
R&SJ

Ruiz & San Juan Consultores

**NOTAS DE ESTRATEGIA
PARA EL GRUPO
ANDALUCISTA (V)**

**NOTAS DE ESTRATEGIA PARA EL GRUPO
ANDALUCISTA (V)**

Septiembre, 1999

INTRODUCCION

En este documento se exponen las líneas básicas de estrategia a seguir por el G.A., a nivel local, durante la primera etapa del nuevo "curso" político iniciado tras la composición del actual equipo de gobierno municipal, surgido de las recientes elecciones del 13-J y de los posteriores pactos suscritos entre el PSOE y el PA.

El orden de exposición será el siguiente:

- 1.-El marco de referencia en Julio '99: las claves de la nueva situación y su incidencia a nivel de objetivos y estrategia.**
- 2.-Líneas básicas de estrategia para el Grupo Andalucista en el Ayuntamiento de Sevilla.**

**EL MARCO DE REFERENCIA EN JULIO
'99: LAS CLAVES DE LA NUEVA
SITUACION Y SU INCIDENCIA A NIVEL
DE OBJETIVOS Y ESTRATEGIA**

Los resultados municipales del PA en Sevilla, con la pérdida de tres concejales, y el posterior pacto suscrito con el PSOE, desplazando a su anterior socio de gobierno, el PP, a la oposición, junto con otros parámetros de contexto que afectan al posicionamiento e imagen del partido, determinan un nuevo escenario político cuyas principales 'claves' serían, a nuestro juicio, las siguientes:

- 1) **Significativo retroceso del PA en Sevilla ciudad frente al generalizado avance experimentado en el conjunto de Andalucía**, incluido el resto de la provincia sevillana.

Con independencia de que se profundice en el análisis de sus causas, parece evidente que, ante esa situación, ***el objetivo político nº 1 del Grupo Andalucista, en esta nueva etapa, debe ser la recuperación del partido en Sevilla***, fortaleciendo sus señas de identidad y la proyección-imagen del PA en el Ayuntamiento y el ámbito municipal, en general.

A partir de ahí, lo prioritario para el G.A. será el ***rentabilizar al máximo las actuaciones de los componentes del Grupo a nivel de proyección e imagen pública***, buscando fundamentalmente su asentamiento como institución partidista (Grupo del PA) en el Ayuntamiento y en la ciudad, al margen incluso de que dichas actuaciones encuentren un eco positivo, negativo o indiferente entre la población.

Lo importante de entrada, a nuestro entender, es que suenen, que aparezcan continuamente en los medios –en todos, sin excepción- y que vayan creando “madre”, convirtiéndose en una referencia siempre obligada en el escenario de la política local y, sobre todo, en la mente de los sevillanos.

En suma, **se trata de ‘HACER PARTIDO’, iniciando un cambio de rumbo en el Grupo**, de acuerdo con los modos y maneras de actuar del PA en el conjunto de Andalucía (que también hay que definir), con una mayor integración en la ‘cultura’ partidista y la correlativa menor dependencia del hasta ahora candidato indiscutible a la Alcaldía, ARM.

Debemos insistir, una y otra vez, en la necesidad de potenciar la “marca” PA en Sevilla, para reforzar el suelo excesivamente móvil del partido en el escenario municipal y consolidar, por tanto, sus expectativas en la ciudad en línea con la marcha ascentente del partido en el conjunto de Andalucía.

2º) El giro de 180º dado por el PA, con el cambio de socio en el gobierno municipal y el consiguiente relevo en la alcaldía de SB por ASM.

Nos parece prioritario, a este respecto, conocer cuál ha sido el impacto entre la opinión pública sevillana de los cambios habidos en el escenario político local y el relevo en la alcaldía, con especial referencia al papel jugado por el PA y ARM en esos cambios. En tanto no dispongamos de esa información valiosísima (en términos, cuando menos, cualitativos), no podremos dar por cerrado este documento inicial de estrategia para el G.A. (y para ARM).

Pero, a la espera de realizar esa investigación, el hecho es que la nueva situación creada, de la que ya son palpables un significativo cambio de estilo y 'maneras' en la alcaldía, afecta necesariamente tanto a la política de relaciones del G.A. con su actual "socio" de gobierno como a la de actuaciones, e incluso comunicación, dependiendo en buena medida, a este respecto, de la trayectoria e imagen evolutiva de ASM como alcalde, trayectoria de la que habrá que efectuar –al igual que del G.A.- el oportuno seguimiento.

- 3) **Pérdida de "tirón" e imagen 'municipal' del PP en el conjunto de Andalucía**, tras la buena campaña de comunicación del PSOE y la desafortunada política de pactos llevada a cabo por el PP, situación extrapolable al conjunto nacional pero con mayor incidencia en el ámbito andaluz por la pérdida de alcaldías tan importantes –y simbólicas- como las de Sevilla y Granada.

Con independencia de que se trate de algo coyuntural, el hecho es que la imagen del PP ha salido claramente 'tocada' a este nivel, tras el 13-J, y que ese 'estigma' le va a hacer perder fuerza en el Ayuntamiento, al menos en esta primera etapa de gobierno municipal, con el posible beneficio "añadido" para el PSOE e incluso PA. Se trata, por tanto, de un momento 'bajo' del PP en Sevilla que debería aprovechar el G.A. para su relanzamiento.

- 4) **Correlativo 'impulso' del PSOE**, aunque ello no le haya servido –según el último barómetro del CIS y datos en nuestro poder coincidentes- para acortar distancias respecto al PP ante el escenario de unas elecciones generales. Ni tampoco, según también nuestros propios datos, en el escenario autonómico. La 'mejora' de imagen y del "clima" de opinión respecto al PSOE se circunscribe, pues, al ámbito de los comicios locales o regionales, pero no se proyecta al ámbito nacional.

Es lo mismo que ocurre, poniendo la oración por pasiva, con el deterioro de imagen sufrido por el PP, limitado, según todos los indicios, al terreno de la política local o regional, sin proyectarse al ámbito de la política nacional, ni siquiera –en sentido estricto- a la autonómica, tras la nominación de Teófila como candidata a la presidencia de la Junta.

- 5) **La proximidad ya de una nueva (y posiblemente doble) confrontación electoral**, como variable de indudable incidencia en el desarrollo de la política local y, especialmente, por lo que afecta al PA.

En este sentido, debemos hablar de la necesaria ‘contaminación’ de los objetivos electorales del PA en la estrategia diseñada para el Grupo, reforzándose aún más el imperativo de *hacer partido* y ‘proselitismo’ durante la larga pre-campaña que nos aguarda.

Parece razonable pensar que unos buenos resultados del PA en las autonómicas y generales serían el mejor estímulo y acicate para la recuperación del partido en Sevilla.

2.- LINEAS BASICAS DE ESTRATEGIA PARA EL G.A.

A la espera de cerrar este documento con las informaciones provenientes de la opinión pública sevillana y las aportadas por los distintos componentes del G.A., vamos a exponer una serie de líneas básicas de actuación que enmarcan la estrategia política del partido en Sevilla, con independencia de que, posteriormente, se desarrollen con propuestas concretas dentro de cada capítulo, de acuerdo también con las sugerencias de DL y otros miembros calificados del G.A.:

- 1) **Primer objetivo estratégico: relanzar la presencia/notoriedad del PA.** Hablar más de partido que de grupo para recuperar el eslabón perdido por la excesiva dependencia de ARM en la imagen pública del Grupo.
- 2) **Más unión y coordinación con el PA nacional, provincial y local.** Que se rompa la división manifiesta entre el PA nacional (incluso provincial) y el del PA del Ayuntamiento, excesivamente identificado con ARM.
- 3) **Las directrices y pronunciamientos del partido, en materia de política municipal, deben ir al G.A. y no a la inversa.** En este sentido, es importante que el partido realice estos pronunciamientos desde fuera del Ayuntamiento con más asiduidad que hasta ahora, que ha sido nula.

Deben pues coexistir –y diferenciarse incluso en alguna medida-, ambos tipos de pronunciamientos, aunque sean coincidentes. Lo importante es que los sevillanos se conciencien de que hay un partido (el PA) detrás del Grupo Andalucista en el Ayuntamiento, con una política municipal que irradia al conjunto de Ayuntamientos andaluces y que sus directrices, con las necesarias especificaciones y matices, son válidas también para Sevilla.

- 4) ***En el G.A., además del Portavoz, deben tener un papel activo y solidario todos sus componentes, seleccionándose cuidadosamente las intervenciones de ARM como Presidente.***

Es muy importante transmitir a la opinión pública sevillana una imagen compacta de Grupo, asociada con el PA. Por ello la presencia pública de todos los concejales andalucistas en bloque, siempre que exista suficiente argumento o *excusa* para tal presencia, nos parece indispensable.

- 5) ***Para cubrir el objetivo básico de recomponer y mejorar la imagen del PA en Sevilla, hay que cuidar en extremo –a nuestro juicio- la política a seguir en:***

- I) **Urbanismo**
- II) **Relaciones con los medios y línea de comunicación**

URBANISMO

- Extremar el ***cuidado en la política de recalificaciones***
- ***Dar la mayor participación posible*** –haciéndoles con ello corresponsables- a los agentes sociales en las actuaciones que se quieran adoptar en este sentido. Importante: **ganarse a los sindicatos.**
- Realizar una ***política de defensa del patrimonio*** de la ciudad. Y, sobre todo, **comunicarlo.** Que se sepa que el PA vela por el patrimonio histórico y cultural de todos los sevillanos.
- En esta línea, volcarse en una ***política*** claramente ***encaminada a potenciar el uso común***, recreativo, deportivo y medio-ambiental ***del suelo***, para disfrute de todos los sevillanos.

Esta sería la línea de estrategia más adecuada –a nuestro juicio- para cambiar la imagen negativa del PA en este campo. De un Urbanismo “recalificador” (y generador de recursos dudosos para el partido) a un Urbanismo defensor, ante todo, del patrimonio de todos los sevillanos, buen gestor y potenciador de la calidad de vida medio-ambiental.

- En paralelo, montar una estrategia específica de comunicación para el área:
 - a) Asignando un periodista, buen public-relations, que se gane a los medios en un tema en que la batalla de la comunicación juega un papel decisivo.

Éste debería ser, ante todo, un buen comunicador (en el sentido más estricto del término). Su figura nos parece clave para cambiar la imagen negativa actual del área, asociada al PA.

- b) Informando al máximo de todas las actuaciones de la Gerencia, aunque resaltando –no obstante- aquellas que redunden en imagen positiva para el PA: las que afectan a la defensa del patrimonio, creación de zonas verdes o espacios públicos y, en general, a todo lo que tenga que ver con un destino público del suelo para disfrute de los sevillanos.
- c) Dada la importancia estratégica del área (y de sus actividades) en la conformación de la imagen municipal del PA, consideramos necesario efectuar un seguimiento especial de ella, además del global previsto para el G.A.

RELACIONES CON LOS MEDIOS Y ESTRATEGIA DE NOTORIEDAD-PROMOCIÓN PÚBLICA

- **Objetivo prioritario: Recuperarlos a todos** para la causa, iniciando una **política no selectiva y sí generalista** de acercamiento a ellos. No importa que hayan sido críticos –o incluso muy críticos- hasta ahora. El escenario es bien distinto y puede justificarse plenamente una labor inicial de acercamiento, dejando esa labor en manos de algunos miembros del grupo no “tocados” (o menos ‘tocados’) con relación a los temas más conflictivos que han rodeado las campañas mediáticas anti-PA de algunos soportes.
- La otra vertiente básica de estrategia en este capítulo es la necesaria **unidad, homogeneidad y coherencia de la línea de comunicación** a desarrollar, de acuerdo con los **objetivos políticos prioritarios del Grupo**.
- En este sentido, además de plasmar en todos los documentos generados por el grupo la misma imagen corporativa, habrá que ajustarse a unos modos (a un estilo) y a unos ejes de comunicación/mensajes prioritarios que todos los componentes del grupo deben tener claros para proyectarlos y difundirlos machaconamente hasta conseguir que los sevillanos identifiquen al instante la pertenencia –el origen partidista- de los concejales del PA en todas sus intervenciones y actuaciones.

(Es obvio que mientras eso no se consiga, la rentabilidad del esfuerzo mancomunado del Grupo Andalucista será mínima o, en el peor de los casos, capitalizada por el PSOE).

- En esta línea, nuestra recomendación inicial es la de ***que todos los delegados del PA tengan una presencia continua en la calle y en los barrios, sea cual sea su ámbito de gestión.*** El contacto con la calle, con la gente, es el arma principal con que cuenta el GA para darse a conocer y contrarrestar, de paso, la estrategia del PSOE y ASM de ir minando, poco a poco, los activos del andalucismo en Sevilla

Lógicamente, si ese baño de calle no llega a los sevillanos a través de los medios con mayor audiencia, el esfuerzo será casi baldío, aunque, en todo caso, es la única forma de hacer partido.

Esa presencia en la calle es además absolutamente ***precisa para realizar esa labor de ‘zapa’***, de auténtico proselitismo, desde todas las delegaciones, especialmente las que tengan más proyección y contacto con la gente. Aquí los concejales del PA deben multiplicarse por 3 para compensar:

- 1) su menor representación en el Ayuntamiento;
 - 2) el tener más funciones y tareas que los del PSOE;
 - 3) el tener que “vender” al PA frente a la poderosa institución que representa el PSOE.
- Al margen de esta presencia en la calle, con o sin medios que la atiendan, es necesario instrumentar una estrategia planificada de apariciones en los medios a través de dos vías:

- 1) Una *normalizada*, es decir, alimentada sistemáticamente desde las delegaciones, a partir de la selección 'interesada' de noticias/informaciones a transmitir como reflejo de la actividad de esas delegaciones o de sus titulares.

En esa labor, a la que deben obligarse todos los delegados, lo más importante es realizar una buena selección de las noticias, con el criterio prioritario de su mayor o menor fuerza de "venta" para los sevillanos. Aunque, no obstante, el principal objetivo de esta vía es la de que el PA/GA y sus delegados vayan dándose a conocer y 'calando' en la opinión pública sevillana.

- 2) Otra vía no sujeta a normas, aunque pueda ser tanto o más efectiva que la primera, con acciones puntuales de información/comunicación a través de ruedas de prensa cuando haya 'material' para ello (el forzarlas o institucionalizarlas nos parece negativo), o acudiendo de vez en cuando a los socorridos 'desayunos' de trabajo – mejor que almuerzos- como un instrumento además muy útil para mejorar las relaciones con la 'canalla' y para que los delegados se fogueen en esa tarea.
- De otro lado, los medios prioritarios para transmitir la actividad de los delegados (y del Grupo en los actos comunes) serían, a nuestro entender:

1º) La TV local

2º) La radio

3º) Los periódicos de distrito o barrio.

Ello no significa que haya que dar de lado a los soportes tradicionales (ABC, El Correo, etc.), con los que habrá que mantener buenas relaciones, sino que a la hora de invertir en publicidad –de ‘forzar’ la presencia del GA o sus delegados en los medios- es más “rentable” en nuestra opinión acudir prioritariamente a los tres citados más arriba.

- **Los delegados del PA deben, por otra parte, reforzar sus ‘señas de identidad’ andalucistas cuando estén en contacto con la calle o con los medios:** llevando visible el anagrama del partido o cualquier otro símbolo capaz de identificar la persona con su origen andalucista, como, por ejemplo, la bandera de Andalucía o, mejor aún, el ‘*Apuesta por lo tuyo*’ grabado en alguna camisa o camiseta (siguiendo el ejemplo de Pepe Núñez y sus camisas con ‘*Andalucía sólo hay una*’).
- A ello habría que añadir la **proyección (y promoción) de un estilo andalucista** asociado/identificado fundamentalmente –ese sería el objetivo- con un **talante abierto, tolerante, progresista de hechos antes que de palabras y, sobre todo, con un decidido afán de servicio a Andalucía**, a los andaluces y, por extensión y situación, a los sevillanos.
- El *amor* a ‘lo nuestro’, a Andalucía y a Sevilla, como resumen y síntesis del eslógan y *leit motiv* de la campaña del PA para las próximas elecciones: **“APUESTA POR LO TUYO”**.

El ‘Amo Sevilla’ se inscribiría ahora, por tanto, en el ideario andalucista de fuerte arraigo con la comunidad de nacimiento y/o pertenencia, en sus distintos ámbitos territoriales, desde el ‘global’ andaluz a la ciudad de origen o residencia.

Estamos, pues, ante una nueva dimensión de la 2ª 'marca' del partido en Sevilla, que, a nuestro juicio, haría posible su continuidad o, al menos, una transición más fácil al cambio.

- Ello nos da pie, pensando además en la proximidad de las elecciones autonómicas y generales, para entrar en un primer desarrollo de posibles mensajes –y de un lenguaje común- a utilizar por el GA, a partir del “*Apuesta por lo tuyo*”, adaptándolo a Sevilla:
 - ***El PA apuesta por ‘lo nuestro’***: por Sevilla y por Andalucía
 - El PA hace una ***apuesta firme de futuro por Sevilla y por Andalucía***
 - El PA ***apuesta en firme por los barrios de Sevilla***
- El ‘*Apuesta por lo tuyo*’ es una ***apuesta firme de futuro*** por:
 - La mejora de los barrios de Sevilla
 - La puesta en marcha del Metro
 - La mejora del medio ambiente de Sevilla
 - La ***defensa del patrimonio cultural e histórico de Sevilla y los sevillanos***
 - Facilitar el acceso a una vivienda digna: ***que ningún sevillano (ningún joven sevillano) tenga que irse a vivir fuera de Sevilla por esa causa***
 - La ***promoción de la cultura popular***

- La promoción del deporte popular
- Una mayor cercanía y un mejor servicio al ciudadano

El '*Apuesta por lo tuyo*' es, en definitiva, **HACER ANDALUCÍA DESDE TU CIUDAD**

- Todo ello enmarcado en un **tono firme pero ausente de crispación o agresividad**. Las cosas, los mensajes, pueden decirse con claridad y contundencia, sin que haya necesidad de utilizar un tono o unas maneras agresivas, ajenas –y contrarias- al estilo abierto y tolerante que debe presidir el 'discurso' común de los andalucistas.

Pero, cuidado: no hay que confundir la tolerancia con actitudes timoratas o conformistas.

- En esta línea de comunicación hay que introducir continuamente en el discurso algunas palabras-símbolo y desterrar otras:

Palabras e ideas que hay que "machacar", de cara sobre todo a la pre-campaña:

- Partido Andalucista
- Partido Andalucista de Sevilla
- Delegados del Partido Andalucista en el Ayuntamiento, en el Gobierno Municipal, etc.
- Andalucía es '*lo tuyo*'. Andalucía es '*lo nuestro*'. (O '*lo tuyo*' es Andalucía. '*Lo nuestro*' es Andalucía y su gente).

- Sevilla es lo 'tuyo'. Sevilla es 'lo nuestro'. (O la segunda versión anterior).
- Nuestra gente: los andaluces.
- Nuestra gente: los sevillanos
- Estilo andalucista
- El PA de Sevilla está abierto a todos los sevillanos
- El PA de Sevilla, al servicio de todos los sevillanos
- Las puertas del PA están abiertas a todos los sevillanos

:
Palabras e ideas que hay que desterrar del lenguaje andalucista en Sevilla en el actual momento político:

- ***El PP representa a 'la derecha'*** o su identificación sin más – como crítica- con la derecha pura y dura. No la creo conveniente en este momento por cuanto existe la posibilidad de eventuales pactos futuros en el ámbito autonómico (o incluso a otros niveles).
- ***Descalificaciones continuas o excesivas de SB (o de su labor anterior).*** Es mejor que su imagen decaiga por sí misma. Y en todo caso, las descalificaciones podrían volverse en contra del PA/ARM si se le quisieran sacar 'punta' desde el propio PP o la oposición.

- Algunos tópicos ya manidos en el lenguaje político al uso –por el PA- en épocas anteriores, con carga de *queja*, como ***centralismo, partidos centralistas, marginación, olvido....*** Hay que hablar de Andalucía en positivo y en clave de futuro antes que lamentarse o ‘lamerse’ las heridas del pasado.
- ***Estado español.*** Hay que hablar simplemente de España.
- ***“ Nacionalismo” andaluz.*** Podrá utilizarse en campaña, según y cómo, pero no es conveniente su uso coloquial y habitual, por las connotaciones negativas que conlleva para muchos sevillanos. Y porque no hay que ahuyentar a potenciales votantes del PA.
- ***‘Amo Sevilla’ o ‘Sevilla, más que nunca’.*** Sería como recrearse en la suerte, cuando ésta ha sido esquiva. Lo mejor es pasar página y retomar los orígenes de un andalucismo que irradia a Sevilla y se manifiesta en ella, pero desde el global andaluz y no al contrario. Ése puede ser el nuevo camino para el relanzamiento del partido (y de la idea y proyecto andalucista) en el ámbito de Sevilla.

RELACIONES CON LOS PARTIDOS. RECOMENDACIONES INICIALES

- ***Poco caso al PP, como norma general.*** Sus críticas ahora, de socio 'despechado', no dañan de forma significativa –en nuestra opinión- la imagen del partido. En todo caso habría que intentar desplazar el centro de atención de sus ataques del PA/ARM al PSOE. Y, sobre todo, al alcalde.
- ***Evitar la confrontación con el PP, sacando trapos sucios anteriores.*** No es positivo y se están alimentando recuerdos del pasado (de la presencia del PA como socio del PP en el anterior gobierno municipal). El *enemigo* a batir es el PSOE, no el PP.

En esta línea, respeto (más bien 'ninguneo') a SB –como ya hemos indicado-, pero sin darle cancha.

- ***El PA forma parte del actual gobierno municipal: pues así tiene que sentirse y actuar,*** no como si estuviera de prestado. Sin dejarse comer el terreno por la 'apisonadora' del PSOE ni, mucho menos, por ASM. Hay que seguir el ejemplo del PA en la Junta.

ASM y el PSOE necesitan un toque de atención, al respecto. Todo lo conseguido con el pacto –que ha sido mucho- puede convertirse en agua de borrajas si el PSOE, a través de ASM, consigue anular *de facto* todo el poder acaparado por el PA. El PSOE es mucho más hábil que el PP en "apropiarse" de todo y capitalizar los logros ajenos.

- ***Debería funcionar, al igual que en el Gobierno de la Junta, un Comité de Enlace PA-PSOE para el seguimiento del pacto***, y para que ASM no consiga su claro objetivo de 'ninguneo' en la práctica al PA.

Lo que no es de recibo es que los delegados del PA, con mayor poder teórico y más funciones que antes, se sientan como *agradecidos* y adopten una actitud timorata o insegura.

- Los cambios de actitud o postura del partido, con relación a su etapa anterior en el Ayuntamiento, -siempre que se den- hay que explicarlos suficientemente.
- En cuanto a IU, sin forzar en absoluto las cosas, pensamos que podría ser interesante para el partido iniciar una política de acercamiento para mejorar las hasta ahora inexistentes relaciones.

El momento puede ser oportuno, dada también la ausencia de ARM en primera línea, y serviría para restar fuerza, al menos, a un foco continuo de crítica para el partido.

En este aspecto, las relaciones institucionales PA-IU en Sevilla, al margen de las que puedan darse entre los dos grupos en el Ayuntamiento, pueden beneficiar a la causa andalucista, además de proporcionar mayor credibilidad al fortalecimiento, de cara la futuro, de una posición y línea política de centro-izquierda en el PA.

- Esa estrategia de mejora de relaciones institucionales, la consideramos también extensible y aplicable al PP, por distintos motivos. Pero, especialmente, para ir creando un 'caldo de cultivo' favorable que facilite al PA el poder llegar a hipotéticos pactos de gobierno con el PP tras las próximas elecciones autonómicas, o incluso generales.

R&SJ
Ruiz & San Juan Consultores