



**Document tàctic de la Crida per Sabadell 2026-2027**

**Dissabte 7 de març de 2026**

*Futur, Impuls, Ciutat*

## Índex

0. Introducció .....	2
1. Anàlisi de conjuntura .....	2
1.1. L'escenari preelectoral .....	4
1.2. La campanya electoral: Els tres blocs .....	4
2. Precampanya electoral.....	5
2.1. El lema: Impuls, Futur, Ciutat .....	5
2.2. Objectius de campanya.....	6
2.3. Fils conductors.....	6
3. Programa electoral.....	9
3.1. Desplegament del marc polític i coordinació del procés .....	9
3.2. Obertura a la ciutat i procés d'interlocució política.....	10
3.3. Redacció del programa i articulació interna del coneixement polític.....	11
3.4. Priorització política .....	11
3.5. Assemblea d'aprovació .....	12
4. Campanya electoral .....	13
4.1. Estratègia comunicativa .....	13
4.2. Accions de campanya .....	13
4.3. Comitè de campanya .....	14
4.3.1 Definir objectius i funcions.....	14
4.3.2. Organització del comitè .....	15
4.4. Proposta de calendari .....	15
4.5. Lema de campanya.....	16
4.6. Imatge.....	16
4.7. Local de campanya .....	17
4.8. Militància Alliberada .....	17
Annex 1. Calendari .....	18

## 1 0. Introducció

2 Un cop arribats a la meitat de l'actual legislatura, el present document vol ser una  
3 **concreció tàctica** dels acords presos per la Crida per Sabadell al llarg dels debats tinguts  
4 durant el passat 2025. Aquests debats van acabar prenent la forma d'un document  
5 estratègic aprovat a l'Assemblea General de la Crida del 14 de juny de 2025.

6 Tenint en compte això, així com l'aposta de reorganització aprovada i posada en marxa  
7 durant el 2025, presentem la concreció tàctica que ens ha de dur a **afrontar les eleccions**  
8 **municipals de 2027** des de la millor de les posicions possibles, **sense improvisacions**, per  
9 tal d'evitar prendre decisions a darrera hora i sense reflexió de profunditat.

## 10 1. Anàlisi de conjuntura

11 En l'assemblea del 14 de juny aprovàvem una anàlisi del **cicle polític anterior**. Vam buscar  
12 col·lectivament un relat al voltant de la creació de la Crida, l'arribada al govern, la gestió  
13 d'aquest i la pèrdua del govern municipal a causa de la victòria del PSC. En aquest cas,  
14 però, cal que pensem quin és el moment concret que vivim i que ens durà a les **eleccions**  
15 **de 2027**.

### 16 1.1. L'escenari preelectoral

17 En els últims mesos, la Mesa de la Crida per Sabadell analitza que hi ha hagut canvis  
18 importants en la reordenació de la política institucional local. Principalment, ens referim a  
19 tres moviments polítics: la crisi interna d'ERC, la sortida del govern local de Junts i el canvi  
20 d'estratègia de VOX i la resposta que hi han donat la resta de formacions polítiques.

#### 21 La crisi interna d'ERC

22 En primer lloc, l'octubre de 2025, després de la crisi interna d'ERC, la Crida ens situem com  
23 la **primera força política de l'oposició a l'esquerra del PSC** i així ho vam declarar l'acte  
24 fet l'11 d'octubre. Entenem que aquesta no només és una qüestió numèrica (nombre de  
25 regidors) sinó que també és política. ERC està, comprensiblement, desorientat després de  
26 la crisi i pot ser que segueixin així uns mesos. A això cal afegir-hi el context supramunicipal,  
27 i és que en diversos temes (el finançament per exemple) ERC està intentant jugar el joc de  
28 ser la crossa del PSC. Això el pot moure, a escala local, a presentar-se com una força  
29 d'esquerres però capaç d'arribar a pactes amb el PSC de Farrés.

30 A més a més, creiem que hi ha certa desorientació als Comuns (hi ha hagut tensions sobre  
31 l'encaix entre Comuns i Podem i tenen una relativa poca presència militant en espais) més  
32 enllà del bon paper que sovint fan en plens municipals. Tampoc es pot descartar que  
33 intentin un paper similar al d'ERC pel que fa a presentar-se com a opció que és capaç de  
34 tensionar i pactar amb el PSC.

35 Aquests dos elements ens obren una finestra d'oportunitat, la de presentar la Crida com la  
36 força de l'oposició. Seguint amb relat i la idea força iniciat l'11 d'octubre: **la Crida per**  
37 **Sabadell és l'única opció política d'esquerra rupturista a Sabadell**. Aquesta idea defuig  
38 del concepte de presentar la Crida com una "alternativa" al govern municipal, i la vol situar  
39 com l'opció, el projecte polític i de ciutat, de l'esquerra rupturista.

#### 40 **La sortida de Junts per Sabadell del govern municipal**

41 En segon lloc, a principis de desembre de 2025, **Junts per Sabadell sortia del govern**  
42 **municipal**, no sense polèmica. L'assemblea de la seva militància ho havia decidit i  
43 finalment els dos regidors acataven la decisió (després de rumors de transfuguisme). Més  
44 enllà dels detalls de la polèmica<sup>1</sup>, el que ens presenta quelcom interessant, és la pugna  
45 interna que hi ha hagut entre apuntalar un model més propi de Convergència (així s'ha  
46 anomenat des de les mateixes files de Junts) de la participació en el govern i la posició que  
47 defensava fer oposició al PSC des d'una perspectiva independentista (o com a mínim  
48 nacionalista), sobretot a causa de la pressió que està causant en Junts (a escala nacional)  
49 les enquestes que mostren **els possibles bons resultats electorals d'Aliança Catalana**.  
50 Totes les enquestes publicades fins ara mostren que això passaria a costa dels vots de  
51 Junts per Catalunya.

52 Aquests moviments ens obren l'oportunitat de presentar el nostre projecte com a l'únic sòlid,  
53 el d'una **independència en clau d'igualtat social**, davant la desorientació d'ERC i el  
54 possible viratge de Junts cap a posicions de nacionalisme excloent.

#### 55 **Canvi d'estratègia de VOX**

56 En darrer lloc, detectem un últim canvi que és el de l'aposta de VOX cap a l'**agitació racista**  
57 **i els disturbis racials**. Segons la Directa aquesta estratègia s'ha intentat ja dues vegades a  
58 Sabadell, com a model per importar a tot l'estat.<sup>2</sup> De moment això no ha acabat de funcionar

---

<sup>1</sup> Per a detalls sucosos de la polèmica: Jordi de Arriba, iSabadell, 5 de desembre de 2025: <https://www.isabadell.cat/politica/matas-acata-surt-govern-farres-316478/>

<sup>2</sup> Albert Alexandre, La Directa, 17 de juliol del 2025: <https://directa.cat/lestrategia-de-lextrema-dreta-a-torre-pacheco-que-no-va-funcionar-a-sabadell/>

59 (de fet aquesta aposta els funciona només en localitats més petites i on ja governa la dreta  
60 espanyola). A Sabadell tenim la sort de comptar amb uns moviments socials que han fet  
61 aquesta estratègia molt més complicada per a l'extrema dreta.

62 Aquesta aposta més agressiva de l'extrema dreta (que passa a demanar l'expulsió de  
63 sabadellencs i sabadellenques de l'estat), està per veure si ha vingut per quedar-se. El que  
64 és important és l'efecte polític que ha provocat en totes les forces polítiques del ple  
65 municipal: **deixar d'ignorar VOX** i treballar discursos que van des de l'antiracisme a  
66 l'antifeixisme més combatiu (com seria el nostre cas). Fins i tot el PSC es veu obligat a fer  
67 un discurs més antifeixista dels últims temps i, per tant, detectem un cert consens polític en  
68 aquesta línia, que també ens hauria de permetre atacar posicions de Junts, el PP o la  
69 possible irrupció a Sabadell d'Aliança Catalana, i reforçar el nostre discurs antifeixista i  
70 antiracista.

## 71 **1.2. La campanya electoral: Els tres blocs**

72 La Mesa de la Crida per Sabadell entén que aquest context preelectoral situa amb claredat  
73 dos blocs clars. En primer lloc, el **bloc del govern** (que a causa de la sortida de Junts  
74 només jugarà el PSC). El PSC defensarà la seva bona gestió, la de la ciutat aparador i  
75 dormitori, aquella que vol un Nadal amb Llaminer i olor de canyella pels carrers. Aquesta és  
76 la carta forta del PSC i el que li ha donat la majoria absoluta: espectacle, relativa **pau social**  
77 i **continuitat** amb l'obra de govern. Una continuïtat que s'expressa també amb l'aposta per  
78 seguir apostant per un model econòmic concret, amb uns costos socials i ecològics  
79 concrets.

80 Aquest és el bloc que manté en funcionament del **capitalisme neoliberal** amb totes les  
81 seves mancances, desigualtats i problemes amagats sota la purpurina de l'espectacle i el  
82 consum. És més que previsible que aquesta proposta política segueixi tenint els mateixos  
83 nivells d'èxit que en anteriors eleccions malgrat el deteriorament dels serveis públics,  
84 l'augment del preu de l'habitatge, pèrdua de nivell de vida, i les situacions de **pobresa i**  
85 **emergència social** que cada cop són més freqüents.

86 El segon bloc és el del **retrocés**, el de l'**extrema dreta**. És evident que la proposta del PSC,  
87 del capitalisme neoliberal, provoca problemes. L'extrema dreta es proposa com una solució  
88 a aquests problemes, però, a diferència de nosaltres, enfoca aquesta solució **castigant als**  
89 **més vulnerables** per no haver de tocar els **privilegis dels més poderosos**. És el bloc de  
90 la negació dels drets humans universals. En aquestes eleccions aquest bloc ja no el juga en  
91 solitari l'espanyolisme de VOX; s'hi afegeix, com a mínim, l'expressió catalanista de  
92 l'extrema dreta d'Aliança Catalana. Està per veure fins a on es deixaran arrossegar cap a

93 aquestes idees força Junts i PP, però segurament intentaran entrar en aquest joc, i és que  
94 **la defensa els interessos dels poderosos** ja és el seu objectiu inicial.

95 Aquesta situació és profundament desesperançadora si no hi podem veure una altra  
96 possibilitat. És per això que és responsabilitat de la Crida per Sabadell poder construir un  
97 tercer bloc, una tercera opció: la de la defensa de la **igualtat social**, allò que defineix les  
98 esquerres. Aquesta opció defensa que la solució als problemes que planteja la nostra  
99 societat capitalista i patriarcat no és el maquillatge del PSC ni reduir els beneficis de l'estat  
100 del benestar a la població autòctona (com defensa l'extrema dreta).

101 És evident que no és una aposta nova, però sí que és la que ha quedat fora de joc des de la  
102 fi del cicle polític anterior on la possibilitat de ruptura es veia molt més a prop i molt més  
103 probable. Aquest és l'espai polític que hem de recuperar i fer créixer de nou perquè és el  
104 que es posiciona a favor dels interessos de les classes populars d'aquesta ciutat.

105 La construcció d'aquest relat i aquest bloc és allò que ofereix a la Crida per Sabadell un  
106 espai polític a disputar amb els altres dos blocs. A més a més, i davant la situació d'ERC i  
107 potser la dels Comuns (que a més a més poden jugar al joc de la governança amb el PSC),  
108 som la força de la ciutat que més possibilitats té d'erigir-se en **la millor opció contra el**  
109 **PSC i l'extrema dreta.**

110 La Mesa de la Crida, ja fa mesos que treballa en aquesta opció amb els següents  
111 paràmetres (extrets dels documents aprovats en l'Assemblea del 14 de juny).

## 112 **2. Precampanya electoral**

113 Aquesta anàlisi ha dut la Mesa de la Crida a pensar i posar en marxa una **campanya**  
114 **preelectoral**. Es porta a l'assemblea la voluntat de refrendar aquesta iniciativa que ja està  
115 en marxa. És important debatre-la bé, per poder redirigir-ne alguns elements perquè la  
116 Mesa és conscient que pot afectar a la futura campanya electoral.

### 117 **2.1. El lema: Impuls, Futur, Ciutat**

118 La voluntat de situar tres possibilitats a la ciutat, continuisme, retrocés i ruptura, ens porta,  
119 de nou a parlar de la nostra idea força: la Crida, única opció per a Sabadell. En aquest  
120 sentit, el que hem proposat i que ja s'ha estat fent servir lema significa això. Una Crida que  
121 té un **impuls renovat**, perquè està activa, funciona, respon als conflictes que s'esdevenen i  
122 té relació amb el seu entorn polític. Que és **l'aposta de futur** perquè és l'única formació  
123 política que pot plantejar a Sabadell una sortida política i social al capitalisme, el patriarcat,

124 l'opressió nacional i la crisi ecològica global. I **ciutat**, perquè la Crida això ho vol fer a  
125 Sabadell, pensant des de Sabadell i per les persones que l'habiten.

## 126 **2.2. Objectius de campanya**

127 Com qualsevol campanya comunicativa que s'emmarqui en les coordenades d'una  
128 precampanya a unes eleccions municipals, la campanya *Impuls, Futur, Ciutat*, té com a  
129 objectius principals situar en bona posició de sortida el partit de cara les eleccions  
130 municipals de 2027. Tenint en compte els acords presos en l'assemblea general anterior,  
131 els següents **objectius concrets** busquem:

132

133 a) Les idees: situar la campanya electoral tan a prop dels nostres marcs polítics com  
134 sigui possible. Això no significa que tothom hagi d'acceptar les nostres propostes  
135 sinó acceptar els nostres temes, conflictes, com a centrals d'aquesta campanya (per  
136 exemple que el PSC hagi de parlar d'antifeixisme i que VOX hagi de parlar  
137 d'habitatge i no d'immigració).

138 b) Les propostes: començar a situar la política municipal al voltant de les nostres  
139 propostes programàtiques, encara que sigui perquè la resta de formacions les  
140 critiquin o perquè la gent en parli.

141 c) Les persones: per l'essència de la política municipal (sovint es voten candidats i no  
142 partits) cal que relacionem les idees i les propostes amb cares visibles. De moment, i  
143 a manca de tenir una proposta de llista tancada això seran les nostres regidores,  
144 posant èmfasi en la figura del portaveu tal com venint fent des de fa mesos.

145 d) El partit: a part de tot això, cal que la majoria dels votants i els moviments socials de  
146 Sabadell ens coneguin, cal que les idees, les persones i les propostes es relacionin  
147 amb la marca electoral: Crida per Sabadell.

148

149

## 150 **2.3. Fils conductors**

151 La campanya i la nostra acció política no poden ser un element buit, i per això cal dotar-la  
152 de **contingut**. És per això que la Crida ha de fer l'esforç per situar políticament sobre la  
153 taula, tant "d'ofici" com es planteja al punt anterior, com per respostes conjunturals els  
154 següents temes, partint de l'**oposició al PSC i els partits d'extrema dreta**. Els dos  
155 elements que el potencial votant de la Crida veu o ha de veure com l'enemic a abatre. Per  
156 tant, **l'antifeixisme, el feminisme i la justícia social** són els tres eixos que donen  
157 perspectiva transversal a aquesta proposta política i comunicativa.

158 La intenció de la Mesa de la Crida és englobar tots els temes que es vulguin tractar dins de  
159 quatre grans blocs teòrics (al que afegiríem el tractament transversal del feminisme, la  
160 igualtat social i l'antifeixisme).

### 161 Persones

162 Més enllà de la defensa de la igualtat social més abstracta, la Crida ha de fer bandera de la  
163 lluita contra les desigualtats socials, i per tant cal plantejar un bloc sencer per afrontar i  
164 **combatre les desigualtats** que provoca el sistema capitalista. Especialment, cal que  
165 parlem del principal problema que té la classe treballadora dels Països Catalans: **l'accés a**  
166 **l'habitatge**. És el principal problema que detecta la població catalana segons diversos  
167 estudis d'opinió i és la Crida l'única capaç d'oferir una solució realista i en pro de la igualtat  
168 social: ni especular, ni construir més sense sentit, ni fer fora migrants. Cal posar èmfasi a  
169 defugir de llenguatge més neutre que s'associa als "drets socials" i parlar obertament  
170 **d'igualtat social**.

171 En definitiva, hem de poder plantejar la **defensa dels serveis públics** i contra la  
172 privatització com a bandera contra el PSC i l'extrema dreta, que pretén privatitzar o limitar  
173 l'accés als serveis per origen. Parlar de sanitat, educació, neteja... des d'una **perspectiva**  
174 **antiracista i universalitzadora**. Per tant, aquest bloc ens hauria de permetre situar  
175 diferents qüestions:

- 176 - Habitatge
- 177 - Dependència
- 178 - Educació (escoles bressol...)
- 179 - Sanitat
- 180 - Serveis públics
- 181 - Serveis Socials
- 182 - Pobresa energètica

### 183 Espai Públic

184 La gestió de l'espai públic, de l'urbanisme, són elements centrals en la política municipal.  
185 Això es pot afrontar des de moltes perspectives, però cap altra formació ho farà des de la  
186 nostra o sense la mateixa claredat que nosaltres. Davant de les postures del PSC o  
187 l'extrema dreta, que prioritzen el mateix model de desenvolupament econòmic que ha dut la  
188 nostra terra i el planeta a una **crisi ecològica**. La defensa de l'**espai comú** i no privatizat

189 amb un accés democràtic al nostre **patrimoni**, històric i natural així com la seva conservació  
190 són la nostra alternativa al seu **model ecocida i negacionista del canvi climàtic**.

191 A més a més, plantejar l'espai públic des de la nostra perspectiva també ens ha de permetre  
192 plantejar propostes sobre la millora de les **condicions de vida** de la gent, des d'una  
193 perspectiva municipal pensem en elements com el transport públic o gestió de l'espai públic  
194 i el patrimoni. A més a més, és aquí on hem de plantejar la nostra proposta per a assegurar  
195 un futur per a la gent, plantejant una gestió ecològica i de l'entorn de Sabadell. És per això  
196 que en aquest bloc hi caben diferents temes:

- 197 - Mobilitat
- 198 - Eixos Verds
- 199 - Oposició al 4t Cinturó
- 200 - Patrimoni
- 201 - Proposta i futur pel Ripoll
- 202 - Ciutat dels 15 minuts

203

## 204 **Economia**

205 En la gestió del **sistema econòmic capitalista** és on l'extrema dreta i el PSC es posen  
206 d'acord, la defensa d'aquest model basat en l'explotació econòmica de l'ésser humà per  
207 sobre de l'ésser humà, en definitiva de la **classe treballadora**. Davant del seu model de  
208 competitivitat, **desigualtat social i explotació** nosaltres hem de poder plantejar un altre  
209 model basat en unes prioritats totalment diferents, no el benefici econòmic pel benefici  
210 econòmic sinó el del **benestar i les necessitats de les persones**.

211 És per això que aquí la Crida per Sabadell ha de poder plantejar diferents elements que  
212 puguin començar a dibuixar la nostra opció per una **gestió econòmica diferent** en què la  
213 planificació econòmica estigui **al servei de les necessitats de la majoria**, la classe  
214 treballadora. Així, hem de poder parlar de la gestió municipal dels serveis, dels residus, de  
215 la gestió de l'aigua, de l'energia, i donar suport a la classe treballadora organitzada de la  
216 nostra ciutat amb diàleg amb els sindicats de classe. Aquest bloc ens ha de permetre  
217 plantejar diferents temes sobre la taula:

- 218 - Transició ecosocial
- 219 - Gestió de Residus
- 220 - Municipalització de l'Aigua
- 221 - Energia (comunitats energètiques...)

- 222 - Municipalització de serveis
- 223 - Sindicalisme de classe
- 224 - Planificació econòmica

## 225 **Nació**

226 Davant de l'avenç de l'espanyolisme i el catalanisme conservador i racista, la Crida ha de  
227 situar la **defensa de la llengua i dels drets nacionals** des d'una **perspectiva antifeixista**  
228 com a element de confrontació amb el PSC i l'extrema dreta (catalanista o espanyolista).  
229 Aquí és on poden cabre també les reivindicacions de caire cultural, en una lògica de  
230 **construcció nacional i popular**. En aquest sentit, entenem que la **construcció de**  
231 **comunitat** és l'eina més poderosa contra el feixisme; la creació d'una comunitat, popular i  
232 aglutinadora, enfront d'una idea essencialista i exclouent de nació.

233 També és des d'aquí on reforçarem la idea de la lluita pel **dret a l'autodeterminació** i la  
234 **independència com la nostra aposta per a la superació de les desigualtats socials** al  
235 nostre país. Per tant, els eixos discursius a treballar en aquest bloc serien els següents:

- 236 - Autodeterminació
- 237 - Catalanisme popular
- 238 - Llengua
- 239 - Cultura Popular

## 240 **3. Programa electoral**

241 La Crida per Sabadell afronta la construcció del programa electoral com un **procés polític**  
242 **col·lectiu** que ha de permetre definir un projecte de ciutat per a la propera dècada. El  
243 programa no ha de ser només un recull de propostes, sinó l'expressió concreta del model de  
244 Sabadell que defensem davant el **continuisme del PSC i el retrocés que representa**  
245 **l'extrema dreta**.

246 Per aquest motiu, proposem un procés ordenat, participatiu i amb direcció política clara que  
247 combini el **coneixement de la militància, l'experiència dels moviments socials i la**  
248 **capacitat institucional de la Crida**.

### 249 **3.1. Desplegament del marc polític i coordinació del procés**

250 El procés d'elaboració del programa electoral **no parteix de zero**. La Crida per Sabadell ha  
251 anat definint, al llarg dels debats estratègics del període 2025-2026 i arrel de les decisions

252 preses en el si de l'organització, un marc polític compartit sobre el qual cal continuar  
253 aprofundint.

254 Aquesta primera etapa ha de servir per desplegar aquest marc, **concretar les prioritats de**  
255 **ciutat** i garantir una coordinació política sòlida que permeti afrontar la construcció  
256 programàtica amb coherència i direcció estratègica. El programa haurà de recollir també  
257 **l'acumulació política dels darrers anys**, incorporant propostes treballades i validades en  
258 assemblees anteriors que **continuen sent vigents**. Lluny de reiniciar el debat, es tracta de  
259 posar en valor aquesta feina, actualitzar-la quan sigui necessari i integrar-la dins d'un  
260 projecte de ciutat coherent.

261 Al mateix temps, es fixa l'objectiu de construir un programa més clar i prioritzat. Els darrers  
262 cicles han estat marcats per programes extensos que, tot i la seva solidesa, dificultaven  
263 identificar les apostes principals. Aquesta fase haurà de permetre **agrupar, ordenar i**  
264 **sintetitzar les mesures** ja acordades per evitar la dispersió i reforçar la capacitat del  
265 programa d'explicar amb nitidesa quina alternativa representa la Crida.

266 Per fer-ho, es constituirà un espai de **coordinació del procés programàtic** integrat pel  
267 Grup Municipal i les secretaries d'Externes, Comunicació i Fonaments Teòrics, amb  
268 l'encàrrec de **revisar les propostes aprovades en processos anteriors, identificar-ne la**  
269 **vigència i concretar les prioritats polítiques que han d'orientar el programa**. Aquest  
270 espai haurà de garantir que el resultat respongui a una estratègia compartida i no a una  
271 suma de propostes desconnectades.

### 272 **3.2. Obertura a la ciutat i procés d'interlocució política**

273 La construcció del programa electoral ha de ser també una **oportunitat per reforçar**  
274 **vincles**, ampliar complicitats i continuar situant l'organització com una eina útil per afrontar  
275 els reptes col·lectius.

276 Aquest procés no s'ha d'entendre només com un exercici participatiu, sinó com una aposta  
277 política per escoltar, **contrastar i enriquir el projecte de ciutat amb els actors socials i**  
278 **polítics** que treballen per transformar Sabadell. El lideratge d'aquesta fase recaurà  
279 principalment en la Secretaria d'Externes i el Grup Municipal, que impulsaran les reunions,  
280 articularan els espais de trobada i sistematitzaran les aportacions recollides, garantint la  
281 connexió entre el treball institucional i el teixit social.

282 Aquesta etapa ha de permetre, alhora, continuar construint el **bloc social i polític** necessari  
283 per fer possibles les transformacions que defensem. En aquest sentit, es promouran

284 **trobades sectorials amb entitats, moviments socials, sindicats i agents comunitaris,**  
285 així com **espais de debat als barris** per conèixer de primera mà les necessitats i prioritats  
286 del veïnat. També s'establiran canals de diàleg amb organitzacions polítiques i socials no  
287 representades al consistori, però amb qui compartim diagnòstics i horitzons de canvi, amb  
288 l'objectiu d'**explorar aliances i ampliar la base** del projecte transformador de la Crida.

289 El conjunt d'aquestes aportacions serà sistematitzat per facilitar-ne la incorporació al treball  
290 programàtic, contribuint a construir un programa que no només parli de la ciutat, sinó que  
291 neixi *també del diàleg amb aquells actors que en volen impulsar la transformació.*

### 292 **3.3. Redacció del programa i articulació interna del coneixement** 293 **polític**

294 Un cop finalitzat el procés d'interlocució amb la ciutat, s'iniciarà la **fase de redacció del**  
295 **programa** electoral, orientada a ordenar i transformar el conjunt d'aportacions en un  
296 document coherent, viable i capaç d'expressar amb claredat el projecte de ciutat de la Crida.

297 Aquesta etapa implicarà un treball principalment intern per garantir la solidesa política i  
298 tècnica de la proposta. Més enllà de la recollida de mesures, es tracta de construir un  
299 programa executable, ambiciós i preparat per ser desplegat des del govern municipal.

300 El procés comptarà amb la **participació activa dels espais orgànics** i institucionals de la  
301 Crida, incorporant el coneixement acumulat al llarg dels anys i l'experiència de govern. Hi  
302 prendran part les **regidores i regidors**, la **Mesa de la Crida** i **persones que han exercit**  
303 **responsabilitats institucionals en etapes anteriors** —tant de la Crida com de l'Entesa, ,  
304 CUP)— així com perfils tècnics interns (antics assessors o persones que considerem  
305 importants a l'organització) que puguin aportar expertesa en els diferents àmbits.

306 Es posarà en marxa un espai intern de redacció programàtica encarregat d'integrar les  
307 aportacions provinents de les fases anteriors, reforçar-ne la viabilitat i elaborar un primer  
308 esborrany complet del programa.

### 309 **3.4. Priorització Política**

310 Un cop elaborat el primer esborrany del programa, s'obrirà una fase de **priorització política**  
311 destinada a identificar les propostes que han de marcar el rumb del proper mandat. El  
312 programa no pot ser només un recull de mesures; ha de permetre explicar amb claredat el  
313 model de ciutat que defensem i les transformacions que considerem imprescindibles.

314 Aquesta fase haurà de permetre **ordenar les propostes** i establir-ne els diferents nivells de  
315 centralitat, garantint una direcció estratègica clara i fent el projecte més llegible per a la  
316 ciutadania. En aquest procés hauran d'emergir les **sis grans propostes de ciutat**,  
317 **vinculades als eixos polítics de la Crida**, que actuaran com a columna vertebradora del  
318 projecte electoral i reflectiran amb nitidesa la direcció de canvi que proposem per als  
319 propers anys.

320 Alhora, el programa incorporarà **propostes específiques de barri** que permetin aterrar el  
321 projecte de ciutat a la realitat quotidiana del veïnat, assegurant una mirada territorial  
322 equilibrada i atenta a les diverses necessitats socials i urbanes. Per reforçar la credibilitat  
323 del conjunt, aquestes mesures es desenvoluparan amb el suport de dades, diagnòstics  
324 rigorosos i evidències contrastables que en justifiquin la viabilitat i l'impacte.

325 Aquest treball implicarà un debat polític intern per valorar l'impacte de les diferents  
326 iniciatives, definir les grans apostes de ciutat, integrar la dimensió territorial i jerarquitzar el  
327 conjunt de propostes per construir un programa clar, coherent i recognoscible. L'objectiu és  
328 consolidar una **proposta políticament ambiciosa**, tècnicament solvent i preparada per  
329 esdevenir una veritable alternativa de govern

### 330 **3.5. Assemblea d'aprovació**

331 Un cop finalitzat el procés de prioritització i definides les grans apostes de ciutat, s'obrirà la  
332 fase de **validació col·lectiva** amb l'objectiu de reforçar la legitimitat política i organitzativa  
333 del programa electoral. La seva aprovació per part de l'assemblea ha de representar no  
334 només el tancament del procés d'elaboració, sinó també l'inici d'una nova etapa marcada  
335 per l'activació política del projecte i la seva projecció pública davant la ciutadania.

336 Aquesta fase ha de permetre consolidar un programa compartit per tota l'organització i  
337 preparar la Crida per afrontar el cicle electoral amb una proposta sòlida i àmpliament  
338 treballada. En aquest marc, s'incorporaran les darreres aportacions per culminar la redacció  
339 del document final i es **desplegarà una estratègia comunicativa** que faciliti la seva difusió  
340 i impacte.

341 La Secretaria de Comunicació tindrà un paper central en aquest procés, adaptant el  
342 contingut a formats que en facilitin la comprensió, elaborant materials de síntesi que posin  
343 en valor les sis grans apostes de ciutat i garantint que el projecte sigui accessible,  
344 recognoscible i capaç d'interpel·lar el conjunt de la ciutadania. La **presentació pública** del  
345 programa haurà de situar-lo com l'expressió del projecte polític de la Crida per Sabadell i  
346 com la carta de presentació del nostre compromís amb el futur de la ciutat.

## 347 **4. Campanya electoral**

348 Tot i que és evident que en aquesta assemblea no es tancaran tots els detalls de la futura  
349 campanya electoral, la Mesa de la Crida i la Secretaria de Comunicació volen tenir unes  
350 **línies mestres** concretades per tal de poder-les desenvolupar a la propera assemblea de la  
351 Crida.

### 352 **4.1. Estratègia comunicativa**

353 La comissió de comunicació no pot concebre la campanya electoral deslligada del programa  
354 polític amb el que ens presentem. També considera que cal aprofitar l'impuls que ens dóna  
355 l'acció política diària, i per tant, la campanya no pot estar desvinculada de la nostra acció a  
356 l'oposició en l'actual legislatura així com la manera que hem trobat d'endreçar-la, la nostra  
357 precampanya.

358 En coherència en això, la proposta comunicativa de campanya parteix de **mantenir la**  
359 **divisió temàtica de la precampanya en quatre eixos**, vinculant la nostra acció política  
360 amb la campanya. Fem política sempre, cada dia, només en campanya.

361 Seguint la línia de la proposta de programa caldrà centrar la campanya electoral en reforçar  
362 les **sis propostes de ciutat** que volem destacar del nostre programa electoral. Aquestes  
363 seran les que més es publicitaran i les que caldrà que estiguin desenvolupades un nivell de  
364 detall elevat per tal de poder-les comunicar amb profunditat.

365 L'altre element important a encaixar són les **propostes de cada barri**. Entenen que n'hi  
366 haurà més dels barris on tenim millor implantació i resultats.

### 367 **4.2. Accions de campanya**

368 Pel que fa a la realització concreta de la campanya aquest document no pretén promoure un  
369 model diferent al que ha anat fent la Crida fins ara, basat en el **múscul militant i la**  
370 **visualització al carrer**, xarxes i llars de totes les maneres que sigui possible. Es vol aprovar  
371 unes línies mestres en aquesta assemblea, que haurien de ser ampliades de cara la  
372 propera assemblea.

373 En primer lloc, entenem que caldrà desplegar les accions més típiques de **propaganda al**  
374 **carrer**, això significa penjar cartelleria i pancartes, repartiment de paperetes i paradetes, fer  
375 visites a comerços... Com a elements novedosos, i si hi ha la força militant per fer-ho es  
376 proposa fer **porta a porta** organitzat des del comitè de campanya. Per altra banda, i en  
377 imitació al que va fer la Crida, especialment en la seva primera campanya electoral, podem

378 reforçar tot això **accions reivindicatives i cridaneres** que es puguin fer aquells dies de  
379 campanya.

380 L'altre element fonamental de qualsevol campanya electoral són els seus **actes**. Per això, i  
381 queda pendent de concretar-ho a la propera assemblea, es proposen diferents actes. En  
382 primer lloc caldrà començar per un **acte d'inici de campanya potent**, cosa que ha  
383 caracteritzat els diferents inicis de campanya de la Crida fins ara. Mantenint el model d'anys  
384 anteriors es proposa un **acte central de campanya** així com **un de tancament**. A més a  
385 més, es proposa la realització d'un acte de precampanya, amb format polític i concerts que  
386 ens pugui ajudar a la nostra presència amb el públic més jove.

387 En relació al plantejament general de la campanya, es proposa que es faci també un **acte**  
388 **específic per a cada proposta de ciutat** que faci la crida i també un **acte de barri** almenys  
389 per aquells barris on hi hagi hagut un desenvolupament major de les propostes concretes.

390 Pel que fa al material de campanya no es proposa cap innovació radical. A part d'octavetes,  
391 cartells i pancartes, es vol fer un èmfasi en publicar una **revista** per enviar a les cases i fer  
392 un esforç perquè hi hagi **marxantatge** de qualitat i cridaner.

### 393 **4.3. Comitè de campanya**

#### 394 **4.3.1. Definir objectius i funcions**

395 Per evitar els embolics organitzatius que ha pogut provocar en altres ocasions l'existència  
396 d'un comitè de campanya a la vegada que existeixen els altres òrgans normals de la Crida  
397 (especialment en quina posició queden les funcions de la mesa), es vol deixar clar amb  
398 anterioritat que el **Comitè de Campanya és un òrgan d'organització de la campanya**  
399 **electoral i que és l'obligació de la Mesa de la Crida dinamitzar-lo**. En aquest sentit, el  
400 Comitè de Campanya és més una assemblea oberta de militants implicats en la campanya.  
401 Mentre duri la campanya **la Mesa haurà de seguir exercint de direcció de l'organització**  
402 tot i que pot veure ampliats els seus membres amb militants responsables de comissions del  
403 Comitè si es veu necessari per a un correcte funcionament.

404 Totes les secretaries de la Crida hauran de treballar en pro del bon funcionament del  
405 comitè, centrant-se en l'àmbit específic del que estan encarregades.

406 **4.3.2. Organització del comitè**

407 Tot i que no és la voluntat d'aquest document definir totalment una estructura rígida que no  
408 ens permeti funcionar amb comoditat, la comissió de comunicació considera important llistar  
409 quins poden ser els grups de treball o **comissions imprescindibles** per al bon  
410 funcionament del futur comitè de campanya. Un responsable de cadascuna hauria de poder  
411 incorporar-se a la Mesa durant la campanya (si és que no n'és membre). Aquest òrgan: la  
412 mesa ampliada amb responsables de les comissions de campanya i les 6 primeres  
413 persones de la llista prendrà el nom de **Coordinació de Comitè**.

414 **Agitació**

415 Comissió encarregada de la difusió de carrer, encartellades, pancartes i també accions de  
416 carrer.

417 **Actes**

418 Comissió encarregada dels actes, que haurà de subdividir-se, si s'escau, entre acte inicial,  
419 central i de tancament. També es pot valorar la gestió i coordinació més o menys  
420 externalitzada d'actes més petits per part de grups de suport, de barri o  
421 d'organitzacions/col·lectius que donin suport a la Crida. Caldrà activar amb força anterioritat  
422 el grup de feia la preparació de l'acte de concert de precampanya.

423 **Grups temàtics**

424 La centralitat de les 6 propostes de ciutat ens porten a proposar una comissió específica,  
425 que pot dividir-se al seu temps en grups de treball de cada proposta. Segurament aquests  
426 grups ja existeixin amb anterioritat, quan es treballin les propostes, però cal garantir que  
427 existeixen i tenen continuïtat durant la campanya. Serà la seva responsabilitat garantir una  
428 bona difusió i la preparació d'almenys un acte per a cada proposta (en coordinació amb la  
429 resta de comissions).

430 - Presència pública

431 Per tal de reforçar una de les apostes noves i fortes d'aquesta campanya, el porta a porta  
432 però també per tal de garantir que surten bé les paradetes i que hi ha presència constant al  
433 carrer, es proposa una comissió que s'encarregui específicament d'això.

434 **4.4. Proposta de calendari**

435 Per tal de garantir el bon funcionament de la campanya proposem aquest calendari. Podeu  
436 veure el calendari complet al final del document.

- 437 - Març: Post assemblea: primera trobada llistes
- 438 - Maig/juny: primer nucli de comitè de campanya definit i captació de gent
- 439 (precomitè).
- 440 - Setembre: primera reunió formal Comitè de Campanya
- 441 - Octubre-gener: reunions quinzenals
- 442 - Gener-Maig: reunions setmanals i/o per grups de treball o comissions
- 443 - Maig: CAMPANYA diària.

#### 444 **4.5. Lema de campanya**

445 La proposta de la comissió de comunicació és que el lema de la campanya electoral sigui el  
446 mateix que el de la precampanya: "Futur, Impuls, Ciutat". Igual que el justificavem com a  
447 lema de precampanya, creiem en la potencialitat del lema perquè presenta una Crida que té  
448 un **impuls renovat**, perquè està activa, funciona, respon als conflictes que s'esdevenen i té  
449 relació amb el seu entorn polític. Que és **l'aposta de futur** perquè és l'única formació  
450 política que pot plantejar a Sabadell una sortida política i social al capitalisme, el patriarcat,  
451 l'opressió nacional i la crisi ecològica global. I **ciutat**, perquè la Crida això ho vol fer a  
452 Sabadell, pensant des de Sabadell i per les persones que l'habiten.

453 Caldrà treballar en variables que **demanin el vot de manera explícita** ("Futur, Impuls,  
454 Ciutat. Vota Crida per Sabadell), costum que la política institucional ha tendit a descuidar  
455 però que té força en tant que es demana la implicació del votant, encara que sigui només  
456 amb el simple acte de votar.

#### 457 **4.6. Imatge**

458 La Mesa de la Crida ha afrontat, en parlar de la confecció de llistes, el debat sobre qui, què i  
459 com visualitzem pel que fa a les persones que encapçalaran la nostra llista. En primer lloc,  
460 es considera que la **visualització de les regidores** que s'ha fet durant la precampanya no  
461 es pot perdre i que cal garantir-ne una continuïtat dels regidors que repeteixen en les  
462 primeres posicions de la llista (ocupin el lloc que ocupin en concret). Es tracta d'un capital  
463 polític que no podem desapropiar, tenint en compte, a més, que han participat en moltes  
464 reunions de la mà de la secretaria d'Externes.

465 Seguint aquesta lògica la Mesa de la Crida aposta per defugir de la cartelleria i la imatgeria  
466 de foto de grup, i es proposa fer-la en base als **tres o cinc primers noms de la llista**.

467 Això no treu que es cregui que en campanya s'hagin de visualitzar només aquests perfils.  
468 De fet la consideració de la mesa és que hi ha **militants de la Crida** que visualitzen lluites  
469 concretes, zones de la ciutat concretes, diferents franges d'edat... i que aquestes han de  
470 poder tenir una part activa i important en la campanya.

#### 471 **4.7. Local de campanya**

472 La qüestió de tenir o no un local de campanya és un debat que ha acabat en diferents  
473 opcions i que la secretaria de comunicació prefereix portar a debat i votació a l'assemblea.  
474 Entenem que hi ha tres opcions diferents:

475 - No tenir local de campanya: la Crida pot tenir a disposició dos espais per a reunions i  
476 materials molt centrals: el local de l'Entesa per Sabadell i el Casal Cançapablanc.  
477 Entre aquests dos locals n'hi ha prou per guardar material i fer reunions. La  
478 presència al carrer la tindrem amb la resta d'accions de campanya plantejades. No  
479 pagar un local ens estalvia recursos que podem desviar a altres llocs (més presència  
480 al carrer, més militància alliberada...).

481 - Tenir un local de gener a juny de 2027 (campanya): A part del Casal i el local de  
482 l'Entesa, la Crida necessita un local visible en posició central, un lloc de referència  
483 per a la militància i per a la ciutat. Es prioritzarà un element de visibilitat que ens  
484 permeti reforçar la presència als carrers durant aquells mesos de campanya.

485 - Tenir un local de setembre de 2026 a juny de 2027 (precampanya + campanya):  
486 Amb arguments similars a la proposta anterior, cal començar tenir presència abans.  
487 Sobretot ens pot ajudar a posar en marxa la militància abans, ja que coincideix amb  
488 els temps que es proposen per la campanya i l'inici del comitè.

#### 489 **4.8. Militància alliberada**

490 Valorant l'estratègia i les tasques a dur a terme, portem a debat si cal o no una contractació  
491 extra, entenent que ens caldrà un cop demà especialment pel que fa a la comunicació,  
492 element central i imprescindible durant la campanya electoral. Entenem que això és  
493 independent de la possibilitat de diferents membres de la llista de tenir permís a la feina  
494 durant els dies en què dura legalment la campanya. Entenem que hi ha 4 opcions diferents:

495 a) No variar l'estructura alliberada: Comptem amb les dues treballadores del GM i la  
496 disponibilitat de regidores i candidates.

- 497 b) Ampliar la jornada de les treballadores del grup: Comptem amb les dues  
 498 treballadores del GM i la disponibilitat de regidores ampliant la jornada de les dues  
 499 treballadores o d'una d'elles.
- 500 c) Ampliar la militància lliberada: Comptem amb les dues treballadores del GM i la  
 501 disponibilitat de regidores i alliberem a una nova persona de suport a comunicació.
- 502 d) Ampliar la jornada de les treballadores del grup i alliberar una nova militant:  
 503 Comptem amb les dues treballadores del GM i la disponibilitat de regidores ampliant  
 504 la jornada de les dues treballadores o d'una d'elles i alliberem una nova persona de  
 505 suport a comunicació.

## 506 **Annex 1. Calendari**

MES	DATA	ACCIÓ	RESPONSABLE
Març	7/03/26	Assemblea	Mesa
	2a Quinzena	Activació primers noms llistes	Mesa
Abril		Trobada primers noms llistes	Mesa
	2a Quinzena	Precomitè de campanya	Mesa
Maig	2a Quinzena	Precomitè de campanya	Mesa
		Trobada primers noms llistes	Mesa
Juny		Precomitè de campanya	Mesa
		Trobada llistes	Mesa
Setembre	2a Quinzena	Comitè de campanya	Mesa
		Trobada primers noms llistes	Mesa
Octubre	1a setmana	Comitè de campanya	Coordinació Comitè
	3a setmana	Comitè de campanya	Coordinació Comitè
Novembre	1a setmana	Comitè de campanya	Coordinació Comitè

	3a setmana	Comitè de campanya	Coordinació Comitè
Desembre	1a setmana	Comitè de campanya	Coordinació Comitè
	3a setmana	Comitè de campanya	Coordinació Comitè
Gener	1a setmana	Comitè de campanya	Coordinació Comitè
	2a setmana	Comitè de campanya	Coordinació Comitè
	3a setmana	Comitè de campanya	Coordinació Comitè
	4a setmana	Comitè de campanya	Coordinació Comitè
Febrer	1a setmana	Comitè de campanya	Coordinació Comitè
	2a setmana	Comitè de campanya	Coordinació Comitè
	3a setmana	Comitè de campanya	Coordinació Comitè
	4a setmana	Comitè de campanya	Coordinació Comitè
Març	1a setmana	Comitè de campanya	Coordinació Comitè
	2a setmana	Comitè de campanya	Coordinació Comitè
	3a setmana	Comitè de campanya	Coordinació Comitè
	4a setmana	Comitè de campanya	Coordinació Comitè
Abril	1a setmana	Comitè de campanya	Coordinació Comitè
	2a setmana	Comitè de campanya	Coordinació Comitè
	16/04/27	Concert jove	Comissió concert
	3a setmana	Comitè de campanya	Coordinació Comitè
	4a setmana	Comitè de campanya	Coordinació Comitè
Maig	1a setmana	Comitè de campanya	Coordinació Comitè

	06/05/27	Inici de campanya	Comissió acte
	2a setmana	Comitè de campanya	Coordinació Comitè
	14,15 o 16/05/27	Acte central de campanya	Comissió acte
	3a setmana	Comitè de campanya	Coordinació Comitè
	21/05/27	Acte final de campanya	
	<b>23/05/27</b>	<b>ELECCIONS</b>	<b>EL POBLE</b>
	4a setmana	Comitè de campanya. 1a Valoració. Celebració tancament.	Coordinació Comitè
Juny	2a Quinzena	Comitè de campanya. 2a Valoració	Coordinació Comitè
Juliol	1a Quinzena	Assemblea General	Mesa

507