

BORRADOR DEL DOCUMENTO MARCO DE ESTRATEGIA POLÍTICA DE GANEMOS CÓRDOBA



ORIGEN Y PLANTEAMIENTO DEL DEBATE

Tras unos meses de trabajo intenso en la creación y consolidación de Ganemos Córdoba, se suscitó entre muchas personas que componemos este proyecto un debate sobre cuestiones básicas como la caracterización de nuestra propia identidad como proyecto político, a qué sectores de la ciudadanía nos dirigimos, la forma de dirigirnos a nuestras vecinas y vecinos y los mensajes básicos que deberíamos lanzar.

De esta forma, la Mesa de Coordinación de Ganemos, lanzó el debate a los diferentes grupos de trabajo de miembros activos y a toda aquella persona que quisiera hacer aportaciones. El debate se llevó a cabo en el Grupo de Programa y se realizaron aportaciones en la web a través del Wikiprograma.

En las jornadas del 3 y 5 de marzo de 2015 se dedicó la primera sesión al debate sobre estrategia analizando tres cuestiones básicas: ¿a quiénes nos dirigimos?, ¿cómo nos dirigimos?, ¿qué mensajes lanzamos? Más de 40 compañeras y compañeros aportaron y compartieron ideas que están plasmadas en este documento síntesis que suma, además, aportaciones anteriores.

Tras un período de lectura, reflexión y nuevas aportaciones al borrador, será objeto de discusión y ratificación, en su caso, en la Asamblea.

INTRODUCCIÓN.

La situación de emergencia económica, social y política que vivimos en la ciudad y en nuestro país, fruto de la crisis-estafa que sufrimos y que se plasma en cifras terribles de desempleo, desahucios, recortes de derechos y prestaciones sociales, etc., y que afecta a la mayoría de nuestros vecinos y vecinas ha tenido dos grandes respuestas:

- En primer lugar, la respuesta política desde la izquierda clásica a la hegemonía neoliberal, que es la ideología que crea la crisis. Un frente de oposición política y sindical que plantea soluciones ya conocidas.
- En segundo lugar y, ante el ataque de las instituciones a la gente, como la ley hipotecaria y tantas otras, y al ver que los partidos no funcionan como defensa, se ha organizado una respuesta social emergente, como las mareas, o el 15-M.

Muy probablemente un amplio sector de la población, pero no mayoritario, coincide con la respuesta política clásica. La respuesta social, teñida de *antipolítica* en muchos casos, tiene una simpatía muy mayoritaria. El fenómeno Ganemos responde a este segundo marco sociopolítico, de respuesta social y de desinterés por la vieja política. Responde a los intereses de la ciudadanía en su conjunto, que sufre el ataque y el expolio, como ocurre también con los recursos limitados del planeta, de una élite

extractiva, política, económica y social. Es ciudadanía frente a poderes que la agreden. No es una opción frentista que divide, sino una mayoría que se empodera.

A QUIÉNES SE DIRIGE GANEMOS CÓRDOBA.

Ganemos Córdoba SOMOS CIUDADANAS Y CIUDADANOS que han conformado un proyecto para la ciudad y que se presentan a las elecciones municipales para GANAR CÓRDOBA y devolverla a sus vecinas y vecinos. Hemos optado por una fórmula, la agrupación de electores que también supone una forma de ver la política. No somos un partido político de un sesgo político único sino amplio y diverso, y no nos gustan las etiquetas y, por tanto, nos dirigimos a TODA LA CIUDADANÍA, a la gran mayoría social, más allá del votante tradicional de izquierdas, como:

- gentes que quieren democracia de verdad, con limpieza y honestidad
- personas que sufren la crisis directamente y con intensidad, que están desempleadas, afectadas por recortes sociales, que trabajan en precario, autónomos y pequeños empresarios, familiares de jóvenes emigrados, personas mayores con dificultades, empleados públicos afectados por recortes y privatizaciones y, en general, con las personas más vulnerables.
- abstencionistas y exvotantes, desencantados y descreídos de las prácticas políticas viciadas
- indignadas e indignados ante lo que vivimos
- personas con inquietud social, especialmente con sensibilidad ante temas concretos, como ecología, discapacidad, cooperación...
- a los votantes tradicionales de izquierda, a los que queremos incorporar a las nuevas formas políticas
- a integrantes de organizaciones sociales, de empresarios, autónomos, emprendedores sin recursos, artesanos...
- a la gente que vota por primera vez
- a aquellos que no aún no han tomado conciencia de los problemas que estamos sufriendo y sus causantes, a la que tratamos de hacer despertar

2. ¿CÓMO NOS DIRIGIMOS A LA CIUDADANÍA?

Previamente, debemos realizar un ANÁLISIS DE LA CIUDAD, por edades, territorios y grupos sociales, sobre datos concretos, de tipo sociológico y con ayuda de expertos. Debemos llevar a cabo una radiografía analítica y pormenorizada si queremos saber dirigir nuestros mensajes de forma eficaz.

Características.

Nuestra manera de dirigirnos a la ciudadanía en Córdoba debe estar **libre de etiquetas políticas vacías**, debe mostrarse de forma innovadora y asociada a la modernidad, a lo nuevo.

Otra característica debe ser **la creatividad**, alejándose de formatos ya añejos, buscando espacios y fórmulas distintas, originales y que llamen la atención, explorando técnicas y disciplinas de la comunicación y la expresión artística plástica, musical, etc.

Tiene que ser **de todas las personas de Ganemos Córdoba**, incluyendo a los candidatos y candidatas.

Debe hacerse EN LA CALLE, aprovechando momentos y lugares del día, en sitios estratégicos de todos los barrios, ESCUCHANDO e incluyendo en cualquier puesta en escena de GC momentos de recogida de propuestas, inquietudes, y quejas; buscando a los JÓVENES expresamente en Universidades, lugares de ocio, generando actividades concretas.

Criterios.

Transmitir nuestros mensajes CON LENGUAJE SENCILLO Y COLOQUIAL, evitando los circunloquios propios de la clase política y sus frases vacías.

Hacer un RELATO de la ciudad, contar una historia, y traducir nuestras ideas complejas, recogidas en el programa, a un MODELO DE CIUDAD comprensible por una inmensa mayoría. Contar el programa como una experiencia.

Ser EMPÁTICOS, CERCANOS Y SENSIBLES a los problemas reales de la gente, escuchando siempre activamente.

Unir IDEAS CON EMOCIÓN, no enviar mensajes fríos, salpicados de datos abstractos, sino tratar de asociarlos a problemas reales, vividos.

EVITAR LIDERAZGOS PERSONALISTAS, porque somos una agrupación de ciudadanos y nuestros candidatos son sólo nuestras caras en este momento, además de construir EQUIPOS que cooperen.

Enviar MENSAJES CONSENSUADOS, debatidos, reflexionados y fruto de la inteligencia colectiva de los componentes de Ganemos Córdoba.

NO DEFINIRSE necesariamente SIEMPRE, habrá cuestiones en las que se podrá escuchar, reflexionar y madurar la solución. Se evitan los deslices personales y las decisiones precipitadas que perjudicarían al proyecto.

Hacer DESAPARECER LAS MARCAS de donde proceden muchos componentes de Ganemos. No somos Stop Desahucios, EQUO, Podemos o el Frente Cívico o cualquier organización de donde procedamos, poniendo en valor la PLURALIDAD Y LA DIVERSIDAD de Ganemos.

DIVERSIFICAR EL MENSAJE por barrios, grupos de edad, grupos sociales, y adaptarlo a sus destinatarios sin perder los principios y valores básicos.

Plantear los mensajes y el programa como PARTE DE UNA HOJA DE RUTA, una primera etapa hacia un MODELO DE CIUDAD IDEAL, a más largo plazo.

Con HONESTIDAD, CLARIDAD Y TRANSPARENCIA, tanto colectiva como personal.

Concretar el programa en propuestas concretas, claras, posibles y reales. Elaborar dichas propuestas por áreas.

Herramientas

Aprovechar la **campaña de primarias abiertas** para conectar con círculos sociales con los que están en relación los precandidatos y precandidatas, y usar la información que nos proporciona, además de establecer contactos con los votantes a través de email, teléfonos, direcciones postales, etc.

Entender la **campaña de adhesiones y recogida de avales** como un segundo momento de expansión amplio: firmas con DNI son votos.

Utilizar **espacios públicos amplios, con idea de modernidad**, dejando para momentos organizativos los espacios identificados con la izquierda clásica de la ciudad.

Presentar los perfiles de candidatas y candidatos como profesionales y ciudadanos de a pie.

Crear un **comité de apoyo electoral** con personas de dentro y fuera de Ganemos durante la campaña.

Diseñar la **Agenda de Ganemos Córdoba**, con una planificación de los temas y propuestas que vamos a lanzar, temporalizada y secuenciada.

Trabajar la **formación de las personas que forman la candidatura** en comunicación y transmisión de mensajes, acudiendo a profesionales.

Diseñar **actos comunicativos con formatos no tradicionales**, como encuentros de las personas candidatas con la gente, en lugares públicos, bares, etc.

Mayor frecuencia de **ruedas y notas de prensa**.

Acciones de calle, mesas, charlas informativas...

A través de los **medios de comunicación**, en debates, entrevistas, artículos de opinión... y en **redes sociales**, perfiles de Facebook, Twitter, Instagram... Crear grupos de ciberactivistas relacionados y sincronizados con la agenda de Ganemos.

Utilizar la **expresión artística, plástica, musical** o de otro tipo como herramienta de comunicación. Compartir y difundir masivamente el **rap de Ganemos** compuesto por Emecka.

Hacer un **listado de consignas y eslóganes** de Ganemos.

Tener listo una **batería de respuestas** a las posibles preguntas y debates que se planteen en campaña.

3. ¿QUÉ CONTAMOS? EL MENSAJE.

Nuestra historia.

Explicar por qué surge Ganemos Córdoba, las razones de la necesidad de su existencia y la evolución, así como las opciones y decisiones que hemos ido tomando, la **naturaleza del proyecto como agrupación de electores**, de gente de a pie, nuestras asambleas y forma de trabajar en grupos y la forma de elaborar el **programa colaborativamente**.

Nuestros valores y principios.

Dar a conocer nuestro Manifiesto, como expresión de una respuesta ante problemas urgentes de la ciudad, y nuestro **Código Ético**, que nos distingue, subrayando la **austeridad en los salarios**, la desaparición de los asesores, la temporalidad de los cargos públicos y, en general, la **innovación política** que nos distingue y separa de la política tradicional y sus privilegios como clase. Subrayar la idea de que nuestra forma de gobernar debe ser **gobernar obedeciendo**.

Ideas a largo plazo.

Mostrar las ideas básicas de nuestro Marco Programático, que diseñan **una ruta bien definida** sobre aspectos también concretos, pero que no se pierden en el día a día.

Identificarnos con **lo público y lo común**, frente a la concentración de los bienes y servicios en manos de unos pocos.

Defender la **democracia real ya**, ahora, entendida como democracia económica, política, energética... y un modelo de administración basada en la **participación** constante, la apertura de las instituciones a la ciudadanía y la **cogestión**.

Propuestas concretas.

A largo plazo, **ejes y modelo de ciudad**; a medio plazo, **construir un programa junto con organizaciones, movimientos y ciudadanía**, a corto plazo, **diseñar prioridades y actuaciones** concretas y fundamentales.

Hacer **propuestas sobre los temas que se están detectando** ya en las encuestas, como empleo, empresas públicas, urbanismo...

Auditoría del Ayuntamiento, de empresas públicas, servicios... con el objetivo de optimizar los recursos y destinarlos a crear empleo.

Elaborar **propuestas concretas por cada apartado de los ejes** del Marco Programático.

Denunciar la falta **de honestidad, el abandono** del actual ayuntamiento.

Propuestas inmediatas.

Elaborar un **plan de choque o de emergencia social** de aplicación inmediata a la entrada en el ayuntamiento, al respecto de problemas que afectan con dureza a la ciudadanía, como por ejemplo el uso de viviendas vacías de la ciudad. Podrían formularse **10 problemas que requieren una intervención inmediata**, investigar las problemáticas y proponer medidas concretas urgentes, presupuestando y preparando normativa.