

Acta de la Cuarta Reunión del Consejo Ciudadano de Aragón

Viernes 29 de Mayo de 2015 de 18.00h a 22.10h

Oficina de Podemos en la Calle Predicadores 51, Zaragoza

Asistentes: Pablo Echenique, Maria Graziano, Román Sierra, Pablo Rochela, Esther Moreno, Lorién Jiménez, Itxaso Cabrera, Raúl Gay, Yolanda Sancho, José Luis Martínez, Erika Sanz, Andoni Corrales, Begoña Leza, Jorge Bielsa, Ana Marco, Violeta Barba, Miguel Aguilera, Elena Pilcher, Cristina Pemán, Ibrahima Sall, Diego Bayona, Blanca Pueyo, Fernando Val, Chabier Vicente, Aitor Mina, Marisa Almor, Andrea Marín, Amor Olomí y David Pérez. Secretarios Generales con voz pero sin voto: Julián Castellor, Maru Díaz y Héctor Vicente. También se encontraba presente como Equipo de Campaña: Gonzalo González, Marta Cambronero y Adrián Pacín.

Puntos del Orden del Día y Desarrollo:

1. Valoración de la Campaña

Toma la palabra el director de campaña Gonzalo González haciendo una reflexión sobre la idea que ha presidido la estrategia de campaña de hacer un especial hincapié en el mundo rural, esto se tradujo en una campaña y precampaña eminentemente enfocada al mundo rural y el gasto de mailing en toda la región salvo la ciudad de Zaragoza. Después procede a hacer un relato de los hitos de la campaña:

- 54 actos en campaña y precampaña, con fuerte presencia en las cabeceras de comarca. Se explica que estos actos se dividieron entre:
 - Caravana A que contaba con la presencia del candidato a la presidencia Pablo Echenique.
 - Actos simultáneos pensados desde estatal y que tenían por objeto subrayar problemáticas concretas y que se centraron en Autónomos, Bomberos

forestales, Sanidad y posiblemente el que tuvo más interés por parte de la prensa fue la presentación del programa económico.

- Mítines centrales en Huesca y Teruel, que fue suspendido y tuvo que ser sustituido por el cierre de campaña.

- Mitin central en Zaragoza fue un éxito rotundo de público y formato con más de 5.000 asistentes 2.300 lo siguieron por streaming y 500 lo siguieron desde fuera por la megafonía del auditorio. Fue de largo el mitin más multitudinario de la campaña en Aragón de todos los partidos que concurrieron a las elecciones.

- En lo que respecta a materiales la campaña fue muy austera:
 - 30.000 periódicos que se repartieron en 2 días.
 - 10.000 folletos.
 - 5.000 carteles.
- El trabajo legal de la presentación de listas.
- Formación de apoderados.
- En Redes Sociales se realizó un excelente trabajo que ha supuesto ser el partido más influyente en redes. Pasando de unos 5.000 a unos 8.000 seguidores.
- Los audiovisuales sacaron 32 vídeos con 80.000 visionados, y una media por vídeo de 3.000 visionados, 19 de ellos promocionados a través de la página de Pablo Echenique.
- Se realizaron streaming para todos los actos de campaña que obtuvieron 2.300 visitas en directo del mitin central y 1.300 del resto de actos.
- El trabajo de finanzas en la realización del presupuesto supuso un gran esfuerzo en la ejecución, negociación con estatal y el seguimiento de los microcréditos. Y podemos adelantar que se ha ejecutado el presupuesto de 140.000 euros. De ellos, los gastos principales son:
 - 65.000 euros de mailing electoral.
 - 10.000 caravana principal.
 - 6.000 mitin central.
 - 15.000 euros de contratos laborales.
- También enfatizó el impacto en los medios durante la campaña:
 - 7 directos en Espejo Público, Mañanas Cuatro y Al Rojo Vivo.
 - Presencia en Aragón Televisión tanto en Buenos Días Aragón como en el debate a 7.
 - Debate de El Objetivo.
 - La presencia de Violeta Barba en RNE y en el debate de ZTV.
 - Gran presencia diaria en El Periódico y el Herald.
 - 40 medios acreditados en el acto central de campaña.
- También contextualizó el gran esfuerzo de campaña que normalmente se planifica en 6 meses y se realizó en 1 mes y medio de preparación.
- Cerró con un agradecimiento al equipo de campaña y una autocrítica hacia las áreas que presentaron problemas durante la campaña:
 - Gestión del voluntariado, un esfuerzo en el que no se ha hecho tanto como era necesario y que presentó una diatriba entre la gestión del voluntariado y la gestión del día a día de la campaña.
 - Priorizar el medio rural, el diagnóstico fue acertado aunque los resultados deben mejorarse en el medio rural.

Turno de palabras:

- Se toma la palabra para valorar el esfuerzo del equipo de voluntarios de más de 600 personas, también enfatizó el esfuerzo en 28 talleres de formación, las mesas

de información todos los días y los 4 talleres de apoderados que se realizaron durante la campaña.

- Se expone que se habría podido sacar más partido de los 15 segundos en días alternos de Aragón Televisión. Desde el equipo de campaña se le explica que no había forma de salir fuera del plan de cobertura.
- Se felicita por la orientación política y pide un aplauso por el esfuerzo.

2. Valoración de resultados

Se comenta que el bipartidismo está herido pero aún no se ha consumado el cambio. 14 diputados es un buen resultado pero complicado en las Cortes. Colapso del sistema de partidos aragonés del 80 al 55% del voto, el PSOE gran vencedor según los medios, ha perdido 50.000 votos. Ciudadanos era un bluff mediático. No existía un cuádruple empate. En Aragón el resultado de Ciudadanos ha sido particularmente malo. En Huesca y en Teruel, Podemos es segunda fuerza 2% más que el PSOE, en Zaragoza 7 % más que el PSOE. El voto joven ha liderado el voto en Podemos. Ambos datos son especialmente importantes para las proyecciones futuras. CHA y IU, la vieja izquierda ha sufrido un gran retroceso, ambos han bajado bastante. No han desaparecido. El PAR ha aguantado mejor que ellos, 17.000 votos menos y un 2 % menos, una caída más modesta que el PP y el PSOE.

Se entra en la valoración de los resultados municipales. Resultados pobres excepto en Zaragoza. Los factores que marcan la diferencia son procesos construidos con tiempo, 10 meses de gestación en el caso de Zaragoza en Común. Los procesos rápidos han fracasado.

Además era necesaria una figura que reclame, activistas fuera de los partidos. Preocupante la falta de control del Consejo Autonómico sobre ciertas candidaturas. 2 sitios donde Podemos se ha roto en dos: Alcañiz (inscritos, no cargos internos) y el otro es Jaca (donde los cargos internos participaban en dos candidaturas). Desde el CCA se pidió la no presentación de la candidatura de Jaca Sí Puede además se ha puesto en peligro la estrategia autonómica a 3 días de las elecciones.

Se desmiente la percepción de que las candidaturas de unidad popular hayan obtenido mejores resultados. Esto ha sido la excepción y no la regla de 'Ahora Madrid'. Zaragoza en Común tiene solo 2.000 votos más que Podemos. Bastantes menos que la suma de Podemos e IU. De las 20 candidaturas de unidad popular tan solo ha funcionado mejor en Burgos y Madrid. Las Mareas Atlánticas y Barcelona no se podía comparar con resultados de autonómicas.

Otro compañero coincide en que los resultados de Podemos han sido buenos pero se preocupa sobre la situación en la que ha quedado la organización. Enfatiza que un esfuerzo conjunto habría llevado a Podemos quizás a mejores resultados. Podemos ha apoyado más a Zaragoza en Común que a otras candidaturas.

Una compañera reclama que las candidaturas ciudadanas hubieran obtenido mejores resultados si hubiera habido más apoyo desde Podemos.

Varios compañeros intercambian impresiones sobre algunos desajustes en la provincia de Huesca durante la campaña.

Un compañero cuestiona la hipótesis de que con más apoyo las candidaturas de unidad popular hubieran tenido mejores resultados. Se decidió apoyar con la intervención en los actos centrales.

Chabier Vicente presenta su dimisión.

Una compañera resalta que el resultado de Aragón Sí Puede fue muy bueno.

Otro compañero coincide en la valoración que se ha hecho de los resultados. Falta mejorar la participación de los círculos. El muestreo no ha llegado al techo electoral, apunta a 2 problemas a atajar la gobernabilidad de Aragón y apremia a una autocrítica sobre el apoyo a Zaragoza en Común que fue tardía en su criterio. Exhorta al Secretario de Organización a hacer un esfuerzo para consolidar el partido para los próximos 4 años.

Un compañero expone que el PP está mucho más horadado de lo que dejan entrever los números. CHA, IU y Podemos superan por mucho en votos al PSOE. Espacios municipalistas, las únicas que han empatado con Podemos son aquellas que tienen procesos participativos como Ejea o que han recibido el respaldo de la asamblea como en Alcañiz y Teruel. Apostar por la unidad es un fetiche. Pero se han penalizado las marcas blancas y la desunión. Sobre Podemos Aragón subraya que son los mejores resultados de toda España, esto tiene un coste. Respecto a la organización interna, vamos a incidir en mejora de la comunicación interna, la participación y la formación y esos son los pilares de una buena organización. El borrador de organización será un documento de aprendizaje colectivo.

3. Escenarios post electorales

Se expone la presión mediática en busca de información y la intoxicación de otras fuerzas. La primera rueda de prensa intentó enmarcar los resultados para realzar el empate técnico entre Podemos y PSOE.

También expone los puntos sobre los que pide opinión al consejo:

- La negociación social y la consulta a los círculos.
- Sobre una hipotética consulta a la asamblea ciudadana.
- La creación de un equipo de negociaciones un grupo reducido, paritario, cierta experiencia en Cortes, experiencia en negociaciones, y la presencia de la mesa. La propuesta es Esther Moreno, Gonzalo González, Begoña Leza y Pablo Rochela.
- Transparencia de cara a la organización y a los medios.
- La situación es completamente diferente a Andalucía.
- Todo se a de medir de cara a las elecciones generales.

Se pide que no se debe de perder de vista el relato. Reunión de Secretarios Generales y bilateral con Pablo Iglesias y explica que hay gran sincronización con la estrategia estatal. De momento en Aragón está todo abierto.

Se resalta la importancia que se nos vea hablar de la despoblación, del mundo rural, y que la gente de los pueblos vea que son espacio tenido en cuenta. No vale un plan de desarrollo rural, es mejor llevar propuestas concretas. Y otro tema, las negociaciones del PSOE con el PAR que ya se están teniendo en las diputaciones provinciales y comarcas. Puede ser un buen motivo para determinar y mediar en las negociaciones, en Teruel no se puede permitir este mantenimiento de la red clientelar.

Un compañero propone respecto a la creación del relato como forma de crear ganadores y perdedores. Y como se construye es complejo. Podemos aprender de Ahora Madrid por ejemplo como aumentar la participación como fórmula para conseguir hegemonía y construcción de relato de abajo-arriba. 3 propuestas:

- Todo el proceso debe ser participado por ello propone un portal de transparencia de la negociación y usarlo para construir este relato al modo de Storify.
- Publicar actas, vídeos de las negociaciones, artículos de opinión. Es creación de un relato por redes alternativo al de la prensa. Hacer un segundo círculo al equipo de negociación que sea una inteligencia colectiva del grupo de argumentario de la campaña, que se encargue de crear esa web.

Un compañero pide cautela al hacer públicas las conversaciones porque es muy complicado. Si tenemos la prensa, focalizar que vamos a evitar que gane el PP por encima de todo, segundo queremos gobernar pero con nuestro programa, si quieren nuestro programa entonces gobernaremos. Tercero vamos a elegir medidas de sentido común. Y cuarto, que queremos puestos pero para la vigilancia de lo que están haciendo.

Otro compañero comenta con la idea de los vigilantes que es central en su opinión. Se alegra de que no entremos en el abrazo del oso con la coalición del PSOE.

Se expone que las líneas rojas vienen con el cambio de modelo productivo, lucha contra la despoblación, lucha contra la corrupción y rescate ciudadano. Y pedirles cuatro cosas son pocas y tenemos más fuerza de negociación que en Andalucía.

Se da por concluida la reunión siendo las 22:10h.