

BORRADOR PARA EL PROYECTO DE PLAN DE LA CAMPANA "CONTRA EL ATRACO DE AUDENASA"

(Nota previa. El título "CONTRA EL ATRACO DE AUDENASA" es absolutamente provisional. Se emplea aquí aprovechando que ya ha sido usado en alguna nota. Pero precisamente la elección del título-eslogan de la campaña ha de ser una de las tareas importantes de la primera fase de la campaña)

1. DELIMITACION DE OBJETIVOS.

Consideramos vital la correcta delimitación de los objetivos, su jerarquización y la consecución de su perfecta comprensión y asunción por nuestras bases. La delimitación que aquí se esboza debe entenderse muy seriamente como un borrador. El intenso debate sobre la versión corregida de ese borrador que se haga es una imperiosa necesidad. Es un requisito necesario para que la ejecución de las tareas no consista en una mecánica ejecución de consignas sino que sea un enriquecedor desencadenamiento de práctica política consciente.

El borrador de delimitación de objetivos que proponemos es el siguiente:

1.1. Objetivos en terminos de finalidades

- A) Defender los intereses del pueblo trabajador vasco que vive en el herrialde de Navarra. El "asunto" de AUDENASA implica una muy concreta agresión al bolsillo de los navarros en beneficio de las capas oligárquicas y caciquiles. El primer objetivo de la campaña debe ser responder a esa agresión defendiéndose eficazmente de ella.
- B) Demostrar, con hechos, que la acción política de HB no se limita a propagar y defender principios abstractos y muy generales (la independencia y el socialismo) sino que encarna esos principios en muy concretas acciones sobre muy concretos, inmediatos y urgentes problemas.
- C) (Ligado al anterior) Demostrar, con hechos, que HB no es solo "una banda de agitadores y demagogos" sino que esos "agitadores y demagogos" cuentan entre ellos equipos técnicos cualificados y eficientes (juristas, economistas, sociólogos, etc) capaces de batir en su propio terreno a los de la sempiterna camada de caciques navarros.
- D) Demstrar, con hechos, que no es preciso participar en el circo de las instituciones políticas de la Reforma neofranquista para defender los intereses del pueblo trabajador vasco, en concreto de la porción de él que vive en el herrialde navarro.
- E) Mostrar a los navarros que el circo de instituciones políticas de la Reforma neofranquista es solo la torpe y disfrazada continuación de la trama gangsteril del sempiterno cacicato navarro (los mismos perros con otros collares) con la sola novedad de la incorporación a la banda de algunos jóvenes gangsters disfrazados de socialistas. (La participación del funcionario Del Burgo en la gestación de AUDENASA y su autopista proporciona un hilo de continuidad) (La participación del PSOE en los nuevos acuerdos proporciona la prueba de que el PSOE navarro subordina los intereses navarros a las servidumbres madrileñas)
- F) Plantear al Flamante nuevo Gobierno de Navarra (sea el que sea) un grave problema forzándole a mostrarse como el encubridor que da la cara (y el dinero de los navarros) para tapar los sucios negocios del franquismo en Navarra.
- G) Perfeccionar la práctica política de la militancia navarra de HB proporcionando tareas concretas y específicas que, al incidir en

un problema economico con obvias implicaciones sociales y politicas, rompan la apariencia de nuestro enclaustramiento en posiciones unicamente defensivas y antirrepresivas y faciliten la incorporacion de nuevas gentes atraidas por una accion a la ofensiva en el campo economico-social.

## 1.2. Objetivos en terminos de funciones

Para alcanzar esos objetivos en terminos de finalidades es preciso articular y alcanzar una serie de objetivos instrumentales. Es preciso definir las funciones que es preciso llenar y desarrollar para conseguir las finalidades. Aunque aqui solo se esbozen esos objetivos en terminos de funciones, sera preciso al corregir y completar este (u otro) borrador que se cuantifiquen y especifiquen los objetivos (unica forma de poder comprobar a posteriori si se alcanzaron o no).

- I) Es preciso definir los individuos (y sus agrupamientos) que van a ser destinatarios de la campaña. Definir quiere decir localizarlos geografica y socialmente, cuantificarlos y calificar sus caracteristicas. En este borrador no haremos sino apuntar los criterios de segmentacion de la poblacion navarra que deberan ser tenidos en cuenta:

Geografico-organistico: Cuenca de Pamplona, cabezas de Merindad, resto de cada Merindad. Subdivision en zonas.

Sexo y edad. (hasta 14, 15-18, 19-25, 26-45, 46-60, 61 y mas)

Clase: Obrera, Pequeña burguesia nueva orientada a la clase obrera, Pequeña burguesia nueva orientada a la burguesia, Pequeña burguesia antigua, Burguesia.

Euskaroparlantes/erderaparlantes.

Actividad: Amas de casa, Jubilados, estudiantes, parados en busca primer empleo, parados, agricultores cuenta propia, agricultores cuenta ajena, actividad industrial cuenta ajena, idem cuenta propia actividad servicios terciarios cuenta propia, idem cuenta ajena, actividad servicios cuaternarios cuenta propia, idem cuenta ajena.

Automovilista/no automovilista

Declarante renta/no declarante renta

Adscripcion politica mediante voto

Logicamente estos criterios de segmentacion deben ser combinados para definir cuantificada y localizadamente los "paquetes de destinatarios". Esta definicion es imprescindible para la decision racional del numero y caracteristicas de los instrumentos de la campaña (panfletos, anuncios, etc):

- II) Es preciso acopiar, estudiar, sistematizar y elaborar toda la información que sea posible sobre el problema de AUDENASA. Ello es sin duda imprescindible para proseguir las acciones juridicas ya iniciadas pero tambien para elaborar el argumentario e instrumentos de la campaña. Sera preciso incorporar el corpus posible de datos sobre el tema de las autopistas en general del Estado español y de otros.
- III) Es preciso revisar los canales de comunicacion y accion (y evaluar su accesibilidad y eficacia) existentes para cada "paquete de destinatarios". Ello incluye naturalmente las revisiones de las audiencias de los medios de comunicacion de masas pero ademas las de todos los demas canales (organizaciones sindicales, vecinales y de todo orden, lugares de reunion, etc)

- IV) Es preciso revisar los recursos propios (principalmente humanos y organizativos) y los de los eventuales aliados y su adecuación a los "paquetes de destinatarios" y a los canales de comunicación con ellos.
- V) Aunque las funciones I a IV deben llenarse a lo largo de toda la campaña, procediendo a aproximaciones y rectificaciones sucesivas y metódicas, su atención debe intensificarse en la primerísima etapa de la campaña (la de planificación de la misma) como parte de una imprescindible función a llenar: la de planificar la acción, coordinar y controlar la ejecución, rectificar y replanear en su caso.
- VI) Aunque lógicamente incluida en la función anterior, parece conveniente diferenciar la función de seguimiento de los acontecimientos y explotación, en su caso, del éxito o éxitos de nuestras acciones.

## 2. BORRADOR DE OPERACIONES

La consecución de los objetivos se instrumentará mediante el diseño y ejecución de una serie de operaciones de diversa índole. Unas serán jurídico-procesales, otras de propaganda, otras de agitación.

### 2.1. CRONOLOGIA DE LA CAMPAÑA

A reserva de los resultados de la labor concreta de planificación, parece conveniente apuntar un borrador de estructura temporal de la campaña:

- La campaña se dividiría en dos fases: Una primera de ofensiva rápida y concentrada que abarcaría hasta la semana siguiente a las elecciones vascongadas inclusive. (Su finalidad sería la de lanzar el tema, calentar el ambiente, flanquear nuestra campaña de vascongadas y amargar el nacimiento del pseudogobierno de Navarra).  
Una segunda fase que comenzaría al terminar la primera y cuya fecha de máxima actividad sería variable, dependiendo de la marcha de las acciones jurídicas.
- La primera fase se dividiría en dos etapas. Una primera de planificación y preparación y puesta en marcha (que llegaría hasta el 19 de febrero). Y una segunda de ejecución concentrada que abarcaría hasta el domingo siguiente a las elecciones vascongadas.

### 2.2. Borrador de operaciones

Operación 1ª "ACTUACIONES JURIDICAS". Acción independiente que sigue su propio ritmo. Las demás operaciones deberán tenerla en cuenta y coordinarse con ella, apoyándola y empleándola.

Operación 2ª. (Clásica). Denominamos clásicas a aquellas operaciones que son características de nuestra práctica política). PINTADO DE MURALES. Debería procurarse multiplicar su número. Dos tipos: Murales figurativos siguiendo diversos modelos preelaborados. Murales no figurativos (Letreros letras grandes, con plantillas, que incluyan eslogan y una flecha indicando A "X" KM. DE AQUI LE ATRACARAN A USTED EN LA AUTOPISTA DE AUDENASA (Esa frase es solo ilustrativa El texto real deberá decidirse en la etapa de planificación).

Operación 3ª (Clásica). Pintadas.

Operación 4ª (Clásica). Dazibaos (murales en papel manuscritos)

Operación 5ª (Clásica). Charlas y conferencias.

Operación 6ª (clásica). Buzonado.

Operación 7ª (Clásica) Inclusión de un orador sobre el tema en los mítines en Navarra de la campaña electoral

Operación 8ª CANTAR DE CIEGO (auca y aleluyas en cartel y tríptico). Operación inspirada en la tradición de las aucas catalanas y los carteles de cantares de ciego. Consistirá en la elaboración y edición de un cartel que en viñetas grandes (como de comic) con texto en aleluyas relate el "famoso asunto de la estafa de AUDENASA". El cartel será susceptible de usarse como tal y también como cartel de ciego (en Mercados, y otros lugares públicos de reunión) con una persona apuntando cada viñeta sucesivamente con un puntero mientras otra recita o canturrea las aleluyas. El Cartel sería reduplicado en un panfleto o tríptico desplegable, a emplear tanto en reparto a mano (con o sin recitado previo con el cartel) como en buzonado. Se gestionaría su publicación en una página completa de EGIN.

Operación 9ª AGITACION MUTORIZADA. Consistiría en un camión con caja descubierta o descapotable. En ella una fanfarre y suficiente equipo de megafonía. El camión llega a un Mercado o a la plaza del pueblo o al patio de una fábrica a la hora del bocadillo. La fanfarre actúa. Un orador mitinea (después de que durante la actuación previa de la fanfarre se han repartido hojas o panfletos entre los asistentes), recita el cantar de ciego, provoca a debate al que quiera, se ofrece a responder a preguntas.

Quien dice un camión dice 20 si pudiéramos montarlos.

Operación 10ª MEDIOS ELECTRONICOS. Elaborar un videocassette (del que eventualmente pueden hacerse las copias que podamos financiar) cuyo argumento sea la estafa de AUDENASA. Aspectos documentales, entrevistas afectados, etc. Montaje muy ágil, ritmo vivo, empleo inteligente de fotos fijas, algún gráfico. Ejemplo de referencia (los 10 minutos de publicidad electoral por Tve del PSUC en las elecciones al Parlament Catalá en 1980). Organizar la proyección del videocassette en bares o pubs. Poner en marcha la avidez de progres y videomanos por conseguir tener o hacerse una copia.

Complementariamente: la elaboración de una cinta magnetofónica de similares características. Teniendo en cuenta que sería solo un medio audio.

Operación 11ª APROVECHAMIENTO DE LOS "DIRECTUS" Y "CARTAS AL DIRECTOR" preparar equipos de militantes que se dediquen a telefonar a los espacios radiofónicos que admiten llamadas de los oyentes (Iruñerías, Directo-directo etc, etc) largando nuestro rollo de la estafa de AUDENASA. Idem escribir cartas a los periódicos.

Operación 12ª ACCION EN FABRICAS. Será preciso diseñar un instrumento específico para la acción fábricas. El diseño deberá discutirse cuidadosamente con LAB para imbricarlo con la actual coyuntura de acción sindical.

Operación 13ª SATURACION CENTRALITAS. Hacia el final de la primera fase se señalaría un día para que todo el que podamos movilizar telefonee a los teléfonos de Felipe Gonzalez en la Moncloa y a los del payaso que le toque en ese momento ser Presidente de la Diputación/Gobierno/Banda de Navarra. El objetivo es bloquear las centralitas a lo largo de una jornada.

Operación 14ª (semiclásica) ACCIONES SOBRE MASS-MEDIA. Consistirá en una campaña profesionalmente llevada de colocación de notas, comunicados, noticias, rumores, artículos etc, en los medios de Comunicación de masas. Incluiría la publicación de un SERIAL (varios artículos página completa) en EGIN y un reportaje largo en PUNTO y HORA.

Las operaciones numeradas hasta el 14 se prevén para la primera fase. En la segunda fase se añadirían estas:



- A) EDICION Y DIFUSION DE UN "Libro negro de AUDENASA"
- B) ACCION INTERNACIONALISTA. Jornadas, Symposio o Seminario sobre las estafas de las autopistas invitando a gallegos (A. del Atlántico) y catalanes (A. del Mare Nostrum, A del Mediterraneo -problema inundaciones y presa Tous, etc). Con Mitin conjunto. (Tambien andaluces del SOC - Autopista Sevilla)
- C) EMISION DINERO NAVARRO ESTAFADO. Partiendo del hecho de que la estafa de AUDENASA supondría 100.000 pesetas por navarro y previo estudio jurídico, se emitiría "dinero" (Vales o pagarés) respaldado por lo estafado por la autopista. A emplear para pagar impuestos o servicios estatales (gasolina, tabaco, gasoil, multas, etc).
- D) ACCION DE DESOBEDIENCIA CIVIL En una fecha determinada, formación de caravanas automovilistas que forzaran el uso -sin pagar- de la autopista.
- E) PERSONACION MULTIPLE EN ACCIONES JURIDICAS • El equipo jurídico diseñaría alguna acción susceptible de promover la incorporacion a la misma (por un procedimiento no gravoso en tiempo o dinero, mediante la simple firma) de la gente. Ejercicio de la accion popular (emisión de voluntad de reapaldarla .....).
- F) Y todas las que aconseje o sugiera el desarrollo de la 1ª fase.

### 3. SUGERENCIA FINAL

A reserva de lo que resulte de la discusión de este borrador, sugerimos que se constituyan cuanto antes los siguientes equipos diferenciados, pero coordinados:

- A) Jurídico
- B) Documentacion y elaboracion de textos y proyectos
- C) Grafistas
- D) Relacion con Mass-media
- E) Coordinacion

-----

*Justo de la Cueva.  
primer febrero 1974*