

# **PLAN DE ACCIÓN EN LA CALLE**

## **LA BOLSA O LA VIDA**

**CAMPAÑA DE INFORMACIÓN, CONCIENCIACIÓN Y  
MOVILIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE CÓRDOBA.  
DICIEMBRE 2008-JUNIO 2009.**

(PRIMER BORRADOR)

**ÍNDICE**

I.- INTRODUCCIÓN

II.- OBJETIVOS

III.- IDEAS-FUERZA

IV.- CALENDARIO DE ACTIVIDADES

V.- METODOLOGÍA Y MATERIALES

VI.- PRESUPUESTO.

## I.- INTRODUCCIÓN.

La ciudadanía de las sociedades opulentas, persuadida por la Vulgata neoconservadora que los medios de comunicación venden en todas las esquinas, creía y cree vivir en el mejor de los mundos posibles y se deja gobernar por los “manijeros” de los sectores socio-económicamente privilegiados. Tanto al principio, cuando trataban de quitarle importancia a la crisis, como ahora, cuando las caídas del mercado bursátil (o los rebotes al alza del mismo) son titulares noticiosos que sirven para fomentar un amplio sentido de pasividad que linda con el consentimiento ciego a las decisiones tomadas por los poderosos, se pretende mantener velada la verdadera naturaleza de la crisis, sus consecuencias para los ciudadanos de a pie y los responsables de la misma.

La IX Asamblea Federal de IU ha aprobado desarrollar una campaña en el conjunto del Estado para denunciar a los responsables de la crisis, contribuyendo a las movilizaciones sociales contra los despidos y expedientes de regulación de empleo, por el mantenimiento de los puestos de trabajo, articulando y divulgando las alternativas que cuestionan este sistema y en defensa del Socialismo del Siglo XXI.

En la provincia de Córdoba, se viene trabajando por relanzar la participación de los afiliados y afiliadas de IULV-CA en los movimientos sociales, en el tejido social, en los territorios y los sectores sociales más afectados por el modelo socio-económico imperante. Poco a poco se ha ido avanzando en este camino, manteniendo encuentros con sindicatos y organizaciones sociales, participando activamente en las movilizaciones convocadas en defensa de los intereses populares –empleo, educación, salud, servicios públicos, etc.- e intentando dinamizar la actividad de nuestras propias estructuras organizativas (las asambleas y las áreas).

Ha llegado el momento que todos estos esfuerzos se articulen en un plan de acción provincial a corto y medio plazo, que integre las acciones programadas –tanto a nivel andaluz como federal- en los ámbitos institucional, político y social, y permita a la militancia y a los simpatizantes dar un sentido coherente a su intervención social en torno a las propuestas alternativas que propone la izquierda transformadora en estos difíciles y complicados tiempos, fundamentalmente para las clases populares.

## II.- OBJETIVOS.

a) **Recuperar**, como en otros momentos históricos, la presencia en la sociedad de una referencia clara y determinante de un **modelo socio-económico crítico, alternativo y popular** (contradiendo la consigna de los voceros neoliberales de que “no hay alternativa” a su proyecto) basado en los principios de:

- Predominio del interés social y colectivo sobre el beneficio privado.
- La sostenibilidad del modelo, tanto desde el punto de vista humano (dignidad del trabajo) como medioambiental.
- La Planificación Democrática de la Economía.
- Una reforma fiscal que se reconozca en el principio de progresividad de los impuestos.
- La creación de un Sector Público Económico que incluya desde un Polo Público financiero (como primer paso a la nacionalización de todo el sistema financiero) hasta la investigación, la producción y la distribución farmacéutica, pasando por el resto de los sectores estratégicos.
- El mantenimiento de la propiedad y gestión de los servicios públicos en manos de la Administración.
- El reconocimiento de los derechos sociales básicos establecidos en la Constitución (trabajo, vivienda, salud, educación, etc.) como derechos subjetivos y exigibles.

b) **Converger** con otras fuerzas políticas, sindicales y sociales para analizar la crisis, sus consecuencias y elaborar los ejes de una política alternativa, que puedan ser el fundamento de un nuevo escenario de unidad y convergencia social y política, capaz de disputar la hegemonía a la derecha económica y política y de debilitar la penetración de las ideas del reformismo de libre de mercado que han estado presentes en el seno de la izquierda.

c) **Movilizar** socialmente a las capas populares, puesto que la convergencia no puede reducirse sólo a la elaboración teórica y a las propuestas políticas. Necesita de la movilización popular. Una movilización popular con la intensidad y amplitud acorde con el desafío planteado.

El reciente Premio Nóbel de Economía, Krugman, ha manifestado en un artículo relativo a la crisis: “lo que hasta ahora era impensable, se ha convertido en inevitable”. Pero para que el contenido de ese “inevitable” sea el que abra camino a un nuevo modelo de desarrollo que supere definitivamente el neoliberalismo y cuestione el

capitalismo, es imprescindible la movilización de los trabajadores. Porque, como en toda crisis, nadie asegura de antemano que su solución vaya en sentido acorde con el progreso de la Humanidad. La expresión “socialismo o barbarie” tiene plena vigencia en este momento.

d) **Constituir** la organización de IU en un **instrumento para la movilización y la elaboración de propuestas**. IU quiere situarse plenamente en el terreno de la acción política: aspiramos a estar dentro de la política, a ser actores en la gestión de la crisis económica. Pero no buscamos que nos reconozcan en ese papel los poderes institucionales, mediáticos y fácticos, sino los sectores populares y, en primer lugar, los trabajadores. Las grandes luchas políticas y sociales que se avecinan deben ser el catalizador del fortalecimiento de IU, como en su día las movilizaciones contra la OTAN.

### III.- IDEAS FUERZA.

\* Durante 30 años, los fundamentalistas del mercado repitieron que éste siempre tenía razón, que la globalización era sinónimo de felicidad y que el capitalismo financiero edificaría el paraíso terrenal para todos.

\* El Partido Popular y el PSOE han compartido en estos años las ideas centrales del proyecto neoliberal: dejar al libre mercado la organización de la sociedad. No intervenir la economía, no planificarla, privatizar sectores estratégicos de la producción y de servicios públicos abandonando la economía real a favor de un modelo especulativo basado en un crecimiento económico depredador castigando la calidad del empleo e impidiendo el crecimiento salarial y la calidad de los servicios públicos.

\* El PSOE y el gobierno del Presidente Zapatero son corresponsables de un modelo económico que llevará a España a una recesión que, según estimaciones de la Comisión Europea provocará en el 2010 un 15,5 % de paro, la cifra más alta de la UE muy por encima del de Eslovaquia, el segundo país con más desempleo.

\* Ante la crisis financiera, personas e instituciones que habían venido defendiendo el mercado como único regulador de la economía y se habían opuesto a la intervención del Estado, han pasado a pedir dicha intervención como salvavidas ante la crisis. Ello es una nueva reedición de la vieja práctica de privatizar los beneficios y socializar las pérdidas, pero en todo caso revela el fracaso práctico de las doctrinas neoliberales. No sin razón se ha hablado de una caída del muro neoliberal.

\* Las medidas adoptadas por el Gobierno de Zapatero para enfrentar la crisis financiera constituyen un descarado trasvase, sin contrapartidas, de recursos públicos a manos del sector financiero. La explicación dada a los ciudadanos es una mera falacia –sostenida con la complicidad de los medios de comunicación- porque no existen activos de “alta calidad” y, si existen, parece difícil que Bancos y Cajas se desprendan de ellos en este momento. Esa es, precisamente, una de las causas de la falta de liquidez. Los bancos no se prestan unos a otros porque no pueden identificar con seguridad la calidad de los activos que respaldarían esos créditos. Pero, además, Bancos y Cajas utilizarán esa inyección de dinero sobre todo para reestructurar las deudas de sus principales clientes y muy especialmente la de los promotores inmobiliarios, cuyos impagos pueden poner a estas instituciones en situación crítica. Es decir, sólo una parte irrisoria de los 30.000-50.000 millones de euros puestos a su disposición se transformarán en créditos a las PYME y al consumo.

Por otra parte, la puesta a disposición de la banca de 100.000 millones de euros en avales –cantidad que curiosamente coincide con los créditos cuyo pago tiene pendiente la banca española en 2009- sólo tiene por finalidad avalar la emisión de nueva deuda que emitan los bancos para pagar los créditos pendientes.

\* En consecuencia, ***IU propone:***

**a) La modificación de los decretos-ley propuestos por el Gobierno en su trámite de discusión como proyectos de Ley en los siguientes términos:**

1.- Los 30-50.000 millones previstos como ayuda a la Banca deben tramitarse a través del Instituto de Crédito Oficial, dotando de forma equilibrada sus diferentes líneas de crédito para el apoyo a Pyme y emprendedores, a la mejora de la competitividad y a las inversiones en I+D+i. Las entidades financieras serían intermediarias, asumiendo la gestión y el riesgo de las operaciones.

2.- La utilización de los avales deberá tener como contrapartida la participación equivalente en la gestión de las entidades financieras.

**b) Un paquete de reformas fiscales de urgencia con los siguientes contenidos:**

1.- Reforma de la Ley y el Reglamento del IVA para considerar exentos del impuesto la compra de productos y bienes destinados a la rehabilitación de la vivienda residencial y los locales comerciales, siempre que esa compra la realice a su nombre el propietario o el arrendatario del piso o local. .

2.- Creación de un Impuesto Especial de Solidaridad para Altos Ingresos, cuya base imponible sería la suma de los rendimientos del trabajo y de cualquier otro tipo de renta, cuyo tipo sería del 3% a las cantidades percibidas entre 10 y 30 veces el IPREM y de 5% a las cantidades superiores a 30 veces el IPREM.

3.- Aumento de la ayuda por hijo a 200€ mensuales, siempre que los ingresos de la madre trabajadora por todos los conceptos no superen 2 veces el IPREM.

**c) Acordar un paquete de medidas sociales con los siguientes contenido:**

1.- No autorización de ningún Expediente de Regulación de Empleo en empresas que hayan obtenido beneficios en el año 2007.

2.- Incremento del mínimo del subsidio de desempleo al 100% del IPREM y aumento del 10% por cada hijo a cargo.

3.- Prohibición a los ejecutivos y miembros de los Consejos de Administración de las instituciones financieras y las empresas y sociedades cotizadas en Bolsa de percibir retribuciones superiores por todos conceptos a 400.000€ anuales.

4.- Congelación de todas las privatizaciones en curso y derogación de las leyes que permiten la privatización de los servicios sanitarios (incluida la gestión).

5.- IU aplicará en todos aquellos lugares donde forme parte de la mayoría de Gobierno, medidas concretas para la recuperación del carácter público de la propiedad y la gestión de los servicios públicos.

**\* Medidas a medio y largo plazo:**

1.- **Por un empleo digno y de calidad.** (Elevación del salario mínimo a 1.000€ antes de que termine la legislatura, implantación de la jornada de 35 horas antes de que termine la legislatura, comenzando por su establecimiento en las Administraciones Públicas en el año 2009, limitación estricta de las posibilidades de contratación temporal).

2.- **Contra la especulación inmobiliaria.** (Apoyo a la rehabilitación de vivienda y locales comerciales, programa de construcción de infraestructuras básicas de proximidad, en colaboración con las corporaciones locales, promulgación de una Ley Orgánica de Desarrollo del derecho fundamental a la Vivienda establecido en artículo 47 de la vigente Constitución Española y su reconocimiento como derecho subjetivo exigible).

3.- **Creación de un Sistema Financiero Público.** (Este sistema comenzaría su articulación en torno al actual Instituto de Crédito Oficial (ICO) y las Cajas de Ahorro y otras instituciones financieras que se pudieran nacionalizar o renacionalizar -por ejemplo, el Banco de Crédito Local, actualmente perteneciente al Grupo BBVA, o la Caja Postal de Ahorros-, y tendría lazos preferentes con la banca cooperativa de nuestro país -Cajas Rurales, Cajas Laborales, etc.-. A él se añadiría un Instituto de Crédito Hipotecario que sería el soporte financiero de las políticas públicas de Vivienda).

Estas medidas constituyen un primer paso para la nacionalización del conjunto del sistema financiero, que defendemos como un factor clave para un nuevo modelo de desarrollo.

4.- **Reforma fiscal que recupere el carácter progresivo de la imposición fiscal.** (Elevación del tipo máximo al 50%; consideración en el IRPF de todos los ingresos por igual, procedan del trabajo o de otro tipo de rentas; reinstauración del Impuesto sobre el Patrimonio; reforma del sistema de módulos en beneficio de las pequeñas empresas y autónomos con una facturación inferior a 200.000€, menos de 5 trabajadores dependientes y hasta el 5º año de actividad; reforma del IVA para grabar a un tipo superior la adquisición de bienes suntuarios (coches de gran cilindrada, joyas, por ejemplo) o contaminantes; y Reforma del IBI para penalizar el mantenimiento de viviendas vacías).

5.- **Renacionalización de los sectores económicos de interés estratégico y remunicipalización de los servicios públicos gestionados por las empresas privadas.**

6.- **Control de los flujos de capital.** (Organizar un sistema de control financiero que asegure la transparencia de todas las operaciones financieras; establecer un sistema de límites y tasas -por ejemplo, la Tasa Tobin para las transacciones financieras-; erradicar los paraísos fiscales y prohibir las operaciones con origen y destino en instituciones u otros operadores establecidos en ellos; y establecimiento de un sistema de control para cualquier tipo de burbuja).

#### IV.- CALENDARIO DE ACTIVIDADES.

El Plan de Acción Provincial se desarrollará en dos fases, aunque no se puede evitar que se solapen tanto en el tiempo como en determinados ámbitos territoriales:

##### **A) *DESPLIEGUE DE LAS POTENCIALIDADES INTERNAS (Diciembre 2008-enero 2009).***

Esta primera fase debe servir para socializar rápida y masivamente las propuestas de actuación y acción que nos proponemos. No es posible desarrollar una campaña de movilización social sin un esfuerzo colectivo y un trabajo eficaz de todas las estructuras de la organización. Por ello, debemos comenzar por implicar activamente no sólo a la “militancia”, sino también a la generalidad de los adscritos y adscritas y a muchos de los que simpatizan con nuestro proyecto.

1.- Convocatoria de asambleas abiertas (locales, comarcales, áreas, grupos de trabajo) para informar de la campaña, incorporar cuantas ideas e iniciativas surjan, planificar las acciones concretas en cada territorio y sector socio-laboral, analizar los materiales y adecuarlos a la situación y características de cada lugar y priorizar las acciones e intervenciones en las instituciones y colectivos sociales.

2.- Encuentro provincial de cuadros y activistas para consensuar la articulación y el despliegue de toda nuestra estructura político-organizativa para la acción social.

3.- Desarrollar encuentros y contactos con colectivos y organizaciones sociales para informar de nuestra iniciativa, conocer sus propuestas y acciones y ofrecer la colaboración en el desarrollo de toda propuesta de concienciación y movilización popular.

##### **B) *IMPULSO DE LA MOVILIZACIÓN CIUDADANA (Febrero-junio 2009).***

Esta segunda fase de la campaña debe centrarse en el necesario “diálogo” con los sectores sociales populares, que en la provincia de Córdoba están bastante atomizados como consecuencia de la reestructuración empresarial de las décadas de 1980 y 1990 – se destruyó el tejido industrial- y de la expansión del sector servicios. Aunque hubo un crecimiento importante de técnicos y profesionales (de los hospitales públicos, las administraciones, la universidad, los colegios públicos y las empresas grandes –muchas de ellas públicas hasta hace unos años-) es muy elevado el porcentaje de asalariados y asalariadas insertos en las ocupaciones menos remuneradas y más básicas del sector servicios menos cualificado (comercio, hostelería, limpieza, atención personal, etc.), especialmente en la capital. Igualmente, a pesar de su debilidad hay que contar con los núcleos de trabajadores industriales existentes y con los nuevos y viejos trabajadores agrícolas (también en retroceso).

1.- Apoyo a (participación en) las acciones y movilizaciones de los trabajadores de empresas o sectores en crisis, convocadas y/u organizadas por las organizaciones sindicales.

2.- Difusión de nuestro análisis crítico de la situación y de nuestras propuestas alternativas, directamente mediante reparto de propaganda (en polígonos industriales, barrios populares, centros de trabajo, institutos y universidad, etc.), conferencias coloquios, mesas redondas, actos públicos, e indirectamente a través de los “medios de difusión de masas”.

3.- Recogida de firmas (o envío de petición personalizada -tarjeta o correo electrónico-) a favor de reivindicaciones concretas (renta básica, aumento y extensión del subsidio de desempleo, derecho a techo, equipamiento y/o servicio público, etc.) ante las autoridades (alcalde, presidente de la Junta o presidente del Gobierno).

4.- Convocatoria –mejor, junto con otros colectivos- de concentraciones, manifestaciones y otras acciones de calle en base a reivindicaciones concretas y compartidas por sectores de la sociedad. En este sentido, se propone pensar, planificar y llevar a cabo una gran marcha provincial en defensa del empleo, las políticas sociales y el tejido productivo endógeno.

5.- Implicación de los grupos institucionales en el aliento movilizador a través de la presentación de mociones, declaraciones institucionales y acciones reivindicativas, tratando de contar con la participación de afiliados y simpatizantes y de la ciudadanía en general.

## V.- METODOLOGÍA Y MATERIALES.

El principal **protagonista** de esta campaña de información, concienciación y movilización debe ser el **adscrito** y la **adscrita** de IULV-CA. Sin su concurso y participación se estaría ante una propuesta más bien simbólica y meramente “mediática”, que se esfumaría rápidamente y, no sólo no abriría espacios de diálogo y encuentro entre nuestro proyecto y las capas populares, sino que, como mínimo, ralentizaría la construcción social de un modelo alternativo al del capitalismo “realmente existente”.

Por ello, es fundamental que la primera fase de despliegue de nuestras potencialidades organizativas esté bien preparada, sea desarrollada con espíritu crítico y sirva para incorporar las aportaciones políticas y de acciones, tanto generales como concretas, planteadas en las asambleas abiertas y en los encuentros con los colectivos sociales.

Hay que tener siempre presente que el objetivo de nuestra acción es abrir una interlocución permanente con las clases populares, incidir en ellas para comenzar a superar la matriz de opinión impuesta en las últimas décadas de que “no hay alternativa” sembrando la esperanza de otro modelo socio-económico alternativo y despertar su conciencia crítica y su disposición a participar en los asuntos colectivos y públicos.

Las acciones, aunque se tengan que hacer en solitario en muchas ocasiones, deben estar planificadas para que permitan un proceso de acumulación de fuerzas de largo aliento porque nos enfrentamos a una situación de crisis estructural.

Durante el tiempo que se tiene previsto desarrollar esta campaña, existen algunas fechas simbólicas de raigambre popular y/o de evocación crítica, como el 28-F, el 14 de abril o el Primero de mayo, que deben ser utilizadas para proyectar la idea central de nuestra campaña, “La bolsa o la vida”. En todas estas fechas concretas se conmemoran acontecimientos que perfectamente, no sólo son compatibles con nuestra apuesta, sino que refuerzan los principios básicos del modelo socio-económico crítico y alternativo que defendemos.

Hay que realizar cuantos esfuerzos sean precisos para conseguir que el diagnóstico y las alternativas que proponemos se difundan lo más ampliamente posible en el tejido social, por lo que se intentará constituir plataformas, coordinadoras, foros junto con otras organizaciones sociales en localidades y sectores. Lo importante es que cale en la ciudadanía la visión alternativa, con o sin nuestras siglas.

Si bien nuestro principal resorte para la interlocución social es la militancia y los medios propios de comunicación (boletines locales y medios digitales), no podemos ni debemos renunciar a la mediación de los medios de difusión masivos convencionales y comerciales. De ahí que se considere prioritario trabajar la presencia en:

- Los medios de comunicación locales y comarcales, tanto escritos como audiovisuales, especialmente aquellos residenciados en las principales poblaciones de la provincia (Lucena, Puente Genil, Montilla, Cabra, Priego Baena, Palma del Río, Pozoblanco, Villanueva, etc). La experiencia más reciente demuestra que no sólo están interesados en la temática más localista sino también en la de carácter comarcal y provincial, política y cultural.

- En el periódico Diario Córdoba, el de mayor tirada y difusión y el más “popular”, aunque practica lo que se denomina “periodismo pasivo” o institucional. Los otros diarios tienen una difusión bastante más limitada y una línea editorial muy marcada contra la izquierda política y la izquierda social.
- Las televisiones y radios radicadas en la capital, muchas de ellas con una audiencia supramunicipal, deben servir para reforzar los mensajes estratégicos del proyecto.

En cuanto a los materiales mínimos e imprescindibles necesarios para desarrollar la campaña, contaríamos con:

- Cartel y octavilla ventana.
- Boletín Ciudadano/a (o un periódico propio) especial.
- Tres dípticos específicos (general, sobre la financiación municipal y sobre empleo y derechos sociales).
- Pegatinas.
- Cartelería.
- Infraestructura para mesas informativas.
- Pancartas y/o fondos de actos y para reparto de propaganda.
- Portátiles con conexión a Internet.
- Postales para enviar petición a las autoridades.
- Sudaderas, camisetas o chalecos para identificación de los activistas en las acciones previstas.

Se constituirá una comisión provincial responsable de coordinar la campaña y después de Semana Santa se realizará una reunión amplia con presencia de “activistas” para evaluar el desarrollo de la misma y modular el final.

VI.- PRESUPUESTOS