamentos de Managua y Granada con una menor cobertura.

Video Documental:

Se ha pensado en la necesidad de tener un gran impacto ante la ciudadanía en el período inmediato anterior a las elecciones, es por esto que se pretende elaborar un video documental sobre el "despertar ciudadano" (Marcha Civica organizada por MpN en junio de 2005) que tenga el efecto de una marcha, pero sin materializarla que incluya un contenido lleno de

mensajes de promoción del voto, discursos, entrevistas de la población, imágenes aéreas de la marcha de 2005, etc. Este documental se presentará en los canales de televisión de cobertura nacional en días claves como lo son los días antes de las elecciones (72 horas antes), en prime time o en cadena con todos los canales nacionales.

El objetivo de este documental, es además de la promoción del voto, generar esperanza y deseos de participación en la ciudadanía que tendrá las condiciones de votar con su cédula de identidad o documento supletorio.

Transporte y Movilización:

Para apoyar el fuerte trabajo de activismo que estaremos emprendiendo en los próximos meses, debemos contemplar gastos de transporte y movilización que nos permita tener la facilidad de llegar a todos los puntos destinos que estaremos visitando para hacer efectiva la campaña de promoción del voto y la distribución de materiales promocionales. En estas actividades, además del personal de MpN debemos hacernos acompañar de nuestros activistas voluntarios por lo que en ocasiones se requiere la renta de vehículos que nos permitan movilizar cierta cantidad de personas de la capital a los demás departamentos y otros lugares rurales donde planeamos tener presencia.

Presupuesto

Presupuesto EMBUSA
Campaña GOTV

Material	Unidades	Dólares	Subtotal US\$
Paquines	5,000	\$ 1.15	\$ 5,750.00
Camisetas	6,500	\$ 2.30	\$ 14,950.00
Gorras	5,650	\$ 1.00	\$ 5,650.00
Pulseras	5,000	\$ 1.15	\$ 5,750.00
Banderas	4,000	\$ 1.15	\$ 4,600.00
Mantas (8 Departamentos)	60	\$ 30.00	\$ 1,800.00
Perifoneo X Horas	200	\$ 15.00	\$ 3,000.00
Documental Despertar Ciudadano	1	\$10,000.00	\$ 10,000.00
Transporte y Movilización (viajes)	17	\$ 500.00	\$ 8,500.00
TOTAL			\$ 60,000.00