

## BALANCE DE LKI EN LAS ELECCIONES DEL 1-M

=====

El balance que se presenta no aborda la valoración de los resultados electorales del conjunto de fuerzas políticas que existen en Euskadi. Y también las repercusiones que en la situación política pueden tener. La discusión de estos temas se debe comenzar a hacer en base a las declaraciones aparecidas en el Zutik 150 y Combate 143. De todos modos, la discusión que se ha abierto con las Elecciones 1-M y con los futuros resultados de las Municipales será analizada a fondo en el próximo CC. de Mayo.

Nos parece necesario, para evitar impresionismos por los resultados obtenidos por el partido en Euskadi, realizar el balance partiendo del análisis objetivo de como hemos enfocado y realizado la campaña, para en segundo lugar, valorar los resultados electorales de L.K.I..

### I.- Balance de la orientación política

La orientación política de la campaña ha sido correcta en todo lo que se refiere a: valoración del marco en que se desarrollaban las Elecciones y previsiones de no cambios espectaculares en sus resultados; orientación general y programática (vencer a UCD, combatir los pactos y el consenso, permitir la expresión de la izquierda obrera, etc.); línea de alianzas hacia EMK-OIC; orientación de la campaña en el sentido de profundidad y reflexión dirigida a las masas que han hecho la experiencia de 20 meses de pactos y consenso.

Sin embargo, también en relación a los puntos anteriores, hemos incurrido en algunos errores menores: en primer lugar, de las tres consignas centrales que aparecían en el cartel programático y que hemos agitado a lo largo de la campaña, no quedaba claro cual era la fundamental; en segundo lugar, hemos sido poco ofensivos en la propia realización de la campaña, en nuestra denuncia del sectarismo de EMK-OIC que ha impedido que aparezca un polo real de izquierda obrera. Ello era útil en dos sentidos: para atraernos votos del sector de masas que está entre nosotros y EMK y que deseaba vernos unidos y para poder incidir, tras el 1-M tanto en ese sector como en las bases de EMK, que, como era previsible iba a obtener un mal resultado en Euskadi. En tercer lugar, hemos escoreado nuestros mítines hacia el emplazamiento a los reformistas, cuando (los resultados electorales lo reflejan en el elevado número de abstención "consciente" y en los 600.000 votos estatales que hemos conseguido los partidos de la izquierda obrera) debíamos habernos centrado más en la denuncia y, sobre todo, en diferenciarnos nosotros, dentro de la izquierda obrera y del nacionalismo radical, para captar esos votos que en ningún caso iban a ir ya a los reformistas.

El tratamiento del programa específico de Euskadi ha abordado correctamente los grandes problemas políticos de nuestro pueblo y sus soluciones, pero se ha quedado o bien corto o bien excesivamente estatista en otros. Así por ejemplo, se ha quedado muy corto en todo lo relacionado con nuestra alternativa ante la cultura y la lengua vasca (mas bien ha estado ausente de la mayoría de los casos, en nuestras charlas y mítines; e incluso ha sido un importante error que el manifiesto programa no tuviese ni siquiera un par de hojas de resumen en euskara) y ha aparecido estatista en lo referente a las soluciones a la crisis económica, donde todos los ejemplos que siempre se ponían en los mítines se referían al marco estatal y no de Euskadi.

La conclusión de lo positivo que ha sido nuestra coherencia y homogeneidad programática debe quedar fuera de toda duda. En los mítines y charlas dados por el partido se ha podido observar perfectamente esta coherencia: se podían decir las cosas mejor o peor, pero siempre se decía lo mismo y se usaban los mismos argumentos.

Cuatro cuestiones han sido deficientemente orientadas: mujer, imagen y Senado.



Ha sido un error, no haber incluido en el manifiesto programa partados específicos sobre las reivindicaciones de la mujer y la Juventud. La dilución de estos temas en nuestra propaganda central, solo se ha podido resolver en el caso mujer, con la aparición de un folleto específico, pero de ninguna forma en el caso juventud.

Aunque en el diseño de la campaña, se tuviera en cuenta la necesidad de dar un imagen feminista de nuestra candidatura, el balance general de cómo se ha logrado esto es negativo. Por determinados problemas, en la candidatura, de Alava no figuraba ninguna mujer; y no solo esto, sino que, en esta provincia, ninguna mujer ha intervenido en todos los mitines y charlas que ha dado el partido. Solo en Navarra se ha hecho un miti específico mujer, participándose en Vizcaya en otro conjunto con partidos de la izquierda obrera y nacionalistas radicales. Como se ve el balance es realmente pobre y no puede achacarse a cuestiones organizativas o de falta de medios, sino a orientación política, que es la que en definitiva orienta la distribución de nuestros escasos recursos. La razón de base es que el partido y sobre todo sus direcciones, no se han creído la importancia que tenía que la LKI apareciera como "el partido de las mujeres". Otro tanto, pero en este caso multiplicado, ha ocurrido con juventud. Una vez mas hemos dejado a la responsabilidad de IT-GKL, la intervención electoral en esa capa social. Dirigirnos a ella no entraba, en este caso ni siquiera teóricamente, como en lo relacionado con mujer, en nuestro proyecto electoral. Y no se puede aducir que no teníamos posibilidades, ya que nuestra implantación en los barrios, en los institutos y colegios (a nivel de profesores) sin nos permitían acercarnos a los centros donde se reúne la juventud.

No entramos a valorar aquí el balance que el partido puede hacer de la campaña de IT-GKL porque nos parece mas útil dar nuestra opinión en el propio balance que hagan las juventudes.

La imagen ha sido el punto mas insuficientemente orientado y tratado de nuestra campaña.

Con respecto al 15-J, en esta ocasión se ha hecho un esfuerzo real por establecer la imagen que queríamos que dieran nuestra candidaturas. Y hay que decir que ha sido un esfuerzo correctamente desarrollado, que no reivindicamos del tipo de imagen que queríamos dar. Pero este esfuerzo ha sido fundamentalmente teórico. Nos han faltado las mediaciones para que la imagen que queríamos dar haya sido la imagen que hemos dado en realidad. Porque las únicas mediaciones sobre las que existían orientaciones se referían a aspectos, importantes pero parciales, como los relacionados con la pedagogía de los mitines.

Nos ha faltado, fundamentalmente, personalizar la imagen. Nuestras candidaturas han resultado tremendamente impersonales. Con personalizar la imagen no queremos decir simplemente, que haya que sacar fotografías de nuestros candidatos en los carteles, si bien esto hay que hacerlo, tanto por que competimos electoralmente con unas técnicas usadas por otros partidos que se basan mucho en las imágenes de personas, sino porque entre nuestros candidatos tenemos muchos que personifican la imagen de izquierda obrera que queremos dar. Personalizar menos muchos que personifican la imagen implica un conjunto amplio de elementos, que va desde los carteles, a todas las formas de propaganda orales y visuales y que tienen como objetivo dar un sello propio a tu expresión externa como partido (por poner un ejemplo típico lo que también sabe hacer el EMK).

Es verdad que, aunque lo hubiéramos hecho mejor en este terreno, los resultados no hubieran sido milagrosos. Y es que el retraso que llevamos no se improvisa de la noche a la mañana. Nuestra falta de imagen actual como partido es la despreocupación tradicional que arrastramos hacia todo lo que se relaciona con la aparición pública. En definitiva, una buena ocasión, no para hacer milagros sino para rodarnos y educar al partido. Quede claro que nos estamos a la forma de la imagen y no a su contenido lo que no quiere en absoluto decir que nosotros despreciamos ese contenido (la imagen de la ORT es para nosotros nefasta, precisamente por su contenido y no por su forma), únicamente que esta no es la ocasión para hacer el balance del contenido política que viene dando la imagen de nuestro partido.



La casi nula importancia que hemos dado a nuestros candidatos al Senado ha sido un grave error. Contábamos con candidatos que como se ha demostrado, sin haber hecho el más mínimo esfuerzo por publicitarlos, han podido sacar más votos que el partido, como Andoni en Vizcaya (4.500 votos). Para un partido que contaba con los lastres de imagen que hemos señalado y que sin embargo podía personalizar esta en candidatos que son más conocidos incluso que el propio partido (Andoni Arrizabalaga, Jon Etxabe) y que desde luego iban a ser votados por una franja mayor que la que podía votar al partido, era una ocasión de oro hacer una buena campaña para el Senado centrada en estos camaradas. El ejemplo de Cataluña confirma lo que decimos. Haciendo campaña sobre Borrás (candidato al Senado por Barcelona) se han obtenido 22.000 votos para el camarada, cuando en esta provincia el Partido no ha llegado a los 5.000.--

## II.- Balance Organizativo.--

### Sobre el tipo de campaña y sus resultados.--

El diseño inicial de la campaña no se ajustaba a las posibilidades reales del partido en dos sentidos: en cuanto al activismo militante necesario para dar salida a todos los materiales que había que pegar o distribuir y en cuanto a los recursos económicos que podía dedicar el partido a la campaña. En una coyuntura en que las elecciones coincidían con las movilizaciones generalizadas de los convenios, con movilizaciones antirepresivas en muchos puntos de Euskadi, nuestra campaña electoral no podía obligarnos a agotar todos los recursos militantes en ella, abandonando o relegando una buena parte de la intervención. Y ello es lo que nos ha ocurrido, con distintos grados según las provincias (muy acusado en Alava y menos en Vizcaya), dependiendo del número de militantes, fuerza del aparato político, etc.

Se trataba de adecuar más los medios de propaganda a las posibilidades del partido y no fijarse fundamentalmente en el tipo de competencia de otros partidos a la que íbamos a estar sometidos. Se trataba, también en esta misma línea, de buscar otras formas de agitación, originales y vistosas, que no implicasen tanto esfuerzo militante (pancartas, colgajos como los de EMK, etc.). Otro tanto cabe decir de los recursos destinados. Los seis millones que nos hemos gastado a nivel estatal puede no parecer un alto presupuesto si se compara con lo que se han gastado otros partidos de la izquierda obrera, pero si lo es para un partido como el nuestro que tiene un descubierto en COMBATE de un millón de pesetas y que va a verse obligado a pasarlo a quincenal, si esto no se remedia.

En los medios de propaganda empleados ha habido indudables errores. El cartel programático era ineficaz desde el punto de vista propagandístico por su total falta de impacto; el de petición de voto, teniendo más impacto, era, sin embargo, muy feo; no había razón alguna para haber sacado dos carteles distintos, uno programático y otro de



petición de voto, puesto que ambos se podían haber fusionado en uno solo; los carteles de mítines tenían el mismo problema que el programático; el manifiesto-programa era poco llamativo y estaba deficientemente montado.

La orientación sobre el tipo de mítines a dar, cómo repartirlos a lo largo de los distintos pueblos de la provincia, etc. ha sido muy deshomogeneos en los cuatro territorios de Euskadi. En general, en todos ellos comparados con el 15-J y con otras provincia como Madrid, Barcelona, el número de mítines y charlas ha sido pequeño (Vizcaya 27, Guipuzcoa 26, Navarra 24 y Alava, bastantes menos). Ha habido provincias que, como Alava, se han concentrado fundamentalmente en Vitoria y en dos o tres pueblos de la provincia. Otras como Navarra, han hecho una campaña muy extensa en cuanto a llegar a muchos pueblos de la provincia, concentrándose muy poco en los barrios de Pamplona. Aquí no podemos abordar la orientación que se ha seguido en cada provincia, ni su efectividad, ni su corrección. Los balances provinciales han de ocuparse a fondo de estas cuestiones, muy importantes para futuras campañas electorales.

Ha faltado un diseño de fases para repartir la actividad del partido a lo largo de los 21 días de campaña. Por ello fundamentalmente, y por el desorden en que han llegado los medios de propaganda, el trabajo del partido ha sido muy desordenado y poco imaginativo y eficaz. Todo el trabajo se ha centrado como el 15-J en pegar carteles.

El diseño de la campaña que se necesitaba y que -en algún modo se explicó en parte - central y nacional, consistía en distribuir los 21 días en distintas actividades la pegada de carteles era una de estas actividades pero no la única. Además, debía ser concentrada en espacios cortos de tiempo, con pegadas masivas, lo que permitía, mayor endinamiento (al verso mas) y menos disfuncionamiento de las estructuras del partido. En este diseño debía entrar, cosa que solo avanzada la campaña fue contemplada por la dirección central, días específicos dedicados a dirigirse a la mujer, juventud, mov obrero, con mítines y actividades específicas.

Los errores y deficiencias señalados, que han configurado una campaña bastante vulgar y poco imaginativa y personal, no han impedido, sin embargo, que el resultado objetivo de la misma, comparado con el de otros partidos a nuestro nivel sea aceptable. A nuestros actos han acudido tanta o más gente que a los de EMK, por ejemplo - excepto en Guipuzcoa-. Hemos reunido cifras importantes de asistencia: 5.500 en Vizcaya, 2.000 en Guipuzcoa y más de 1.000 en Navarra y en Alava. Nuestra propaganda ha sido mucha, si bien los carteles no se han visto demasiado por lo que antes hemos comentado. La entrega del partido ha sido muy importante. En definitiva, no creemos que la campaña, haya desmoralizado al partido.



### Sobre las estructuras y el funcionamiento

Se ha demostrado como positivo el tipo de comisiones de campaña que se han montado y que agrupaban todas las tareas específicas de la campaña (organización de actos, oficina de prensa, finanzas, comités de apoyo). La necesaria separación de estas comisiones de la dirección del partido ha hecho posible que no toda la dirección se disuelva en la campaña. Sin embargo ha habido tres tipos de problemas: Uno, la falta de importancia o inexistencia (como en el caso de la dirección nacional) del responsable de comités de apoyo, que ha impedido cambiar el rumbo al desastroso balance que hoy tenemos que hacer de los mismos. Dos, la falta de relación entre la comisión nacional y las provinciales en todo lo que ha sido planificación y control político de la campaña. La relación, que sin duda ha resultado muy efectiva, se ha ceñido fundamentalmente al tema del presupuesto. Tres, la escasa discusión política en los órganos de dirección sobre el desarrollo que estaba teniendo la campaña. Cuando esta discusión se hacía, estaba constreñida, la mayoría de las veces, a problemas de presupuesto y organizativos. De este modo, se ha producido una excesiva separación entre la dirección política regular del partido y la comisión de la campaña, separación que ha podido tener problemas.

El funcionamiento del partido ha vivido la misma experiencia que el 15 de J., es decir, la disolución de las estructuras regulares de base. Ello ha creado problemas para dirigir la intervención, agravados por la coyuntura de convenios que estábamos viviendo (caso UGT de Vitoria, ANV, etc.). Ha habido lugares donde la célula se ha fusionado con los comités de apoyo y han trasladado todos los debates y polémicas internas, de forma innecesaria a aquellos, produciendo desmoralización a los compañeros que se nos acercaban a los comités de apoyo.

Una vez más y continuando con una dinámica que es tradicional en nuestro partido, no se ha conseguido que trabaje el conjunto de la militancia. Nos cuesta explicar las causas, que sin duda serán varias. Los CPs deben prestar mucha atención a este punto de balance, no ya solo por la pérdida de eficacia que supone que sólo una parte del partido sea activa en ocasiones como las batallas electorales, sino por las tensiones internas que puede crear entre militantes que trabajan con los que no trabajan. Entre las razones, además de la ya aludida dinámica que existe en el partido, pueden encontrarse: falta de comprensión sobre la importancia de la campaña o el papel concreto que cada camarada debe jugar en la misma, desmoralización por la propaganda editada, desorganización del trabajo.

+ El balance de los comités de apoyo, a nivel general, ha sido un rotundo fracaso. No tenemos datos suficientes de aquellos lugares donde estos han funcionado (Mondragón) que nos permitan una valoración exhaustiva, por comparación, con el resto de lugares. Esta valoración debe ser inmediata abordada por las direcciones locales y provinciales y así poder ser también abordada a nivel nacional.

La orientación del partido sobre los comités de apoyo era inequívoca. La importancia para conseguir el objetivo de hacer crecer el partido estaba fuera de duda. ¿Que ha ocurrido entonces?. En primer lugar, un problema objetivo: la forma en que aparece la convocatoria electoral, de la noche a la mañana, impedía una precampaña eficaz y situaba el montaje de los comités de apoyo contra el reloj. En esas circunstancias, no se insistió suficiente por parte de la dirección, que se trataba de montarlos ligados también a las municipales y que por tanto aún teníamos mucho tiempo. En segundo lugar, la falta de conciencia, nacida de la discusión, de los comités de apoyo, que son vitales para rentabilizar la construcción del partido en confrontaciones electorales. Las direcciones y las células han optado por el camino más fácil en la realización de la campaña, por el esfuerzo físico de pegar carteles, etc. y no por el de captación de nuevos compañeros. El hecho de que no hayan funcionado responsables de los comités de apoyo en las DP's y DN's es significativo de la nula prioridad que se ha dado, en la práctica, a esta tarea. Y otro hecho, el ¡Zutik! instrumento inmejorable para servir de altavoz de la vida de los comités de apoyo no han sido capaz de sacar más que dos artículos generales, explicando como se montan y que hacen los comités de apoyo.

En conclusión, el fracaso de los comités de apoyo no hay que buscarlo en la falta de orientación (la misma orientación han tenido los camaradas de Mondragón que los de Vitoria), sino en la incapacidad de las distintas direcciones (empezando por la nacional) para llevar a la práctica -



las prioridades políticas que marcamos en nuestras orientaciones..

### III.- Valoración de los resultados electorales del partido

Los resultados obtenidos por LKI son deficientes en Alava (610), Guipuzcoa (1.900) y Vizcaya (3.500) y aceptables en Navarra (más de 1.700 contando los de LC que desistió a favor nuestro y obtuvo, a pesar de todo, más de 600 votos). En Navarra, el resultado es, comparando con otros -- partidos de la izquierda obrera muy aceptable. UNAI y ORT, que obtuvieron 40.000 votos el 15 de Junio, han pasado el 1-M a 13.000 (ORT, 10.000 y EMK-OIC, 3.000). Además, hemos superado en más de 600 votos a los resultados del FUT.

¿Cuales son las causas de los resultados obtenidos? Aquí, como decíamos en la introducción de este balance, debemos vacunarnos especialmente contra cualquier tipo de impresionismo o falsas comparaciones con intuiciones, ya optimistas, ya pesimistas, que podíamos habernos hecho acerca de los resultados esperables. Lo que más nos debe preocupar es ponernos de acuerdo en las causas que explican nuestros resultados. Estas causas son, en el orden que citamos las siguientes: A) Nuestro propio espacio electoral, que es menor que nuestro espacio de influencia política. No es ninguna justificación sino una constatación real. Una cosa es el partido que aspiramos a ser y otra es el que hoy somos. En Euskadi, estas Elecciones han revelado que nuestro espacio electoral (el de toda la izquierda obrera), está muy constreñido entre el reformismo y el nacionalismo radical. No hemos sido capaces de disputar al nacionalismo radical ni un ápice de su espacio y lo que hemos conquistado al reformismo ha sido una mínima parte de los que se ha llevado la abstención obrera "consciente" B) el deficiente trabajo que viene realizando el partido en el movimiento de masas (sobre todo los sindicatos) y en cuanto su aparición central. Un partido como el nuestro, gana muy pocos votos nuevos en el propio -- curso de las elecciones. La inmensa mayoría de ellos los arrastra de su intervención entre las masas y de su aparición como partido. Y esos son nuestros dos puntos flacos. Tenemos una gran implantación obrera, líderes reconocidos, pero todo eso, hasta ahora no lo estamos sabiendo capitalizar políticamente para el partido. Y que no decir de la aparición central. Es en momentos como estos cuando se ve más claro la utilidad de la aparición pública, de cultivar la imagen día a día (¿como se puede entender que la ORT nos halla doblado en Alava, por ejemplo, sino porque están capitalizando una imagen estatal que han venido trabajando desde hace años con gran ahinco?).

C) el tipo de campaña desarrollada. Lo ponemos en último lugar porque es el lugar que le corresponde. El balance objetivo que hemos hecho en páginas anteriores es la mejor muestra de que no hay ninguna intención, por nuestra parte, de escamotear errores. Pero tampoco de hacerse falsas ilusiones sobre lo que hubiera podido ser con otra campaña distinta, que, por supuesto tenemos que aprender a hacer.



#### IV.- HACIA ADELANTE.-

+ Es urgente hacer un buen balance que llegue a toda la base del partido. Y hay que hacerlo esta misma semana, con discusiones en plenos o conferencias, para que el día 12 que comienzan las Municipales, LKI demuestre que no solo sabe hacer buenos balances en el papel, sino que sabe corregir sus errores en la práctica.

+ Tres son los temas prioritarios en los que la campaña de Municipales ha de cambiar radicalmente en relación a las Generales: la imagen, los comites de apoyo y el funcionamiento del partido.

+ Aún quedan dos recomendaciones más hacia adelante: la aparición en prensa será, desde ahora, una batalla más difícil (nuestra imagen pública se ha deteriorado por los votos obtenidos) que hay que afrontar con más vigor, sin dejarnos ganar por el desaliento de que nos saquen menos de lo que enviamos.

El enfrentamiento que se haya podido producir entre militantes ha de ser combatido con el debate del balance y con el debate del tipo de partido que queremos construir (un partido de militantes, no lo olvidemos).

SECRETARIA DEL COMITE NACIONAL (7. Marzo.79)

~~~~~