



Nahuel Moreno

Una campaña
electoral
socialista
revolucionaria

Nahuel Moreno

Una campaña electoral socialista revolucionaria

Diciembre 1972–Enero 1973

Material de archivo

Diseño de tapa, interior y notas: Daniel Iglesias

www.nahuelmoreno.org

www.uit-ci.org

www.izquierdasocialista.org.ar

Copyright by *CEHUS*, Centro de Estudios Humanos y Sociales

Buenos Aires, 2020

cehus2014@gmail.com



Índice

Prefacio	1
----------------	---

Una campaña electoral socialista revolucionaria

1. Nuestra campaña electoral	2
I. ¿Para qué interviene un partido revolucionario en una campaña electoral?	2
II. La perspectiva nacional y las elecciones	3
III. Utilizar las elecciones para explicar la necesidad de un argentinazo	4
IV. La campaña electoral y la lucha por buenos convenios, por el triunfo de los conflictos obreros	6
V. La estrategia electoral de formación del polo obrero y socialista	6
VI. La plataforma electoral	8
VII. La campaña electoral	9
VIII. Los objetivos organizativos: Formemos decenas y decenas de comités obreros, juveniles y socialistas en favor de nuestras listas	11
2. Hagamos una campaña socialista revolucionaria	12
¿Cómo preparar la campaña electoral?	13
La organización de la zona y el partido	16
Aprendamos a dialogar y trabajar con nuestra clase	17
Cuidemos el lenguaje y aprendamos a escuchar	19
El ama de casa proletaria	20
El obrero de base	21
El candidato del partido	21
El activista sindical	22
El joven obrero o estudiante	23
La campaña electoral	23
El eje de nuestra actividad durante la lucha por los convenios	24
La campaña electoral y los conflictos obreros	25
Bloqueemos las fábricas	25
Los actos	26
Los otros medios	27

Los organismos que deberemos crear para desarrollar la campaña	27
a) El Frente Obrero	28
b) El Frente Socialista	29
c) Los otros frentes	30
Una vez más: fortalezcamos al partido.....	30

Prefacio

Este importante documento fue aprobado por el congreso del PST en diciembre de 1972, e inmediatamente publicado como un folleto. Lo escribió Nahuel Moreno, con la firma de “Miguel”. Era la primera vez que la corriente morenista encaraba una campaña electoral nacional de esa envergadura, ya que se había obtenido la legalidad en el orden nacional y numerosas provincias. Con la táctica del frente obrero se impulsaban las candidaturas de importantes dirigentes obreros, aun cuando no fuesen miembros del PST, pero que estuvieran dispuestos a impulsar su política de independencia de clase.

El primer capítulo armaba a la militancia con las razones básicas y los objetivos de la participación de los revolucionarios en las elecciones, que se sintetizaban en el fortalecimiento del partido. Se daba la ubicación de la situación nacional en que se desarrollarían los comicios de marzo de 1973, y dentro de ella la táctica del polo obrero y socialista que levantaba el PST.

Se insistía mucho en la importancia de la planificación de las actividades, en las fábricas y demás lugares de trabajo y estudio, y en los barrios obreros y populares. También en los distintos diálogos con los trabajadores, las amas de casa, los estudiantes.

Finaliza con una plataforma con las propuestas centrales que divulgarían los candidatos en la agitación electoral.

Se publica por primera vez desde 1973. Todas las notas son del editor.

Los editores

Diciembre 2020`

Una campaña electoral socialista revolucionaria

Miguel [Nahuel Moreno], 17/12/1972

1. Nuestra campaña electoral

Nuestro partido se apresta a intervenir en las elecciones. Durante el año que termina nuestra principal campaña política ha sido ponernos en condiciones legales para intervenir en ellas. Todos los compañeros saben mejor aún que la dirección, los sacrificios que hemos tenido que hacer para poder intervenir en las elecciones y tener un partido legalmente reconocido. Ha llegado el momento de utilizar esa formidable herramienta política: el partido legal, para educar a la clase obrera y organizar la vanguardia obrera y estudiantil en el plano político. Este documento tiene el objeto de precisar bien el carácter de nuestra campaña electoral.

I. ¿Para qué interviene un partido revolucionario en una campaña electoral?

Esa gran revolucionaria que fue Rosa Luxemburgo definió hace muchos años las razones de la intervención de los revolucionarios en las elecciones: “El verdadero propósito (de nuestra intervención) en las elecciones parlamentarias (Reichstag) es posibilitarnos la extensión de la educación socialista [...]” En otra de sus obras insiste en que tanto la actividad parlamentaria como sindical son muy importantes para convencer a los obreros de que por sí solas no sirven: “[...] como resultado de sus luchas parlamentarias y sindicales el proletariado llega a convencerse de la imposibilidad de realizar un cambio social fundamental a través de tales actividades, y llega a comprender que la conquista del poder es inexcusable.”¹ Y una vez más insiste: “[...] la actividad parlamentaria y de los sindicatos son importantes para el movimiento socialista porque tales actividades preparan al proletariado, es decir, crean el factor subjetivo de la transformación socialista, de la tarea de la realización del socialismo.”²

Que éste no es un mero concepto luxemburguiano lo demuestra Lenin cuando insiste en lo mismo: “Para la socialdemocracia, que considera ante todo las elecciones como un medio de educación política del pueblo, el problema principal es, claro está, el del contenido ideológico y político de toda la propaganda y toda la agitación vinculadas a las elecciones.”³ Y Trotsky para una situación bastante parecida a la que atravesamos actualmente en nuestro país, para los comienzos de la década de 1930 en España, insistía: “Los comunistas tienen necesidad de la tribuna de las Cortes para ponerse en

1 Rosa Luxemburgo, *Reforma o Revolución*, 1908, Capítulo IV Capitalismo y el estado. <https://www.marxists.org/espanol/luxem/1900/reform-revol.htm>.

2 Ibidem.

3 V.I. Lenin, “La campaña electoral y la plataforma electoral”, *Obras Completas*, Tomo 17, (diciembre 1910–marzo 1912), Akal Editor, Madrid, 1977, p. 286.

relación con las masas. De allí vendrá una acción que superará la de las Cortes. En este punto se revela justamente la acción de la dialéctica revolucionaria con respecto al parlamentarismo.”⁴

La propaganda de un partido revolucionario para las elecciones tiene tres objetivos que se sintetizan en uno solo: *desarrollar y fortificar al partido*.

El *primer objetivo* es desenmascarar y denunciar al régimen. En este caso el régimen semicolonial y capitalista que oprime al país y explota a los trabajadores. El *segundo objetivo* es demostrarle a la clase obrera que la solución de sus problemas viene de sus movilizaciones y no de la posible actividad parlamentaria o electoral. Debemos demostrar la falsedad de la democracia burguesa y cómo solo la actividad y unidad de los explotados podrá liberar a los trabajadores. El *tercer objetivo* es demostrar la necesidad de la revolución obrera y socialista, cómo la clase obrera debe tomar el poder como única forma de superar la crisis del país y de los trabajadores.

Estos tres objetivos se sintetizan en uno solo: las elecciones deben ser utilizadas para fortificar al partido, abriéndole un camino mucho más amplio de contacto con el movimiento de masas y con su vanguardia. Todo lo que lleve a un fortalecimiento del partido en extensión y en captación de los mejores luchadores de la clase obrera y de los sectores oprimidos es un paso adelante en el desarrollo de la revolución obrera en el país, ya que la falta de un poderoso partido socialista revolucionario es la traba más grande que tienen las masas argentinas para llegar al poder.

Este objetivo supremo, fortalecer al partido para estas elecciones, abriéndonos un canal mucho más amplio de contacto con el movimiento de masas, no debe ser olvidado por un minuto. Esto significa que nuestro objetivo principal no es obtener una gran cantidad de votos, sino educar a las masas, a la vanguardia y por ese medio fortalecer al partido. De ahí que algunas tácticas y medidas organizativas, aunque nos permitan obtener unos miles de votos más, pueden no ser adecuadas si no van en el sentido de extender y fortalecer la influencia del partido que se medirá en la ampliación de su esfera de militantes y simpatizantes, en la cantidad de periódicos vendidos, etc.

La forma de fortificar al partido pasa por una actividad contradictoria combinada, de agitación, organización y propaganda. Para educar a las masas durante la campaña electoral, el medio es la agitación, lanzar unas pocas ideas o consignas para que la entiendan los mayores sectores posibles de los trabajadores. Por ese medio popularizar al partido como herramienta organizativa, de vanguardia, de aplicación de esas consignas democráticas, anticapitalistas, antiimperialistas y revolucionarias. Pero esa actividad por sí sola no basta, ya que pasadas las elecciones se esfuma, queda como una simpatía muy generalizada, abstracta, en favor del partido. Para que esa simpatía perdure se impone que ella sea organizada durante las elecciones para continuar después, es decir, fortificar la esfera orgánica de influencia del partido. Para ello lo fundamental es ligarnos a la vanguardia de los trabajadores, principalmente la vanguardia obrera. Por eso hay que utilizar las elecciones para llegar con nuestra propaganda a esa vanguardia obrera y organizarla alrededor de ella. Nuestra posición de candidaturas obreras nos permite agrupar, organizar y llegar a la vanguardia obrera. Si nos limitáramos a hacerle propaganda a la vanguardia obrera y no a organizarla, aislaríamos a ésta de las grandes masas. Por el contrario, si la organizamos, empezando por organizarla en las listas y en la actividad electoral, podemos lograr ganarla no solo a través de la propaganda sino a través de una actividad común, en este caso la electoral. Se repite así a un nivel mucho más alto, lo que comúnmente hacemos cuando intervenimos en un conflicto obrero o democrático: al compás del conflicto intentamos agrupar a la vanguardia para que responda, en forma organizada, a los requerimientos de la lucha como un primer paso de su incorporación al partido y a una concepción marxista revolucionaria.

II. La perspectiva nacional y las elecciones

Muchos simpatizantes de la guerrilla se preguntarán: ¿cuánto durarán las libertades democráticas retaceadas? ¿Hay perspectivas de una etapa democrática burguesa más o menos prolongada? ¿No nos

4 León Trotsky, “La revolución española y los peligros que la amenazan”, 28 mayo 1931, *La revolución española (1931-39)*, El Yunque Editorial, Buenos Aires, 1973.

estaremos volviendo electoraleros y parlamentaristas al desviarnos de la preparación de la lucha armada de las masas?

Nosotros creemos que nuestro país, al igual que otros latinoamericanos, vivirá una etapa democrática burguesa tan prolongada como lo permita el equilibrio inestable entre las clases. Si ninguna puede obtener un triunfo decisivo y si la clase obrera no llega a una situación revolucionaria o próxima a ella, como en Bolivia bajo Torres o ahora en Chile, se prolongará la actual etapa. Es decir, el tiempo de duración dependerá de la situación de la lucha de clases. Esa situación puede llevarnos hacia atrás a un gobierno tipo Onganía⁵ o a la brasileña, puede mantener el equilibrio inestable como consecuencia de las direcciones burocráticas del movimiento obrero y del peronismo que se esforzarán por garantizarlo o puede evolucionar hacia una situación parecida a la de Chile o Bolivia bajo Torres. Creemos que con mucha lentitud y mediaciones ésta última tendencia es la más probable. Eso significa una lenta dinámica hacia gobiernos débiles, kerenskistas, como Allende o Torres y a situaciones insurreccionales. Para que esa probable situación futura lleve a un triunfo de la clase obrera es necesaria la existencia de un fuerte partido revolucionario, que solo se lo podrá construir si se mete de lleno en el movimiento de masas utilizando todas las posibilidades.

Plantear que la tarea más importante hoy es “prepararse para la lucha armada” es jugar con las perspectivas de otra etapa y no con la actual situación, ya que las tareas de los revolucionarios siempre surgen de la realidad presente. Sólo penetrando en el movimiento de masas en la hora presente con el programa presente podremos encarar las etapas futuras. Y la hora presente son las elecciones a las que las masas concurrirán y no boicotarán, por más que algunas sectas ultraizquierdistas así lo plantearan.

Por otra parte, plantearse el armamento de los trabajadores cuando éstos no se lo plantean, como parte del programa electoral, es tan ridículo como el planteo de los estalinistas en el tercer período, en España, que planteaban lo mismo en el año 1931. Trotsky a ese planteo de los ultraizquierdistas les respondía con estas palabras que hacemos nuestras: “Cuando se lanza la consigna del armamento del proletariado en oposición a los procesos políticos reales que arrastran vigorosamente a las masas, uno se aísla de ellas y a la vez se las aparta del empleo de las armas.”⁶

III. Utilizar las elecciones para explicar la necesidad de un argentinazo

Estas elecciones se llevan a cabo por dos razones. La primera es el ascenso del movimiento obrero y de masas en el país que ha provocado una clara situación pre revolucionaria de inestabilidad general. Los cordobazos, rosariazos y rocazos, como los conflictos obreros que se han sucedido sin solución de continuidad, llevaron a varias situaciones semi insurreccionales en el país. El peligro de que esas semi insurrecciones terminaran en una semi insurrección o insurrección general, el argentinazo, llevaron a la burguesía argentina al intento de desviar al movimiento de masas, llevándolo a una vía muerta: las elecciones, otorgándole al peronismo una libertad condicionada para presentarse a ella.

Si después de 17 años la burguesía argentina resuelve apelar a Perón y al peronismo para que la salve, es porque la situación es desesperada. Pero esta apelación al peronismo tiene dos caras: amortiguar y confundir el ascenso, una; acelerar la crisis de éste al desatar las ilusiones del movimiento de masas y facilitar así la rapidez de un nuevo ascenso, la otra.

La combinación del ascenso del movimiento de masas por un lado y la maniobra burguesa por desviarlo por otro, es la que explica las actuales libertades democráticas y las elecciones, ligadas a una legislación y medidas represivas del peor tipo.

Esta etapa pre revolucionaria se ha caracterizado y se seguirá caracterizando por un hecho: el cuestionamiento del poder burgués a través de situaciones semi insurreccionales. Para suerte de

⁵ Juan Carlos Onganía (1914–1995) fue un militar argentino, que ejerció de facto la presidencia de la Argentina entre 29 Junio 1966 al 8 Junio 1970. Llegó al poder tras derrocar al presidente electo Arturo Umberto Illia en un golpe de Estado que se autodenominó Revolución Argentina.

⁶ León Trotsky, “La revolución española y los peligros que la amenazan”, ob. cit.

la burguesía su maniobra electoral se lleva a cabo en el momento de mayor reflujo del movimiento obrero desde el Cordobazo. Pero esta momentánea baja de las luchas obreras no debe llamarnos a engaño sobre la dinámica general de la lucha de clases después de las elecciones. Por razones económicas o democráticas se producirán al corto plazo de unos meses —que puede llegar a lo sumo a dos años— nuevas grandes movilizaciones obreras y populares que cuestionarán al gobierno de turno y al orden burgués. Ya sea por problemas de salarios, o por razones de represión o de lucha contra el imperialismo, las masas trabajadoras volverán a estar en pie de lucha. Las libertades democráticas retaceadas, como la legalidad al peronismo, no harán más que facilitar estas luchas, que adquirirán una claridad meridiana.

Todo mejoramiento circunstancial de la economía burguesa, asentada en la crisis estructural de ella y en la actual situación pre revolucionaria, que tiene como elemento fundamental el hecho que las masas no han sido derrotadas, no hará más que reavivar el ascenso del movimiento obrero que sigue latente. En ese sentido el mejoramiento económico se sumará a las libertades democráticas para facilitar esa reanimación que llevará a nuevos cordobazos.

Esa es la razón por la cual nuestro objetivo fundamental al intervenir en las elecciones es educar a los trabajadores para que saquen experiencias fundamentales de su propio accionar desde el Cordobazo hasta ahora.

Varias son las conclusiones fundamentales que queremos que saquen. La primera, que la lucha comenzó por razones mínimas o democráticas. La segunda, que todas las semi insurrecciones iban de hecho contra el gobierno. Esta conclusión es más necesaria que nunca que la popularicemos porque al intervenir el peronismo en las elecciones dará alas a la ilusión de que ahora el gobierno burgués de alguna manera pertenece o dará satisfacciones a la clase obrera. Para desenmascarar esta maniobra deberemos tomar en cuenta esta ilusión haciendo que las masas exijan al peronismo que satisfaga sus necesidades más sentidas.

Esta política deberemos trasladarla a nuestro lenguaje, tanto oral como escrito, tratando de evitar un choque por nuestra forma con las ilusiones peronistas. Deberemos desenmascararlos, denunciarlos, pero sin chocar con frases insultantes, sino explicando pacientemente el rol del peronismo, del propio Perón, tomando en cuenta esas ilusiones, cuando apuntan en un sentido revolucionario para alentar acciones y medidas que desenmascaren al propio Perón.

Al mismo tiempo deberemos popularizar que todo lo que se obtuvo en cuanto a libertades democráticas se logró por la lucha de las masas en las calles y que no deberemos tener ninguna confianza en que el peronismo o el gobierno nos ampliarán esas libertades democráticas, derogando la legislación represiva y liberando a los presos políticos conexos, los guerrilleros.

Por eso las grandes consignas de nuestra campaña electoral deberán ser: ¡Por la libertad de los presos políticos y sociales conexos! ¡Por las libertades democráticas, por la derogación de todas las leyes represivas! ¡Abajo el actual gobierno militar! ¡Abajo el gobierno burgués de turno! ¡Hagamos el argentinazo para liberarnos definitivamente del imperialismo y del capitalismo!

Estas consignas tienen un objetivo obvio: hacer que los trabajadores comprendan la actual etapa de la revolución y hagan consciente la experiencia de sus luchas. La consigna en favor del argentinazo debe ser explicada de la siguiente forma: nosotros queremos una transformación pacífica de la sociedad, pero no creemos en ella ya que los explotadores nacionales y extranjeros no admitirán sin guerra civil que las masas pacíficamente les arrebatan sus privilegios. ¿Acaso España dejó por las buenas que nos independicemos de ella? ¿Acaso Onganía o la Junta de Comandantes en Jefe dio libertades democráticas retaceadas o prometió elecciones o, por el contrario, hubo que arrancárselas con los cordobazos y rosariazos?

No queremos los muertos y heridos de los cordobazos pero debemos prepararnos para ello porque serán inevitables, ya que los explotadores nos obligarán a ello.

IV. La campaña electoral y la lucha por buenos convenios, por el triunfo de los conflictos obreros

Este planteo sobre la necesidad de propagandizar el argentinazo no debe hacernos olvidar que la campaña se lleva a cabo en un momento especial para la clase obrera. Cuando se están discutiendo los nuevos convenios de trabajo. Hemos dicho que las elecciones se llevan a cabo en un momento de cierta apatía que va en camino de ser superada. Nuestra intervención en las elecciones deberá profundizar y enriquecer la actividad acostumbrada del partido y no debilitarla. Esa actividad se caracteriza por nuestra intervención en primera línea en todos los problemas y conflictos concretos que enfrentan los trabajadores. La campaña electoral no debe desviarnos de esta línea.

Deberemos darnos una línea nacional y para cada gremio frente a la discusión de los convenios. Esa línea será el eje de nuestra actividad militante en el seno de nuestra clase. La campaña electoral nos debe permitir intensificar la aplicación de esa línea. Nuestro eje de que los obreros sólo solucionarán sus problemas por su actividad y no por las elecciones, debe tener aplicación inmediata. El gran problema de la miseria, de los salarios de hambre, deberá ser encarado por el partido y por nuestras fracciones y militantes en forma inmediata, utilizando la discusión de los convenios. Debemos ser los campeones y la vanguardia en la lucha por buenos convenios que frenen el hambre.

Lo mismo que decimos de los convenios lo decimos de los conflictos obreros. Siempre nos hemos caracterizado por ligarnos y proponernos como dirección de alternativa de cuanto conflicto logramos contactar o conocer. Las elecciones deberán ampliar e intensificar esta tarea esencial del partido. Esto es decisivo justamente porque creemos que la discusión de los convenios, como la terrible carestía de la vida, comenzarán a provocar conflictos defensivos de la clase obrera, conflictos a los que deberemos ligarnos y proponernos como dirección. Las elecciones nos permiten aumentar por diez veces esta actividad que hemos hecho desde que existimos como organización. Esta actividad, más que ninguna otra, nos permitirá impactar con nuestra campaña electoral a la clase y los activistas.

V. La estrategia electoral de formación del polo obrero y socialista

Si la situación de conjunto podemos definirla como pre revolucionaria, ella se refleja de determinada forma dentro de las filas del movimiento obrero y de las organizaciones sindicales, las únicas organizaciones de masas que existen en el país. Esa refracción particular se manifiesta en el estallido de conflictos o luchas obreras y populares, dirigidas por una nueva vanguardia que no sigue al peronismo y que se opone intransigentemente a la burocracia sindical. Los cordobazos y las huelgas obreras no sólo han cuestionado al gobierno, sino a las direcciones sindicales completamente burocratizadas y enfeudadas al estado y, en forma indirecta, al peronismo. La crisis revolucionaria se manifiesta a nivel del movimiento de masas como crisis de las direcciones sindicales y políticas peronistas.

Esta crisis tiene un ritmo desigual: es odio a las direcciones sindicales burocratizadas, apoyo a las nuevas direcciones sindicales clasistas allí donde se dan luchas obreras, sin que ese odio haya llegado a tocar, políticamente, a la dirección del propio Perón. Este desarrollo desigual, la ruptura con la dirección sindical es mucho más amplia y cualitativamente más elevada que la ruptura con Perón, es la contradicción fundamental que tenemos que enfrentar los revolucionarios para superarla. El aspecto más negativo de esa contradicción se manifiesta en un hecho trágico para el movimiento obrero argentino: a pesar de las luchas que cuestionan al régimen, sigue supeditado políticamente a una corriente burguesa: el peronismo.

Nuestra estrategia de formación de un polo obrero y socialista responde a la necesidad imperiosa de superar esa contradicción, elevando a la nueva vanguardia obrera que hasta ahora ha luchado esencialmente en el plano sindical contra los sirvientes de la burguesía, la burocracia, al plano político, para combatir directamente la influencia o ideología del peronismo y de Perón.

No creemos ni por un minuto que en este momento esta lucha puede tener éxito de masas. El peso de inercia, la falta de unidad y organización de la vanguardia obrera, como la carencia de un partido revolucionario que la organice y la eleve a una actividad política de conjunto sobre el movimiento de masas, hace que a nivel de la mayoría de los trabajadores esta batalla sea imposible de ganar para estas elecciones. Pero que no la podamos ganar en este momento no significa que la batalla no deba comenzar a hacerse con toda audacia y decisión. Ella empieza por tratar de organizar y elevar a la nueva vanguardia obrera para que empiece a dar esa batalla política. De ahí que el aspecto más importante de nuestra estrategia electoral sea nuestro llamado a la vanguardia obrera para que se organice y eleve su lucha contra la burocracia del plano sindical al político, para después volver al propio plano sindical desde una actividad total, no meramente sindicalista. Por eso nuestra campaña a favor de las candidaturas obreras tiene un objetivo inmediato: organizar a la vanguardia contra las candidaturas burguesas de la burocracia sindical. Esta campaña debemos centrarla en el odio de la clase obrera a la burocracia, señalando que los obreros que la odian no pueden votar por los candidatos burgueses que les propone esa burocracia.

Ese eje esencial de nuestra campaña a favor de la independencia política del movimiento obrero, en favor de la organización política independiente de la vanguardia obrera, coincide, por otra parte, con una profunda necesidad objetiva de esa vanguardia. Limitada a la mera lucha sindical, tarde o temprano los mejores activistas quedan aislados de su base obrera después de cualquier derrota, ya que la represión gubernamental y patronal los transforma en parias. Por medio de la campaña electoral podemos lograr que esa vanguardia se organice en un plano más elevado en su lucha contra la burocracia y la patronal, el plano político, y a nivel mucho más amplio, al de la clase obrera, sin limitarse a su fábrica o gremio. Los centenares de Páez, Fote o Rodríguez que hoy día están aislados de su base como consecuencia de la represión y las derrotas parciales, podrán así organizarse a nivel nacional o provincial y tener así una nueva vía de comunicación mucho más rica con el movimiento obrero.

Esta actividad y organización fundamental se combina con otra de carácter menos importante, la unificación de la vanguardia o de viejos dirigentes que se reclaman del socialismo, lógicamente no nos referimos a los militantes de nuestro partido, sean viejos o jóvenes. El ascenso revolucionario hace que desde el movimiento estudiantil, como desde los viejos movimientos de izquierda surjan tendencias y personalidades que creen que comienzan a darse condiciones para propagar las ideas socialistas. Nosotros consideramos que estos sectores, independientemente de su pasado, cumplen un rol positivo al sumarse a la propaganda a favor del socialismo y de la independencia política del movimiento obrero. Hay que impedir que estos sectores corran por su cuenta y confundan la claridad de las salidas políticas u opciones que se le ofrecen a la clase y vanguardia obrera. Hay que hacer lo posible porque la clase y su vanguardia enfrenten opciones claras: por un lado los partidos o frentes claramente burgueses: el radicalismo y el peronismo; el frentepopulismo de izquierda — Alende, Sueldo, Sandler— apoyado por el Partido Comunista, que están en contra de una Argentina inmediatamente obrera y socialista, que se pierde por los vericuetos de la revolución por etapas y por la vía parlamentaria; y por el otro lado, la variante obrera y socialista.

Para facilitar la formación de este claro polo obrero y socialista, debemos evitar que queden fuera de él todo sector que se reclame del socialismo o por la independencia política de la clase obrera.

Esta combinación debe quedar supeditada a lo que digan los compañeros de la actual vanguardia obrera, a su nivel de comprensión de esa necesidad, ya que el objetivo principal de nuestra estrategia es organizar y promover a la actividad política a la nueva vanguardia obrera y no incorporar al frente a viejos dirigentes socialistas. Eso significa que los acuerdos con viejas figuras del socialismo reformista quedan supeditados, como una táctica, a nuestra estrategia electoral de incorporación de la nueva vanguardia obrera al polo obrero y socialista. La discusión con esa vanguardia nos permitirá comprobar las posibilidades de esa incorporación táctica.

VI. La plataforma electoral

Como lo esencial durante la campaña electoral es la agitación, las consignas, más que la plataforma electoral, marcan la tónica de aquella. Las consignas fundamentales, de acuerdo a lo manifestado en los dos puntos anteriores, son los siguientes:

- Libertad a los presos políticos y sociales conexos.
- Por las libertades democráticas, abajo la legislación represiva.
- Abajo el gobierno militar.
- Fuera el futuro gobierno capitalista.
- Resistamos la represión imperialista y capitalista con un argentinazo que imponga un gobierno obrero y popular.
- No vote militares, ni burócratas sindicales, no vote doctores, ni tampoco patronos, vote por sus compañeros. Vote candidatos obreros.
- No vote por los candidatos patronales de Coria y Miguel.⁷

Sobre estos ejes esenciales debemos elaborar nuestra plataforma agitativa electoral, diferente de nuestra mera plataforma electoral, que es la actualización para las elecciones de nuestro programa de transición en el momento actual. Las elecciones nos permiten llegar a las grandes masas y a ellas se llega por la agitación, es decir, con unas pocas consignas, cuanto menos mejor, no peor, ya que los programas ómnibus no son comprendidos por las masas.

Sus ejes centrales deberán ser:

- a) Cuestión salarios: por un aumento del 40% inmediato y un salario mínimo de \$120.000 y a partir de allí la escala móvil de salarios aplicada por un comité obrero o con mayoría obrera, que debemos ligar a nuestra lucha por los convenios.
- b) Seguro al parado y por la nacionalización inmediata de toda fábrica o establecimiento que pare, para que siga produciendo con control obrero.
- c) Vivienda: expropiación inmediata por razones de utilidad pública de toda vivienda de veraneo para ponerla a disposición de los obreros y trabajadores sin casa. Los préstamos para construcción de casas se amortizarán con el 10% del salario o de las rentas familiares.
- d) Medicina y medicamentos nacionalizados y gratuitos para todos los habitantes del país.
- e) Igualdad entre la mujer y el hombre en el salario, las oportunidades y derechos. Guarderías infantiles las 24 horas del día totalmente gratuitas. Pensión igual a medio salario para cada hijo de madre soltera o separada.
- f) Por el control docente-estudiantil-no docente de la Universidad, con mayoría para los estudiantes.
- g) Control de las cajas de jubilados por estos mismos y no por el Estado, dándoseles autorización para expropiar establecimientos que no paguen a las cajas y nacionalizarlos con control obrero.
- h) Por la nacionalización de todos los monopolios imperialistas y nacionales. Por la nacionalización del comercio exterior con control de los trabajadores. Por el desconocimiento de la deuda externa.
- i) Inmediato reconocimiento de Cuba. Retiro de la OEA y todos los organismos internacionales que nos atan a la coyunda imperialista. Ruptura de los pactos colonizantes.

⁷ **Rogelio Coria** (1928-1973), corrupto burócrata sindical, era Secretario General de la poderosa Unión Obrera de la Construcción. Durante su conducción en el sindicato se compró 1000 hectáreas en San Bernardino, Paraguay. En julio 1973 fue asesinado por un grupo guerrillero.

Lorenzo Miguel (1927-2002) fue el Secretario General de la poderosa Unión de Obreros Metalúrgicos (UOM) desde 1970. Durante el gobierno de Isabel Perón anudó vínculos con José López Rega para dar nacimiento a la Alianza Anticomunista Argentina (Triple A), que apareció en la escena en 1973. Después del golpe contra Isabel Perón, Miguel fue puesto en prisión, pero su estrecha relación con el almirante Emilio Eduardo Massera lo protegió.

j) Apoyo diplomático y material a los pueblos que luchan contra el imperialismo, empezando por el apoyo al heroico pueblo vietnamita, infamemente agredido por el imperialismo yanqui. Exigencia de que el ejército y las fuerzas armadas yanquis se retiren inmediatamente de Vietnam, dejando así de agredir al pueblo vietnamita que debe determinar su propio destino.

k) Apoyo crítico a toda medida de independencia nacional adoptada por cualquier pueblo o gobierno latinoamericano. En el momento actual especialmente a la que adoptaron el pueblo y el gobierno chileno, sin caer en el apoyo al estado o gobierno capitalista de ese país.

l) Por un plan económico elaborado por un congreso de bases de la CGT que desarrolle la economía nacional en beneficio de los trabajadores y el país.

m) Expropiación de los latifundistas y su reparto por el Estado para llevar a cabo una nueva colonización agraria en parcelas individuales o colectivas, como quieran los futuros colonos o los actuales trabajadores de la tierra.

n) Las consignas centrales ya señaladas y la fundamental de: por una Argentina Socialista.

VII. La campaña electoral

Podemos dividir la campaña electoral en varias etapas: la primera ha sido la que ya estamos terminando, el confeccionar las listas y conseguir los candidatos; la segunda, es la campaña electoral en sí y que el partido comenzará aproximadamente a partir del 7 de enero; la tercera es el acto eleccionario; la cuarta, el balance y las perspectivas que nos deja la campaña electoral.

Respecto a la confección de listas, éstas se están realizando en base a dirigentes y activistas fabriles, sindicales o de barriadas obreras que coinciden esencialmente en un punto de nuestro programa electoral: por candidatos obreros contra los candidatos burgueses de todos los partidos. A estos candidatos se les suman los compañeros de otras tendencias de izquierda que coinciden con nuestro programa electoral. Por último, los propios candidatos del partido que aportan magníficos cuadros militantes obreros socialistas.

La tarea más importante es lograr en el mayor número de distritos la presentación de listas, apelando para ello, si es necesario, a obreros y militantes de base de izquierda, cuando no hay verdaderos dirigentes. Lo peligroso es que caigamos, en el afán de hacer las listas, en la demagogia de prometer el oro y el moro o, algo peor, que no seleccionemos a los candidatos permitiendo que se nos filtren aventureros políticos. Lo mejor para controlar este proceso es efectuar reuniones amplias de todos los candidatos posibles, como así también averiguar con todo cuidado la biografía de ellos. El partido debe hacer esfuerzos para garantizar la seriedad y disciplina de los compañeros que sean candidatos a puestos que se pueden ganar, tratando de que se elijan para esos puestos a compañeros probados en el partido o en la lucha de clases. Pero lo esencial pasa por el reconocimiento a los activistas sindicales, los auténticos dirigentes de base, del derecho que tienen de constituir comités de Frente Obrero que, democráticamente, en un acuerdo principista con el partido, podrán confeccionar las listas.

La consigna central organizativa del partido para la campaña electoral, que empieza a concretarse ahora para la confección de las listas, es la de Comités de Frente Obrero. A esos comités les ofrecemos el derecho que tienen a utilizar, sin ningún condicionamiento, nuestra legalidad para ir a elecciones, siempre que concordemos con el punto central de nuestro programa electoral: la independencia política del movimiento obrero. Esto significa que bregaremos porque a todos los niveles se constituyan comités de Frente Obrero electoral que elijan los candidatos.

El partido solamente nombrará un delegado para coordinar las actividades e intervendrá, con sus actividades sindicales, en las reuniones del frente obrero, con los mismos derechos y obligaciones que todos los otros integrantes del frente. Con un agregado, cada uno de nuestros militantes y simpatizantes actuará, con autorización del partido, en forma independiente y no en forma fraccional, para evitar que los comités del frente obrero se transformen en una colateral del partido. Preferimos

la iniciativa e independencia de esos comités, que su transformación en un apéndice partidario. Todo activista del comité debe sentirlo como suyo y no como si estuviera siendo utilizado por el partido.

Con respecto a la fórmula presidencial debemos adoptar una táctica acorde con nuestros principios, elaborándola con el Comité Nacional del Frente Obrero electoral, una vez que éste se elija. Es en base a la discusión con ese Comité que terminaremos adoptando una línea definitiva con respecto a ese delicado problema táctico. En principio, vemos las siguientes posibilidades: Fote, Páez, cualquier otro dirigente obrero cordobés por su sentido simbólico, Nora, Coral. Lo ideal sería una fórmula obrera formada por un gran dirigente cordobés y una compañera, esencialmente obrera.

Lo esencial de la campaña electoral será la que se desarrollará desde el 7 de enero hasta las elecciones. Serán dos meses de intensa actividad. Debemos distinguir cuidadosamente la campaña, del acto electoral en sí. La campaña puede ser muy buena, haber llegado con nuestra educación y organización a amplias capas, y el resultado de la votación ser adverso. Esta es la probabilidad más grande, ya que el mecanismo de las elecciones burguesas hace proclive al obrero a votar por tradición o al que consideran ganador, a no perder el voto, aunque simpaticen con nosotros. Por eso no debemos marearnos con los resultados, que creemos que con mucho entusiasmo y como un gran éxito se aproximará a lo sumo a los 100 mil votos en todo el país. Lo importante es que esos 100 mil votantes estén votando conscientemente un programa y un partido obrero revolucionario. Esto querrá decir que hemos impactado a la vanguardia, que ya comenzamos a organizarla y dirigirla políticamente.

Por eso lo esencial será la campaña electoral. Está tendrá distintos niveles. Uno será la utilización de los medios masivos de comunicación: radio, televisión y la prensa burguesa. Otro serán los actos públicos. Los volantes locales, provinciales, fabriles, gremiales, nacionales, como el periódico puesto a disposición de la propaganda electoral, formará parte de este aspecto de la campaña.

Esta deberá llevarse a cabo a un nivel de propaganda general por arriba, utilizando en lo posible los medios de comunicación masivos y otro fundamental, por abajo, de bloqueo de las fábricas y de peinadas de los barrios obreros.

La dirección nacional deberá presupuestar la campaña electoral para ver cómo se distribuyen los gastos para utilizar los medios masivos de comunicación, sin marearse por estos medios, ya que su utilización, en nuestro carácter de partido proletario, será mínimo con relación a los partidos burgueses. Una variante que combina los dos métodos será la posibilidad de hacer uno o dos films para proyectar en los actos.

A nivel de la base, que es el trabajo esencial, las zonas deberán planificar, con todo cuidado, durante la semana de vacaciones, las fábricas y barrios obreros a los que volcarán sus esfuerzos. Deberán en lo posible, antes o durante la campaña electoral, precisar el carácter de cada lugar de trabajo, para hacer una campaña audaz de actos públicos y de reparto de volantes. Debemos llegar a todos los barrios y a todas las fábricas. Para los lugares más alejados o del interior del país, debemos preparar grupos de compañeros agitadores, equipos partidarios o de frente obrero y juvenil, que con un automotor y altoparlante hagan la campaña. Hay que tener audacia para saber plantear el problema fabril o local que impacte o ligue los problemas concretos a nuestra campaña electoral general. Las direcciones zonales, ayudadas por la dirección del partido, tienen la obligación de saber plantear el problema concreto que aflige a cualquier sector de trabajadores: salarios, racionalización, burocratización sindical dentro de una fábrica o gremio; agua, atención médica, terreno, casa, alumbrado o pavimentación en los barrios; para elevar a esos trabajadores a la comprensión de nuestro programa general.

Junto con la campaña deberemos preparar una campaña financiera que nos permita ir pagando la campaña electoral por el apoyo de los trabajadores.

Ha llegado el momento que utilicemos toda la experiencia adquirida en la afiliación y en la obtención de candidatos obreros para ampliar a diez, veinte o cien veces la influencia del partido y de nuestro programa. La campaña electoral nos lo permite.

VIII. Los objetivos organizativos: Formemos decenas y decenas de comités obreros, juveniles y socialistas en favor de nuestras listas

Toda esta campaña será como escribir en el agua si no la acompañamos de un intento de cristalizar su desarrollo en formas organizativas. De ellas dos son las principales: los comités de frente obrero y juveniles.

Es justamente en este terreno donde debemos demostrar que no somos electoralistas ya que sacrificamos, si es necesario, la obtención de votos a la constitución de estos comités.

Allí donde se nos abra la posibilidad de constituir estos comités no debemos dudar un instante, por fatigoso o lento que sea, en detener nuestra campaña electoral directa, como partido, para constituir estos comités, ser sus animadores y utilizarlos como la herramienta organizativa principal de nuestra campaña electoral.

Ni bien tomemos contacto con un pequeño grupo de obreros o activistas que están de acuerdo con nosotros, en el barrio, en una fábrica o gremio, debemos volcarnos de lleno a tratar de organizarlos para que sean de ellos, con nuestro aporte, los que lleven a cabo la campaña electoral. Sobre esos lugares, y si es posible sobre otros.

Lo mismo ni bien surjan grupos de jóvenes que están de acuerdo con nuestra campaña debemos organizarlos inmediatamente para que se pongan manos a la obra, haciendo todo tipo de concesiones para que sean ellos en su sector, los que hagan la campaña.

Deberemos ser los organizadores colectivos de la vanguardia obrera y juvenil que se manifiesten de acuerdo con nuestra campaña electoral. Toda punta que se abra en este sentido debe ser explotada al máximo, ya que es nuestra principal tarea organizativa, sin perder el tiempo en tratar de extendernos solos por nuestra cuenta, atendiendo a esas puntas obreras y juveniles. La extensión deberá venir por la iniciativa y actividad de estos organismos. Para formar esos grupos deberemos aprender a no ser sectarios. Cualquier punta que se nos abra, es positiva, si va en el sentido de agrupar y organizar obreros o jóvenes de vanguardia. Hemos insinuado que estén de acuerdo con nuestro programa: debemos rectificarnos. Es suficiente que estén a favor de cualquier punto del programa. Inclusive que solo nos tengan simpatía. Lo importante es que se organicen desde dos o tres compañeros para ayudarnos en la campaña. El arte de nuestros militantes será encontrar las tareas que quieran hacer y no imponerles nuestro esquema. Por mínima que sea esta tarea es el comienzo de su funcionalidad y no agruparlos en otras formas organizativas, buenas en el papel, pero que no reflejan la realidad.

Algo parecido tenemos que hacer con los intelectuales o militantes de izquierda que concuerden con nuestra campaña. Deberemos organizarlos para que formen un comité de apoyo a la campaña electoral.

El mayor o menos éxito de esta campaña organizativa no podemos preverlo ya que depende de situaciones y estados de ánimo de la juventud y vanguardia obrera que no dominamos. Lo importante es señalar que el mayor o menor éxito de nuestra campaña se medirá en una medida fundamental, por la mayor o menos extensión de estos comités.

Toda esta campaña deberá tener un objetivo postelectoral: reunir nuevos plenarios obreros y juveniles, después de las elecciones, para sacar las conclusiones del acto electoral y una perspectiva para el futuro.

Si logramos que cada uno de esos plenarios duplique o triplique el que llevaremos a cabo el día 16, la campaña electoral será un éxito, ya que la ligazón del partido con esos cuatro mil activistas obreros y juveniles no terminará con el acto electoral, sino por el contrario, este será el comienzo de una ligazón que se volverá cada día más estrecha.

Si estos objetivos organizativos se combinan con la apertura de locales por estos comités (no por nosotros), con la triplicación de la venta de nuestro periódico durante la campaña (que se podrá reducir al doble después de la campaña electoral), podremos decir, sean los que fueren los votos que obtengamos (entre 50 y 100 mil), que hemos obtenido *un éxito colosal ya que el partido ha duplicado como mínimo su esfera de influencia gracias a la campaña electoral.*

2. Hagamos una campaña socialista revolucionaria

Es necesario que precisemos nuevamente, pero ahora en forma más concreta, para qué intervenimos en las elecciones. El objetivo es obvio: para fortalecer el Partido. No intervenimos ni para obtener votos en cantidad masiva, ni para hacer maniobras entre distintos candidatos burgueses que “nos prestigien ante la opinión pública”, ni para “hacer buen papel”. Somos el único sector revolucionario que se presenta a las elecciones y lógicamente vamos a tener todo en contra: la radio, la televisión, la prensa burguesa, y la oposición de todos los partidos burgueses. A esa serie de factores negativos se le podría oponer —en cierta medida, pero no hasta obtener el triunfo en las elecciones— la movilización y el apoyo masivo del movimiento obrero. Ese no es el caso: la clase obrera no nos va a seguir para estas elecciones ni siquiera en menor grado. Es decir, no nos apoyará ningún sector importante de los trabajadores.

La mecánica electoral empieza a virar completamente en contra nuestra. La falta de ascenso obrero se combina con el hecho de que la crisis del peronismo empieza a arrojar a la luz pública todo tipo de organizaciones y variantes electorales que crean una serie de barreras entre las distintas corrientes obreras y populares que se inclinan al socialismo y nosotros. De esas barreras la más peligrosa y contra la que más vamos a tener que combatir será la fórmula de centroizquierda, apoyada por el estalinismo: Alende-Sueldo.¹ Pero a escala provincial, posiblemente en Tucumán y otras provincias, nos encontraremos con variantes obreristas y populistas neoperonistas, con las cuales tendremos que vérnoslas. Todo esto provoca una total confusión en el electorado obrero que por más esfuerzo que hagamos seremos incapaces de superar totalmente. Nuestro pronóstico de una elección en la que obtendremos alrededor de 100.000 votos, se presenta hoy día como la variante más probable. Recordemos que el PSA cuando estaba unido, con una gran experiencia electoral y con la herencia intacta de Palacios, obtuvo menos de 180.000 votos en todo el país. A algo más de siete años, no creemos que podemos superar ese momento de esplendor electoral del viejo PSA. Esta perspectiva en cuanto a la cantidad de votos no impide que nuestra campaña pueda ser un éxito total si la encaramos como socialistas revolucionarios. Un ejemplo hipotético demostrará esta afirmación.

Supongamos que la fórmula Alende-Sueldo, con el apoyo del Partido Comunista y ahora de Matera, obtiene 1.500.000 de votos y nosotros 130.000. Esto significará posiblemente que Alende y Sueldo habrá aportado entre 600 y 700 mil votos, Matera unos 500 mil y el Partido Comunista entre

1 **Alende-Sueldo:** Fórmula presidencial de la Alianza Popular Revolucionaria, un frente de centro-izquierda formado por el Partido Intransigente, el Partido Revolucionario Cristiano, y el Partido Comunista. **Oscar Alende** (1909–1996), un médico y político del Partido Intransigente, del que fue fundador, era el candidato a presidente y para vicepresidente **Horacio Jorge Sueldo** (1923–2016), un abogado, periodista y político, miembro fundador del Partido Demócrata Cristiano, que fue diputado nacional entre 1973 y 1976.

300 y 400 mil votos. En tal caso, la relación entre el Partido Comunista y nosotros será de un voto nuestro por cada tres o cuatro del Partido Comunista. Si tomamos en cuenta el aparato financiero, en profesionales y publicaciones del PC, sumado al hecho de que es un partido de larga tradición que cuenta con una gran periferia estructurada en decenas de años, lo que significa que muchos profesionales, hombres y mujeres de la clase media y viejos obreros lo votan por tradición, tendremos que bajar la relación entre el PC y nosotros en lo que hace a la nueva generación obrera y estudiantil. Allí la relación será paritaria: uno para ellos, uno para nosotros. A lo sumo será ligeramente favorable para ellos. Eso significa que ya habremos empezado a reemplazar al PC como el partido más fuerte de la izquierda argentina.

Pero el análisis de fondo de las elecciones no puede terminar ahí. El PC ha dejado de ser por su forma y por su política un partido de lucha, revolucionario, de combate. Su estructura, su militancia, es directamente socialdemócrata. Cualquiera de los compañeros que han pertenecido al PC en los últimos años nos confirman que los militantes del partido no pagan las cotizaciones ni los periódicos que venden, que no hay ninguna disciplina y que se parece más a una sociedad de fomento que a un partido de lucha, centralizado y disciplinado. Los 100 mil votos que obtenga el PC en la juventud obrera y estudiantil serán para esa política y esa organización casi vecinal.

Nuestro partido es directamente lo opuesto: somos un Partido Revolucionario por nuestro programa y por nuestra organización, formado por militantes, altamente centralista-democrático y disciplinado. Los 70 mil o 100 mil votos que obtengamos en la juventud obrera y estudiantil serán para nuestro programa y nuestro partido. Es decir, esos votos fortalecerán al Partido revolucionario, así como los votos de Alende-Sueldo reforzarán las tendencias oportunistas político-organizativas del Partido Comunista.

¿Cómo preparar la campaña electoral?

La campaña electoral es una actividad tan diversificada, se pueden hacer tantas cosas al mismo tiempo, que existe un peligro muy grande: nos emborrachemos con esas actividades y las hagamos sin ton ni son, al boleo, sin ningún orden, según vayan apareciendo. Por eso es necesario planificar estrictamente esa campaña. Para ello es necesario que tengamos en cuenta, muy en cuenta, las siguientes necesidades:

Primero: *Hay que hacer un censo de los barrios obreros y fábricas de las zonas o distritos en que vamos a trabajar, como así también de las estaciones por donde circulen obreros y trabajadores en general; con un agregado muy importante: los centros de las ciudades son un lugar de trabajo fundamental ya que ahí se concentran los empleados estatales, de comercio y bancarios, es decir, los trabajadores de cuello blanco, que nosotros tratamos de ganar para nuestro programa. Tenemos entonces tres lugares de trabajo claramente delimitados: centro de las ciudades para pegar específicamente sobre empleados estatales, de comercio y bancarios (incluidos empleados de oficina); barrios obreros y fábricas. Un caso especial por ser época de verano es Mar del Plata y otros lugares de vacaciones. Allí hay que censar y estudiar los hoteles obreros y de clase media.*

Para hacer el censo hay que conseguir un plano de la zona que podemos comprar si se venden o pedir en la Municipalidad. Hay que ingeniárselas para tener este plano. Una vez que se lo consiga hay que ampliarlo para poder marcar con claridad los distintos barrios y fábricas existentes. Este elemento y el padrón electoral de las respectivas zonas son las dos herramientas más importantes con que vamos a encarar la campaña electoral.

Junto con esto hay que precisar, en la medida de lo posible, las características de los barrios y las fábricas. Con respecto a los barrios tendremos que saber si su carácter es esencialmente obrero, lumpen o pequeño burgués; si es obrero, de qué sector y nacionalidad. Rápidamente, en los primeros días de la campaña, tenemos que tender a comprobar cuál barrio o fábrica es la más proclive a nuestros argumentos para evitar ir a todos y tener entonces la posibilidad de concentrarnos en los lugares que nos ofrecen mayores posibilidades. Tendremos que precisar en el centro de la ciudad o en cada barrio, los siguientes elementos: ¿Tenemos candidatos?, ¿militantes?, ¿simpatizantes?, ¿contactos?

¿Son conocidos y respetados? ¿Es posible formar un comité juvenil, femenino o adulto de apoyo al frente obrero? ¿Hay amigos o familiares de candidatos, militantes, simpatizantes o contactos? ¿Hay sociedad de fomento?, ¿a quién responde? ¿es activa?, ¿está prestigiada? ¿Hay clubes? si lo hay tendremos que hacernos las mismas preguntas que sobre las sociedades de fomento. ¿Podemos lograr que un sector del club o de la sociedad de fomento, o éstas en su conjunto, se vuelquen en favor de nuestra campaña?

Con respecto a las fábricas tenemos que formularnos preguntas parecidas: ¿Cuántos obreros tiene?, ¿qué tipo de obrero: combativo, bien o mal pagos?, ¿la burocracia tiene peso o no?, ¿tiene activistas?, ¿cuál es la proporción de hombres y mujeres?, ¿adultos y jóvenes?, ¿tenemos candidatos?, ¿militantes?, ¿simpatizantes?, ¿contactos?, ¿familiares de estos?, ¿es posible hacer un comité juvenil o adulto de apoyo?, ¿hay una tendencia o una corriente de oposición sindical?, ¿hay activistas sindicales?

No debemos asustarnos si al hacer este censo descubrimos que sabemos muy poco. Lo errado sería empezar la campaña sin hacer el mapa y el censo, sin respondernos estas preguntas en la medida de lo que sabemos. La campaña nos va a permitir ir corrigiendo los informes equivocados y llenar las enormes lagunas que tengamos al principio. Lo importante es que el día que comencemos la campaña tengamos hecho el censo provisorio. La dirección del partido bajará a partir de ese día a todas las zonas y lo primero que pedirá para empezar a discutir la campaña será que le muestren el mapa y el censo.

Aquellas zonas que se consideren capaces de hacerlo deberán trabajar el mapa con pequeñas banderitas de diferentes colores para indicar los barrios, las fábricas y sus distintas características.

Segundo: Hay que hacer una adecuación del programa electoral a cada zona, barrio o fábrica. Esto es tan importante como el censo y mucho del éxito o fracaso de la campaña electoral dependerá de cómo sepamos adecuar nuestro programa a las necesidades de cada sector. Veamos algunos ejemplos.

Nuestras consignas fundamentales para la campaña electoral giran alrededor de un planteo clasista: *No votemos patronos, doctores, burócratas, votemos candidatos obreros y socialistas*. Estas consignas hay que corporizarlas, concretarlas, para que se entiendan. Si hay compañeros nuestros que son miembros de una fábrica, de un gremio, de un barrio, la campaña ya la podemos corporizar perfectamente bien, porque podemos insistir en que votar por nosotros es votar por ese o esos compañeros muy queridos y respetados en contraposición a los candidatos del peronismo o de la alianza de centroizquierda que son lo opuesto. Esa diferencia debemos establecerla claramente pero cuidándonos mucho de no caer en el insulto personal. Esta es una forma de precisar el aspecto más importante de nuestro programa: el carácter obrero y socialista de nuestros candidatos.

Esta concreción de nuestra campaña al nivel más concreto y personal será el secreto de muchos éxitos. Hay un ejemplo que lo demuestra: en el año 1952 se resolvió enfrentar a la burocracia en el gremio textil y en la Fábrica Argentina de Alpargatas. Esta burocracia era una de las más odiadas y peligrosas de todo el movimiento obrero. Descubrimos que una parte fundamental del personal era inmigrante, italiano. Nos dimos cuenta de que este sector no era tomado en cuenta en su programa por la burocracia. Nosotros levantamos la consigna de tomar en cuenta su derecho a girar parte de su sueldo a sus familiares sobre la base de una moneda estable. No nos conformamos con ello, sino que lanzamos un volante en italiano explicando nuestra posición. Se produjo el milagro: la burocracia fue derrotada en la Fábrica Argentina de Alpargatas y gracias a ello en el gremio, por 3000 votos, siendo parte fundamental de ese triunfo el voto unánime de los compañeros italianos. Esta historia se puede repetir en centenares de casos. Hay que estar atento para detectar qué necesidad puede ser respondida con una consigna nuestra o con un importante apoyo nuestro si se da alguna movilización. Tanto a nivel de cada municipalidad como de cada barrio, hay problemas muy sentidos a los que debemos dar respuesta transicional para educar a la clase obrera en la defensa de sus intereses. Lo mismo a nivel de cada fábrica. Detectar esos problemas, responder con un volante y trabajar en base a él, debe ser una actitud permanente de nuestros equipos y direcciones, tanto zonales, como gremiales o de barrios. Puede ser un problema educacional o sanitario en un barrio obrero, donde plantearemos la exigencia de una escuela o dispensario gratuitos. Puede ser un problema de seguridad, en cuyo caso podremos plantear que comisiones de vecinos garanticen democráticamente la seguridad de todos

frente a los asaltos que se suceden a diario, autorizando a esas comisiones a ser la única autoridad armada en la zona y exigiendo que se las provea del dinero que se gasta en los organismos oficiales de seguridad.

Como esa consigna, podemos plantear muchas otras que sean una aplicación concreta al barrio o a la fábrica de nuestro programa en general. Pero no debemos perder de vista que el eje de nuestra campaña y lo que tenemos que concretar es el planteo clasista: *No votar enemigos de la clase obrera, votar obreros, votar por nuestra clase*. Todo lo otro tiene como objetivo demostrar la necesidad de este voto clasista, por ejemplo, la necesidad de un dispensario o una escuela barrial debe ser planteada señalando que es imposible que los otros candidatos luchen a fondo por ese u otras consignas de transición, debido a su carácter de clase en oposición a nuestros candidatos que —por su propia ubicación en la sociedad— no tienen otra perspectiva que defender a la clase obrera.

Tercero: Medios. Una campaña electoral no se puede llevar a cabo con las manos. Es necesario saber con qué medios se cuenta. Uno de los medios más importantes es el coche. Hay que hacer un censo cuidadoso de las posibilidades de conseguir vehículos que hay en cada zona y del tiempo que se los puede utilizar. Junto con el de los coches, hay que estudiar el problema de los amplificadores para los locales y vehículos. Lo ideal sería que todos los coches disponibles cuenten con equipos amplificadores. Esto debe ser estudiado y contemplado en forma inmediata, citando a los compañeros técnicos para ver cuánto nos cuesta alrededor de 20 o 30 amplificadores o la modificación de los existentes en muchos de nuestros locales.

El local en sí mismo es un medio muy poderoso. Los locales deben estar muy prolijos y arreglados para impresionar bien a los compañeros obreros y de izquierda que concurren ahí. Todo el local debe girar alrededor de la campaña electoral. La ornamentación debe ser estudiada atentamente. Si la misma no es adecuada o la más impactante no será grave, lo muy grave será si el local está desprolijado o directamente sucio, pues en tal caso la impresión de los compañeros será deplorable.

Cada local debe disponer de un equipo para imprimir volantes de forma inmediata. De igual forma hay que aprender la técnica de hacer carteles a mano como parte de ese equipo. Se debe estar en condiciones de hacer carteles a mano muy bueno en forma estandarizada, lo que nos permitirá en cualquier momento confeccionar en forma muy barata, cien o más carteles para bloquear una fábrica o peinar un barrio.

Ni bien se lea este documento hay que salir a descubrir las pocas paredes que quedan libres para pintar grandes carteles. Hay que utilizar los frentes de las casas de los compañeros militantes o simpatizantes comprometiéndonos a volvérselos a pintar después de las elecciones. Hay que tratar de alquilar algunos frentes estratégicos, si son baratos y podemos, para hacer pintadas. Lo mismo que decimos para pintar carteles, vale para los carteles pintados en tela. Hay compañeros nuestros como los del local de Ramos Mejía que pueden pintar carteles espectaculares para que sean vistos por centenares de miles de personas, de acuerdo al lugar donde los coloquemos.

Cuarto: Finanzas. Debemos elaborar un plan de finanzas que nos permita ir pagando nuestra campaña electoral. A escala de cada zona y a nivel de todo el partido debemos elaborar un programa financiero mínimo que tome en cuenta: 1° los equipos altoparlantes, 2° los automóviles, 3° los volantes a publicarse, 4° los carteles, 5° los profesionales posibles y 6° los actos. Este plan debe hacerse sobre la base de una campaña financiera que lo pague. Junto con ello hay que darse un plan para aumentar la venta del periódico al triple como mínimo. Debemos estudiar la posibilidad de hacer suscripciones por tres meses para el periódico por un valor de \$1000. Como parte de este plan tendremos que elaborar un programa financiero de conjunto y para cada zona. Es fundamental y decisivo sentar la premisa de que en todo acto, reunión o entrevista que tenga que ver con el problema electoral nos demos la línea de recaudar dinero explicando previamente la razón de nuestros pedidos. Nuestra campaña, al contrario de los partidos burgueses, la pagaremos los obreros, los militantes y simpatizantes del partido. Debemos ser exhaustivos en la explicación de la necesidad de esa ayuda. Habrá que apelar a los simpatizantes o militantes de buena situación económica para constituir una comisión de finanzas nacional y otras zonales, para tratar de que ellas sean las que encaren el problema financiero.

La consigna es transformar las finanzas en un elemento esencial de la campaña electoral, a la vez que será una medida objetiva de nuestros avances reales en esa actividad. Insistimos la campaña financiera debe ir pagando la campaña electoral. Se nos ocurre que a escala nacional deberíamos sacar bonos de \$500, \$1000 y \$10000 para ser vendidos en todos los actos y reuniones.

La organización de la zona y el partido

La forma de organización del partido es un problema muy delicado. Si el trabajo electoral marcha muy bien, eso significará muy posiblemente que de él surja una forma de organización del partido adecuada a los logros que se hayan obtenido durante la campaña. Concretamente, que surjan muchos nuevos equipos y militantes del partido. El problema a determinar es si estamos en un período de transición político-organizativo hacia un espectacular salto del partido o si, simplemente, las elecciones nos permitirán aumentar mucho nuestra influencia pero no hasta el grado en que se produzca un cambio en la fisonomía del partido. Este pronóstico de conjunto es decisivo, fundamental, para hacer la adecuación organizativa necesaria. Si por ejemplo, no vamos a lograr con nuestra intervención electoral un cambio fundamental para el partido, lo mejor es dejar intacta la actual estructura partidaria, ampliando solamente su actividad. Si por el contrario, hay posibilidades de que se produzca un cambio total, que comience con la campaña, es conveniente empezar a esbozar ese posible cambio, sin alterar en demasía la actual estructura, solamente posibilitando que la nueva estructura surja de la vieja.

Sin aventurarnos demasiado y tomando en cuenta que la campaña todavía no ha comenzado, tenemos la impresión de que ésta significará un salto completo en la actividad, penetración, influencia, composición social y estructura partidarias. Los hechos decisivos serán la penetración a fondo en el movimiento obrero y las barriadas obreras como así también una duplicación de la militancia. La campaña por la legalidad nos ha permitido transformarnos en un partido auténticamente nacional —con lagunas importantes pero nacional—. Este fue un salto muy importante. Ahora se nos abre la perspectiva de *transformarnos en un partido proletario por su composición social*. Se trata de que, desde los centros urbanos ya ganados por el partido, penetremos en el movimiento obrero y sus barriadas. Otro aspecto: gracias a la legalidad hemos podido hacer pie, y en algunos lugares pata ancha —valga la expresión— como en San Nicolás, Viedma o Comodoro Rivadavia. Ahora se trata de utilizar la campaña electoral para hacer que el partido penetre profundamente en las fábricas y los sectores obreros de las distintas poblaciones y barrios. Mejor dicho, *de todas las poblaciones obreras del país*. Cada dirección de zona tiene que tener esa obsesión: cómo penetramos en todos los sectores de trabajadores y de izquierda existentes en su zona. Tiene dos meses preciosos para lograrlo.

Para ello, es necesario que se imponga un duro trabajo, intensivo por parte de los militantes de base y extensivo por parte de equipos especiales. Para el trabajo intensivo es conveniente seleccionar pequeños equipos partidarios a los que hay que darles todas las posibilidades y margen de iniciativa que deseen. Para ello lo principal es que pongamos en cada uno de esos equipos a un compañero, como mínimo, que tenga condiciones de cuadro medio. Estos equipos pueden ser de dos o tres compañeros siempre que estén garantizando el cuadro medio de dirección. La dirección tiene que garantizar que el equipo tenga un lugar de trabajo con posibilidades y bien preciso, concreto, ya sea barrio, fábrica o gremio, porque de lo contrario se corre el riesgo de frustrar esta experiencia. A estos pequeños equipos hay que darles objetivos para cuando termine la campaña y durante la campaña: cantidad de periódicos a vender, piqueteros, actos y visitas a efectuar. Es fundamental que las direcciones nacional, zonales o de los locales se acostumbren a llevar estadísticas: cuántos compañeros se contactan, de cuántos tenemos el domicilio, llevar fichas con las características de cada uno, a quiénes se los visitó en el barrio y se les conoció la familia, amistades, etc. Lo mismo a nivel de las fábricas y los gremios. Las direcciones deben preocuparse de enseñar a llevar estas estadísticas, principalmente a llevar las direcciones y características generales de cada uno de esos contactos. Pero más importante que este aspecto fundamental, es enseñar a esos pequeños equipos a trabajar: cómo deben charlar con los trabajadores, con los jóvenes y cómo deben aprender a detectar qué pueden hacer. Nos inclinamos a que junto con esta formación experimental de pequeños equipos,

empecemos a apoyarnos, más que en las zonas actuales, en los locales, llevando los profesionales de cada zona a que se transformen en profesionales de un local que consideremos que pueda hacer un trabajo muy bueno que le permita adquirir experiencia en el movimiento obrero. Ese trabajo deberá ser un ejemplo para el resto de la zona, sin olvidar la posibilidad de que a lo mejor yendo a un local que es débil por falta de buena dirección, pueda hacer esa campaña modelo y a lo mejor no se debilita el local más fuerte de la zona.

Estas dos medidas organizativas: pequeños equipos y concentrar en los locales a los profesionales, tienen el mismo objetivo: probar nuevas direcciones en la campaña, tendiendo a transformar a los pequeños equipos en equipos sólidos al término del proceso electoral y a cada local en una zona con su propia dirección profesionalizada. Sería el más colosal logro de la campaña electoral.

Estos objetivos tienen que ir acompañados de varias revoluciones en los hábitos de vida personal y partidaria. Primero y principal, tendremos que ver si hay posibilidades de profesionalizar durante el último mes de la campaña a los mejores compañeros, principalmente a los compañeros obreros que se hayan destacado el primer mes. Sin caer en el obrerismo, hay que comenzar a tender hacia la profesionalización de grandes activistas obreros. Tendremos que cuidar que no pierdan el trabajo porque no todos esos compañeros obreros servirán, después de la campaña electoral, —por su nivel político— como profesionales del partido. Pero la tendencia debe ser esa. Esta profesionalización hay que lograrla con las finanzas de la propia zona. Será un índice de las posibilidades y de la madurez de ese logro. El pedirle a la dirección del partido que lo haga sería un grave error salvo razones excepcionales.

El otro aspecto es que con las elecciones debe comenzar la ubicación de muchos compañeros que vienen del movimiento estudiantil en el movimiento obrero. Esto debe lograrse en dos tiempos: tendiendo a que los equipos que hayan comenzado un buen trabajo en un barrio obrero se vayan a vivir allí en lo posible, cuidando las formas para que no parezcan marcianos, y —cuando terminen las elecciones— entrando en fábrica, principalmente en aquellos lugares donde se haya iniciado algún trabajo o en los gremios donde ya se esté trabajando con posibilidades.

Con relación a la dirección nacional, creemos que se impone una división de tareas que permita reemplazar a nivel de zonas a los actuales profesionales, que deben volcarse al trabajo de base. Consideramos que el secretariado debe contemplar la atención de las siguientes zonas electorales y partidarias: 1° *Patagonia*, con asiento en Bahía Blanca, que atienda la sexta sección electoral de la provincia de Buenos Aires, La Pampa, Río Negro, Neuquén y Chubut; 2° *Centro de la provincia de Buenos Aires*, con asiento en Mar del Plata; 3° *Oeste y Norte de la provincia de Buenos Aires* con asiento en San Nicolás; 4° *Gran Buenos Aires Sur* con asiento en Avellaneda o La Plata; 5° *Gran Buenos Aires Oeste* con asiento en Ramos Mejía; 6° *Gran Buenos Aires Norte* con asiento en San Martín; 7° *Buenos Aires Centro* con asiento en [el local de la calle] Callao; 8° *Buenos Aires Sur* con asiento en [el local de la calle] Dean Funes; 9° *Buenos Aires Oeste y Norte* con asiento en [el local de la calle] Donato [Alvarez]; 10° *Litoral* con asiento en Rosario; 11° *Noreste* con asiento en Misiones; 12° *Centro* con asiento en Córdoba, que atiende San Luis, Mendoza y San Juan y 13° *Noroeste* con asiento en Tucumán.

Esta división de tareas por parte de la dirección de partido obedece a la misma razón que la subdivisión a llevar a cabo en las zonas: la necesidad de intensificar el trabajo para garantizar el fortalecimiento del partido evitando que no se lo logre por falta de experiencia de los compañeros de dirección media que recién se están formando. Después de la campaña la dirección se volverá a centralizar con tareas específicas y durante este proceso se mantendrá un equipo central para las tareas centrales, especialmente para la actividad electoral.

Aprendamos a dialogar y trabajar con nuestra clase

Vamos a tener dos meses únicos que posiblemente no se repitan, o que si se repiten, será muy de vez en cuando. Debemos utilizarlos a fondo y para ello debemos aprender definitivamente el arte y la ciencia de dialogar y hacer actividades en común con los trabajadores.

Para lograrlo también es preciso que sepamos aplicar un programa de transición. Decimos esto porque muchos compañeros creen que para ganar a un compañero obrero se necesita un solo elemento: la propaganda, que con demostrarle que tenemos razón lo ganamos; para ello le damos cursos y más cursos, o charlas y más charlas y les explicamos todas nuestras posiciones. *Esto es indispensable pero por sí solo no es suficiente, mejor dicho es totalmente insuficiente.* Si la propaganda no se combina y se la hace girar alrededor de una actividad en común, jamás ganaremos de verdad a ese trabajador. Muchos compañeros aceptan esto, pero lo aplican horriblemente mal: para ganar a un compañero utilizan la propaganda y recién cuando lo han ganado le plantean una actividad. Tienen un programa de transición para la propaganda: le van discutiendo y enseñando a partir de lo que más le preocupa al compañero, pero para la actividad tienen un programa máximo: recién una vez que lo han captado le plantean una actividad común, la misma que llevamos a cabo nosotros. El programa de transición debe tener dos caras, actividad en común desde el momento en que le damos la mano a un conocido y propaganda. Sólo así es un programa completo.

Existe también el error opuesto: nos entusiasmos tanto con la actividad común con algunos compañeros o grupos que renunciamos a la propaganda, a pelear por las posiciones generales y particulares del partido.

Lo que se impone es una estrecha combinación de los dos aspectos. Dado que vivimos una etapa única de dos meses, el peligro más grave es el propagandístico, es decir, conformarnos con hacer propaganda y no actividades comunes. Con las elecciones contactaremos a centenares y centenares de compañeros y en nuestra relación con ellos debemos poner el énfasis en encontrar actividades comunes.

Esto es muy fácil decirlo, pero mucho más difícil hacerlo. Es muy común el paso por nuestros locales de muchos compañeros principalmente jóvenes, lo que se va a acrecentar durante el período electoral. El arte de nuestros militantes y especialmente de nuestras direcciones es estudiar a cada compañero o grupo de compañeros que se acercan o que conocemos para ver que pueden hacer. De cada diez compañeros que se acercan, ocho o nueve pueden hacer *algo*, la mayor parte de las veces muy poco, pero *algo* en favor de nuestra campaña. Hay que descubrir ese *algo*, ahí está el arte y lograr que lo hagan. No se trata de hagan *todo* lo que hacen los militantes o nuestro esquema de lo que puede hacer un simpatizante, sino *algo*, sólo algo.

Sabemos que esto no ha podido ser experimentado a fondo todavía porque no ha comenzado la campaña electoral y porque nuestras direcciones han estado ocupadísimas consiguiendo los candidatos. Pero ahora ha llegado el momento en que todo el tiempo gastado en esas tareas revierta en el sentido de lo que estamos diciendo.

Las posibilidades son infinitas para que todo el que se acerque o ya esté cerca, como los jóvenes que ya nos han visitado o los candidatos que han aceptado formar nuestras listas, comiencen a hacer *algo*.

Para lograr ese *algo* nuestros militantes y direcciones tienen que empezar por estudiar el grupo o compañero de que se trate. ¿Qué es?, ¿un grupo o un ex militante estalinista acostumbrado a trabajar en sociedades de fomento?, ¿un obrero que viene de la ultra?, ¿un estudiante proletarizado?, ¿un joven que recién se acerca al movimiento de la izquierda?, ¿un ama de casa proletaria?, ¿un obrero intelectualizado o de base?, ¿un candidato que aceptó por compromiso?, ¿un candidato con tendencias electoraleras?, ¿un pequeño caudillo barrial peronista o independiente con aspiraciones de dirigente o, por el contrario, honesto a carta cabal que quiere impulsar la revolución?, y por último, lo principal: ¿es un activista sindical de su fábrica o su gremio?, ¿es un grupo de jóvenes de barrio o de fábrica llenos de inquietudes aunque sin ninguna experiencia sindical o fabril?

La campaña electoral nos permite justamente poder ponerles *algo* que hacer a todos ellos.

Cuidemos el lenguaje y aprendamos a escuchar

Los compañeros del partido están acostumbrados a vivir en un círculo estrecho: los militantes, simpatizantes y amigos del partido. Cuando se establece contacto con nuevos compañeros éstos rápidamente se asimilan a las costumbres o lenguaje del partido. Todo grupo humano de cualquier extracción que sea, acostumbra a tener su propio lenguaje, su jerga. Algunos ejemplos demostrarán lo que decimos: en el lenguaje popular un flan es un postre, en nuestro lenguaje es una persona débil, a veces un centrista; en el lenguaje común a la persona que no trabaja se le dice vago, en nuestro lenguaje es un lumpen; para el pueblo una persona que trabaja pero que un día de fiesta se entretiene es una persona que descansa o hace “fiaca”, en nuestra jerga esa persona “está lumpeando”; en el lenguaje común ir a repartir volantes a una fábrica es “ir a repartir volantes”, para nosotros es “bloquearla”; para un obrero u obrera que anda mal con su novia o novio y como consecuencia anda desganado, melancólico “está triste porque se peleó con su novio”, para nosotros “está en crisis” y si el que lo dice pasó por “Filo” está “en crisis con su pareja”. Así podríamos seguir hasta hacer un verdadero diccionario de la izquierda y de nuestro partido. Este lenguaje, propio de cada partido de izquierda, adquiere tal magnitud que uno de los burócratas más importantes de la época peronista, Puricelli, metalúrgico de Avellaneda, acostumbraba a dar durante varios meses una total libertad a todo cuerpo de delegados nuevo, recién elegido, siempre que sus reuniones se hicieran en el sindicato en su presencia. Durante años no entendimos el porqué de esa libertad exagerada, sin ninguna intervención de su parte, solo con su presencia, hasta que nos avivamos: siempre pasaba lista de los presentes y la conservaba. Cuando un delegado decía “ese es un compañero progresista” Puricelli le preguntaba ¿Cómo te llamás?, y hacía una marca en la lista. Otro decía “proletariado” y Puricelli le preguntaba ¿Cómo te llamás?, y hacía otra marca en la lista. Después nos enteramos del significado de las marcas: clasificaba a los delegados políticamente, por sus palabras. Al que había dicho “progresista” lo marcaba: “bicho colorado” (la expresión insultante de la burocracia para con los compañeros del Partido Comunista), al que dijo “proletariado” lo detectaba como militante de *Voz Proletaria*, al que insistió en que “frente al patrón había que unirse” lo detectaba como compañero nuestro, etc.

Ahora vamos a trabajar sobre sectores totalmente extraños al partido y por lo tanto, toda palabra o expresión inusual, va contra nuestro intento de establecer contacto con esos sectores. Debemos hacer esfuerzos por no parecer raros en ningún sentido, principalmente en el lenguaje.

En esta cuestión del lenguaje, de las palabras, se esconde una cuestión mucho más importante: la de aprender a ligarnos con nuestra clase, la de acostumbrarnos a establecer una estrecha ligazón con todos sus sectores. Muchos compañeros quieren que los obreros o estudiantes que se ligan a nosotros aprendan de las grandes experiencias históricas, confunden cómo aprende un estudiante o un elemento excepcional de la vanguardia obrera —que es a través de libros y largas discusiones históricas o teóricas— con el aprendizaje en general de la clase y la vanguardia. Los obreros no aprenden a través de los libros, ni de nuestra experiencia, sino a través de su propia experiencia, de su vida y de su actividad. Los compañeros se olvidan que en la vida concreta de cada activista u obrero de base está concentrada toda la historia de la lucha de clases del país y del mundo. Todo obrero sufre la explotación, la alienación; todo activista vive la lucha de clases que todo obrero sufre; toda ama de casa proletaria soporta una doble explotación. Por eso es necesario saber escuchar, hacer hablar al compañero obrero o a los grupos de obreros que contactamos. Escuchando y haciendo hablar a los compañeros aprenderemos su lenguaje y detrás del lenguaje llegaremos a conocer su vida, su experiencia, sus luchas. Nosotros queremos que las enseñanzas fundamentales el compañero las obtenga de su vida y sus experiencias y para ello es necesario que las conozcamos.

Escuchando, nos vamos a encontrar con el viejo obrero peronista que recibió una casa o veraneó por primera vez en Mar del Plata bajo el gobierno de Perón, él nos va a decir “Qué grande que era, le debemos todo”. Si no hemos escuchando a ese obrero y nos limitamos a decirle que “Perón es un típico representante del populismo burgués que ya no tiene posibilidades de dar concesiones al movimiento obrero, porque la situación de la burguesía argentina y latinoamericana es de crisis”,

que antes hubo “vacas gordas” y por eso los obreros recibieron “concesiones”, no nos va a entender aunque estemos un siglo conversando.

Todo va a cambiar si, escuchando pacientemente a ese obrero de base, comprendemos sus razones, que no son exactamente las mismas que las nuestras, pero no por eso menos fuertes. Lo único que sabe, lo que ha vivido es que bajo el peronismo mejoró colosalmente su nivel de vida. Si nosotros le aceptamos esa verdad: que bajo el peronismo mejoró sustancialmente su nivel de vida, si subrayamos sus conquistas y sistemáticamente, mientras desarrollamos la conversación, le vamos diciendo que tenemos una sola diferencia con él: que nosotros no creemos que esas conquistas se las dio Perón, sino que fueron ganadas por la lucha de millones y millones de compañeros como él que se jugaron el 17 de octubre y en muchas otras oportunidades. Que nosotros queremos que continúen esa lucha unida de la clase obrera que logró maravillas bajo el peronismo, que ha empezado a lograr maravillas desde el Cordobazo. A partir de ese acuerdo sobre los hechos y que nos encargaremos de subrayar: que bajo el peronismo vivió su mejor época como obrero, desarrollaremos el diálogo que inevitablemente irá dejando un saldo positivo. Principalmente el de que no somos gorilas, ni contreras, sino que estamos más a la izquierda que el peronismo, pero reconocemos los logros de la etapa. Si esto lo decimos con un lenguaje que lo entienda, nos sorprenderemos de los resultados.

Se trata de que los obreros aprendan esencialmente de sus experiencias y para ello deberemos escucharlos con todo cuidado para aprender de esas experiencias. Se trata de comenzar a elevar a cada obrero o sector de nuestra clase para que, influenciados y dirigidos por nuestro partido, sean los que hagan la historia convenciéndolos de que no hay fuerza más grande que la clase obrera unida y movilizada. Para convencerlos de ello no hay otra forma que convencerlos con los ejemplos de la historia de nuestra clase y la historia de cada sector o individuo. Tratamos de que adquieran confianza en su propia fuerza y no la tengan en los partidos e instituciones de la burguesía, para ello hay que lograr que se desarrollen desde lo que son y desde cómo hablan.

El ama de casa proletaria

Vemos algunos ejemplos. Comencemos por el ama de casa proletaria que está de acuerdo en algún punto con nosotros.

Previamente deberemos habernos ganado su simpatía por haberle escuchado sus problemas y planteos, como por habernos adaptado a su lenguaje y sus preocupaciones. Hay que proponerle que haga una carta para sus amistades del barrio aconsejándoles votar por nuestras listas. Si esto es mucho porque no se atreve, deberemos proponerle que haga una reunión entre sus amistades del barrio, informal, la misma que acostumbra hacer habitualmente pero organizada en este caso para que no falte nadie, para que una compañera nuestra concorra a explicarle a dos, tres, cuatro o cinco amas de casa proletarias, nuestro programa con nuestros objetivos. Si la reunión puede ser un poco más amplia nos comprometeremos que a esas reuniones irán nuestras candidatas mujeres, empezando por Nora, si está disponible. Si vemos que esto da resultado, lanzaremos la consigna de reuniones en los barrios obreros, organizadas por estas amas de casa, para que nuestras candidatas mujeres tomen contacto y les expliquen nuestro programa, especialmente la parte que tiene que ver con la mujer. El objetivo es mínimo, no máximo: reunión de dos mujeres como mínimo en una casa obrera de un barrio obrero. La clave debe estar en que sea la compañera que hemos contactado la que *haga algo* por esa reunión. Lo máximo es que ella sea la máxima organizadora, pero es suficiente que nos represente y nos permita invitar a la reunión en su nombre para que ya esté haciendo *algo*. Mientras le planteamos esto al ama de casa proletaria deberemos estar observando con mucho cuidado a sus hijos, principalmente a sus hijas, para ver si nos acompañan en este planteo en favor de las mujeres.

Pero supongamos que por timidez el ama de casa no se anima a hacer nada de lo que decimos (seguro será por incapacidad de nuestros compañeros, pero dejemos las cosas así), nada nos impide invitarla a ir un día a la semana a nuestro local, con autorización previa de su compañero (sería un error criminal por ejemplo tratar de superar de un solo golpe la estructura paternalista y machista de muchos matrimonios proletarios), para que haga *algo* allí. La alienación de la vida cotidiana en el barrio prole, la alegría de ir al “centro” de la ciudad en donde vive como una forma de salir de esa

alienación y monotonía, puede ayudarnos, si somos lo suficientemente precavidos como para saber atenderla con toda fraternidad y prepararle algún trabajo útil que ella pueda hacer muy bien en favor de la campaña. Por ejemplo, bordar una bandera o pintar un cartel o cualquier otra tarea adecuada a sus conocimientos que la haga sentirse muy útil e incorporada a la campaña.

El obrero de base

Vayamos ahora al obrero de base, que podemos haber conocido en el bloqueo de fábrica o en la peñada de un barrio. Aquí también tendremos que partir de lo que el obrero es. Un ejemplo aclarará el caso. El autor de este trabajo tuvo oportunidad en una de sus visitas al interior del país, de llegar a una pequeña ciudad que tenía como única fábrica, un lavadero de lana. Nuestros compañeros estaban ligados a algunos obreros de la construcción de esa fábrica y a habitantes de la ciudad a través de una actividad artística. Cuando el autor fue, prepararon una reunión con varios obreros de la fábrica porque ésta estaba en quiebra y a punto de cerrar. Vino un solo obrero por amistad con los compañeros. Nuestros compañeros, comprendiendo claramente el rol de la burocracia, estaban atacando muy duro a la dirección del sindicato por no hacer nada a fondo en favor de los obreros. Cuando llegó el amigo —más que compañero— de ellos empezaron a criticar duro a la burocracia. El autor logró que lo dejaran hablar al compañero obrero. Después de un buen rato de charla, donde no aventuró opinión y sólo interrogó, llegó a la siguiente conclusión: el obrero era del sector más conservador, pro patronal de la fábrica, pero duramente golpeado en ese momento por la perspectiva de cierre, empezaba a radicalizarse muy lentamente. Sus críticas a la burocracia eran desde la derecha hasta ese momento; con certero instinto de clase consideraba que lo fundamental no era criticar a la burocracia, sino ganar el conflicto. Las proposiciones partidarias abrieron un fecundo diálogo y relación con ese obrero: “Dícales a sus dirigentes que nuestro partido está incondicionalmente al servicio del sindicato textil, de la actual lucha de ustedes por sus fuentes de trabajo, y que estamos dispuestos a discutir con ellos cómo organizamos a todos los sindicatos, obreros y al pueblo de la ciudad en favor de ustedes. Queremos verlo al secretario general para coordinar esa acción común. Dejemos las críticas pasadas y enfrentemos el cierre de la fábrica todos juntos.”

Contamos esta anécdota porque frente al obrero de base no debemos entrar en violentas críticas a nadie, sino escuchar muy pacientemente cuál es la razón de su contacto con nosotros para, a partir de allí, desarrollarlo. Puede ser simpatía hacia nosotros o algún candidato y nada más. Simpatía humana, no política. Puede ser desconfianza u odio a los candidatos patronales, a los doctores y nada más. Puede ser una ligera simpatía política. Deberemos precisar qué es lo que lo mueve a ligarse a nosotros, porque también puede ser solamente curiosidad y ese será el caso más difícil, porque puede combinarse al hecho de que esa curiosidad se dé porque hayan sido compañeras con pinta de estudiantes las que lo ligaron y, en ese caso, la curiosidad no sería tanto política y humana en general, sino de carácter más concreto. Como buenos políticos marxistas, tendremos que partir de la caracterización para darnos una política frente a él. El objetivo, como frente al ama de casa, será ver qué posibilidades hay de hacer reuniones a nivel de su casa, club o sociedad de fomento en el barrio o boliche (si es un compañero de fábrica) para organizar una charla, a la cual deberán ir compañeros y no sólo compañeras, haciendo que el eje central de la charla la lleve un compañero obrero, si es posible de su mismo gremio. Debemos ver si logramos entrar en su casa para contactar a su familia, señora, hijos e hijas, hermanos, etc., para hacer lo mismo.

Para el autor de este documento esta es la más fascinante experiencia para cualquier militante socialista revolucionario que se precie de tal: aprender a hablar con las amas de casa proletarias y los obreros de base y lograr que hagan algo porque llegamos a comprenderlos y orientarlos.

El candidato del partido

Con respecto al candidato con aspiraciones electorales se nos plantea un problema parecido a los anteriores. Debemos partir de lo que él quiere —salir elegido— para alentar la formación de un comité de apoyo a él como candidato. Si el partido lo ha llevado como candidato posiblemente es porque, independientemente de sus aspiraciones electoraleras, tiene alguna fuerza en su barrio

o fábrica. A partir de esos dos hechos deberemos tender a impulsar con todo la organización de base en su favor. Es muy difícil que él no nos ayude si tendemos a formar un comité directamente en su favor. Este comité aprovechará la campaña para hacer propaganda en favor del programa del partido, y tratará de tomar contacto y organizar a todos los jóvenes que lo apoyan o que nos apoyan en esa fábrica o barrio. Lógicamente, para lograr que ese comité marche tendremos que dejar de lado todo aspecto psicológico del candidato, si es muy ególatra o no, egoísta o no, para concentrarnos en la organización del comité de base. El tiempo trabajará en favor de nuestro partido y su programa y no de la egolatría del candidato. El menor comentario subjetivo en contra del candidato, si tiene aspectos psicológicos negativos, irá en contra nuestra no de él, ya que puede atentar con la cohesión del grupo o comité que hemos organizado.

Todos estos ejemplos los hemos tomado sin tener en cuenta los aspectos programáticos de los problemas. ¿Con qué consignas acercarnos al ama de casa o el obrero de base? Damos por supuesto que esas consignas ya han sido elaboradas por el partido y precisadas por cada zona.

El activista sindical

Este es el sector que más nos interesa —junto con el joven obrero o estudiante—. Con el activista sindical tenemos que ir directamente al grano: su lucha de todos los días con la patronal, y en muchos casos, con la burocracia. Junto con ello deberemos plantearle qué opina de los convenios y la paritaria, como de la situación de su fábrica.

Aquí también deberemos saber escuchar la historia de sus luchas. La pregunta obligada será plantearle si no cree que la lucha contra el patrón de su fábrica o de su gremio no debe ampliarse a escala nacional y elevarla del plano sindical al político. Si es un luchador sindical de clara conciencia antiburocrática, cabe una pregunta mucho más concreta: ¿no va a luchar contra los candidatos patronales de esa burocracia?

Si el activista sindical tiene tendencias sindicalistas, la discusión va a ser ardua y difícil porque nos va a decir que no le interesa la política, que ésta en general es para los patrones ya que los obreros no tienen nada que hacer en ella porque todo lo que los obreros obtengan lo lograran a través de la actividad sindical. Deberemos señalarle entonces como la actividad política, si bien entraña riesgos ciertos para el movimiento obrero, en general es la única forma de que los obreros se puedan liberar definitivamente de la explotación. El problema es si estamos o no contra la explotación. Si estamos por la liquidación de ésta, no podemos limitarnos solamente a la actividad sindical, ya que ésta es siempre un paliativo y en definitiva no arregla nada, que tarde o temprano todo lo que ganemos con lucha sindical se pierde en el plano político por no tener el gobierno.

Es posible que debajo del planteo sindicalista se esconda una profunda desconfianza hacia las posibilidades del movimiento obrero, que el sindicalista termina diciéndonos “es muy lindo lo que dicen, pero los obreros nunca podrán llegar al gobierno porque no están capacitados”. Deberemos señalarle que eso es una mentira, que eso es justamente lo que dicen los patrones cuando se discuten condiciones de trabajo y salarios, alegando que los obreros no entienden de los problemas de la empresa. Nosotros creemos que hay muchas cosas que el obrero no conoce profundamente, pero lo mismo ocurre con la mayoría de los patrones que no conocen nada de política, ni de administración de empresas, muchas veces ni siquiera conocen sus empresas, como ocurre con los capitalistas de los grandes monopolios internacionales o con los grandes oligarcas. Hay que dar ejemplos concretos de burgueses que hacen administrar sus empresas por técnicos y gerentes. Lo mismo que hacen los patrones lo podemos hacer mucho mejor nosotros, tanto para la política como para la administración de las empresas: poner los mejores hombres, pero controlados por los obreros que conocen muy bien los problemas porque para eso trabajan en el país y en las empresas. La política de clase significa justamente eso: insistir en que los obreros y principalmente los activistas sindicales, pierdan el complejo frente al problema político y económico, y se postulen como los únicos dirigentes políticos, sindicales y económicos que pueden salvar al país y a los trabajadores, siempre que se organicen en un partido revolucionario. Si ellos no lo hacen, no lo hará nadie.

Si el activista sindical tiene influencias ultraizquierdistas, por la influencia en la fábrica de algunos estudiantes que entraron de obreros, la discusión será mucho más difícil, porque en lugar de no tenerse confianza —como el honesto sindicalista que vive todos los días la tremenda fuerza de la burguesía— nos dirá justamente lo opuesto: le tiene tanta confianza a su organización, a sus ideas y a la actual conciencia revolucionaria de los obreros, que considera algo ridículo intervenir en las elecciones. Ya todos los obreros, según ellos, han comprendido que hay que hacer la revolución, para qué perder el tiempo en utilizar las elecciones para combatir el engaño electoral de la burguesía. Lógicamente, no hay ningún sector obrero de importancia que no vaya a ir a votar por las listas burguesas el día de las elecciones, pero eso al ultraizquierdismo no le interesa: importante son sus sueños, el globo que inflan todos los días en la secta a la cual pertenecen, “ni golpe ni elección, revolución”, “frente clasista para las elecciones”, etc. A estos honestos y sacrificados compañeros es muy difícil convencerlos. Para ello hay que apoyarse en su propia experiencia de clase y en lo que los clásicos del marxismo han dicho al respecto. Si están tan ocupados inflando el globo, que se niegan a oír y ver, es mejor que no perdamos el tiempo: la realidad de nuestra campaña es más importante que tratar de convencer a estos sectarios empedernidos, que creen y seguirán creyendo, en muchos casos, que la única realidad existente es la que ellos imaginan.

El joven obrero o estudiante

Cuando se toma contacto con jóvenes, debemos empezar por plantearles que nuestros compañeros de la juventud quieren verlo. A veces ni siquiera ello: directamente lo fichamos y avisamos a nuestros compañeros de la juventud. No es necesario que el joven concuerde en algo con nosotros. Por el solo hecho de ser un joven que puede escucharnos, es una posibilidad para nuestras posiciones y nuestro programa.

Los compañeros de la juventud serán los encargados de elaborar todo un programa y una forma de aproximarse y contactar a los jóvenes. Por lo tanto, sólo nos limitaremos a dar algunas indicaciones de tipo general.

Antes que nada, el joven debe palpar que para nosotros todo tiempo presente y futuro es superior al pasado en cuanto a la juventud se refiere. Más concretamente, que creemos en esta juventud porque creemos en la revolución, y son justamente los jóvenes quienes van a hacer la revolución. Pero no debemos caer en ningún planteo generacional que no sea ése, ya que la revolución lo harán los jóvenes basado en la herencia marxista y de lucha de clases del país. Así como hay una continuidad de la lucha de clases, también la hay en las generaciones.

El otro aspecto que tenemos que tocar —si el joven es obrero— son sus problemas específicos como obrero: la paga baja y el trabajo igual al de los adultos; la falta de oportunidad para que estudie, y la injusticia social que ello significa. A los jóvenes en general, deberemos señalarles cómo nuestro partido es el único que tiene confianza en la juventud y cómo, por ello mismo, lleva a trabajadores jóvenes como candidatos a presidente y vice y en todos los principales puestos. Esto es lo que nuestro partido adulto deberá decirle a los jóvenes; el resto será cuestión que deberá elaborar y aplicar la invicta juventud.

La campaña electoral

Esta se desarrollará durante la discusión de los convenios por parte de la burocracia. Dada la colosal carestía de la vida que afecta como el problema número uno a toda la clase obrera, mucho más que el problema de las elecciones, el eje de nuestra campaña electoral es combinar ésta con la lucha y expectativas concretas de la clase obrera con relación a los convenios.

Dada nuestra condición de partido no electoralista, que trata de educar a la clase obrera sobre el verdadero camino de su liberación, se hace indispensable que todos los equipos del partido, las direcciones de zona y el partido en su conjunto, superen la borrachera provocada por tantos meses de esfuerzo para lograr la legalidad, para volver en gran medida a hacer lo mismo que siempre hemos hecho: plantearnos como alternativa real en las luchas concretas de la clase obrera. *Esto significa*

que tenemos que volver a pensar y a hacer lo que toda nuestra vida hemos hecho frente a la discusión de los convenios, los problemas económicos de la clase obrera en general y en particular en todo gremio o establecimiento, como frente a todo conflicto obrero. Hay que darse inmediatamente, a partir de la lectura de este documento, una línea y un programa concreto, como hemos hecho siempre frente a la discusión de los convenios en cada fábrica y gremio sobre los que trabajemos. Tendremos que denunciar muy fuerte, sin caer en insultos personales, la falta de democracia para discutir los pliegos de los convenios, debemos exigir un aumento y salario mínimo acorde con las perspectivas e inquietudes del gremio en cuestión y tendremos que exigir que no se firme nada sin consultar a la base en asamblea o a través de un referéndum. Volvemos a insistir: tenemos que volver a hacer lo que hemos hecho siempre, no cayendo en la borrachera electoral.

El eje de nuestra actividad durante la lucha por los convenios

La campaña electoral debe permitirnos hacer esta actividad en forma todavía más fuerte, no más débil. El punto principal de nuestra campaña electoral debe ser ese, justamente: la campaña electoral sirve para que se produzca una borrachera generalizada que le permite a la patronal desviar a los obreros de una lucha inmediata, urgente, perentoria: la lucha por su supervivencia, la lucha por un salario que le permita superar el hambre y la miseria actual. Los dirigentes sindicales le están haciendo el juego a la patronal. *La consigna nacional del partido en este momento debe ser: Impidamos que las elecciones desvíen a la clase obrera de la lucha por los buenos convenios y por un aumento sustancial de sueldos.* Apliquemos esta línea y hagamos propaganda por ella en forma inmediata, en todos los lugares. Debemos sacar uno o dos volantes semanales en cada gremio o lugar de trabajo, tocando exclusivamente este tema de los convenios para dar nuestra posición concreta sobre el tema.

Su ligazón con el problema electoral vendrá a través de varios medios. El *primero* será que esos volantes siempre serán firmados por la fracción de ese gremio o empresa del partido. En otros casos directamente por los candidatos del partido en ese sector. *Segundo:* la fracción que firma esos planteos concretos, en otros volantes dará en forma completa nuestra posición política y su ligazón con el problema de los convenios: si éstos se firman en pésimas condiciones, señalaremos que eso ocurre por el carácter burocrático de las direcciones, sin insultarlas, y que lo mismo está ocurriendo en el terreno político, en el que esas direcciones tienen una línea suicida para el movimiento obrero. *Tercero:* en los volantes concretos, específicos sobre los convenios, tendremos que hacer referencia a nuestra posición política a la pasada. *Cuarto:* permanentemente tendremos que dirigirnos a la dirección de los sindicatos con una posición respetuosa de frente único en relación a la discusión de los convenios (no debemos dar la impresión de que somos demagogos que tomamos esa posición para ganar votos sino, por el contrario, que queremos un buen convenio y que somos los mejores luchadores para lograrlo), proponiéndole un acuerdo gremial-político, por ejemplo notificarles que apoyamos tal convenio concreto (el de la burocracia o el que elaboremos) y que si salimos triunfantes lo impondremos por ley, preguntándoles si quieren que firmemos ese acuerdo en forma pública.

Para que no se crea que maniobramos tendremos que decirles a los dirigentes sindicales que nuestro objetivo no es ganar votos o desprestigiarlos a ellos por sus posiciones políticas —peronistas o las que fueran— ya que somos tan honestos que estamos dispuestos a hacer un frente para ese gremio con los partidos que ellos crean convenientes, todos los partidos si así lo creen, pero fundamentalmente el partido peronista, para que se comprometan a que, si triunfan, al otro día van a votar por ese convenio: por ejemplo en bancarios, que los bancos serán nacionalizados en su totalidad y serán controlados por los trabajadores para garantizar un sueldo mínimo de 120 mil pesos (el salario móvil a partir de este mínimo desde enero) y el progreso dentro de los bancos de acuerdo a la capacidad, antigüedad, etc. En esas notas públicas de proposición de frente único tendremos que insistir una y otra vez en que queremos la unidad para obtener un buen convenio que arregle la situación del gremio *utilizando las elecciones.* Nuestro planteo tiene que ser: las elecciones están provocando una borrachera que hace olvidar a la clase obrera sus verdaderos grandes problemas concretos, en este momento los salarios de hambre. Transformemos las elecciones en lo contrario, en una herramienta formidable para superar ese problema, obligando a los distintos partidos a comprometerse a legislar los pliegos de condiciones que decidan los trabajadores.

La campaña electoral y los conflictos obreros

Este es el eje esencial de nuestra campaña electoral, con su consecuencia práctica: tendremos que meternos en todos los conflictos o preparativos de conflictos por los convenios que surjan durante esta etapa. La actividad electoral no debe ser motivo para que nos alejemos de los conflictos, al contrario, la campaña deberá permitirnos detectar y participar en muchos más conflictos que los que acostumbramos. Si actuamos así, nuestra campaña no será electoralera, si no, a pesar de todas las frases revolucionarias que empleemos, estaremos desviándonos de las experiencias y luchas reales de nuestra clase al propagandismo.

El reparto masivo de volantes, los bloqueos de fábrica deben permitirnos detectar todo posible conflicto y todo conflicto ya existente. El partido, con sus candidatos y direcciones, debe volcarse de lleno a esos conflictos. En ellos tendremos que plantear por qué no se presentan los otros candidatos más importantes de los otros partidos, y deberemos exigir que se haga un frente único de todos los partidos que están a favor del triunfo de la clase obrera. Al mismo tiempo, deberemos ser los campeones del conflicto, piqueteros, propagandistas, organizadores, sin ningún sectarismo, estén o no de acuerdo con nuestro programa y candidatos electorales.

A pesar de ser verano, hay posibilidades de que estallen conflictos o que se preparen algunos de ellos, la campaña electoral debe servirnos para ligarnos.

Sintetizando, podemos decir que la campaña electoral no significa abandonar la típica actividad del partido en las luchas concretas de la clase obrera, desde los aumentos de salarios a los cordobazos, sino ampliar y desarrollar la enorme experiencia que tenemos en ese tipo de lucha.

Bloqueemos las fábricas

El objetivo más importante de nuestra campaña electoral es penetrar en el movimiento obrero. Ese objetivo lo podremos lograr si el eje esencial de nuestra actividad a nivel de las zonas es el bloqueo de las fábricas, como sobre los centros de las ciudades para trabajar sobre los trabajadores de cuello blanco.

Deberemos tender a que el bloqueo de las fábricas sea llevado a cabo por los mismos compañeros. Hay que lograr que los compañeros se familiaricen con los problemas y los obreros de la fábrica. Esto solo se logrará si siempre son los mismos compañeros los que van. Es muy importante que a los piqueteros que bloquean la fábrica o fábricas se les explique desde antes del primer piqueteo las características de la fábrica y se les pregunte sistemáticamente qué se les ocurre para mejorar nuestro trabajo. Hay que evitar transformar a los compañeros en una herramienta de repartir volantes, hay que hacerlos partícipes conscientes de la tarea y lograr que aporten a ella desde el primer día. Por eso es conveniente discutir después de los piqueteos los resultados del mismo.

Aprovechando la campaña hay que transformar cada piqueteo y bloqueo de fábrica en un pequeño acto. Para ello hay que ingeniárselas sobre la mejor forma, sin parecer estrambóticos, de impactar y obligar a los obreros a prestarnos atención y a leer nuestros volantes. A lo mejor llevando varios fotógrafos con flashes y nuestros principales candidatos, junto con carteles llevados por los compañeros, impactamos con todo a los obreros que nos rodean. Hay que distinguir las fábricas por su carácter y si es posible mandar candidatos del mismo gremio o sector de trabajo. Deberemos darle mucha importancia a las fábricas donde trabajan en su mayoría mujeres, volcar a Nora y a piquetes con mayoría de compañeras, para impactarlas. Deberemos estudiar con todo cuidado las características de cada fábrica, horarios, ubicación, antes de hacer el piqueteo. Esto, junto con un buen dominio de los problemas de la fábrica y el gremio, principalmente el convenio, nos llevarán a transformar en un éxito los piqueteos.

El otro sector decisivo de nuestro trabajo serán los centros de las ciudades, para pegar duro sobre los trabajadores de cuello blanco. El partido le da una importancia muy grande a este trabajo, que considera a este sector íntimamente ligado a la clase obrera, formando parte de ella de hecho ya que son asalariados, viven de un sueldo. El desarrollo actual del capitalismo hace que este sector tenga cada vez mayor importancia numérica, como consecuencia del desarrollo de la tecnología. Todo lo

que hemos dicho sobre el bloqueo de las fábricas, pero corregido y aumentado, lo decimos para el centro de las ciudades. Nuestros actos deben ser aún más espectaculares. Previo una información exhaustiva sobre los márgenes de legalidad, deberemos echar la casa por la ventana en cuanto a imaginación y espectacularidad de los actos. En las ciudades veraniegas se trata de bloquear los hoteles de los trabajadores.

Mucha menor importancia tendrá el trabajo barrial, aunque a lo mejor es el principal sector para los jóvenes y el trabajo femenino. Aquí se trata de peinar, como cuando la afiliación, casa por casa, teniendo cuidado que sea en horarios adecuados, principalmente ahora en verano. Lo más conveniente será después de las 18 o 19 horas. Por último, un sector muy importante a piquetear a fondo, son las estaciones donde pasan miles de obreros. Cada zona deberá estudiar los piqueteos en esas estaciones tratando también que sean siempre los mismos piqueteros.

Acompañando este trabajo de reparto de volantes y piqueteos, como una sombra, deberemos llevar *Avanzada Socialista*, que siempre deberá ser ofrecido. Si hay posibilidades de llevar mesas, llevaremos toda nuestra literatura.

Los actos

Todas las zonas y la dirección nacional se abocarán durante la primera etapa de iniciación de la campaña, es decir la semana que va desde el lunes 8 de enero hasta el 15, a preparar la campaña y dentro de ella a consultar distintas alternativas de actos. De éstos hay de dos tipos: los locales y los de envergadura nacional. Estos últimos actos son los que tendrán como oradores a Coral, Nora y Paéz. Los locales serán aquellos que preparan directamente las zonas. Estos actos, aunque atraigan muy pocos espectadores, deberán llevarse a cabo, tanto en los barrios como a la salida de las fábricas. Hay que aprovechar esos actos para probar a compañeros como oradores. Ya hemos dicho que hay que darle mucha importancia a transformar cada piqueteo o reparto de volantes en un acto relámpago. Deberemos tener compañeros preparados para este tipo de actos y saber volcarnos con nuestras personalidades más representativas, Coral, Nora, Fote, Páez, etc. a los lugares de trabajo y a la salida de las fábricas para acompañar los actos relámpago y a nuestros piqueteros. Será muy importante ver las posibilidades de lograr para esos actos relámpago, mejor dicho, para su propaganda algunos jingles que tendremos que grabar para enviar a todas las zonas.

Rápidamente deberemos averiguar las posibilidades legales de los actos. Los oradores del partido deberán prepararse adecuadamente dándole mucha importancia a su tarea. Deberán partir de la premisa de que se trata de convencer a quienes no están convencidos y que cuando utilicemos los medios de comunicación de masas se amplía fabulosamente la audiencia y que queremos convencer a esa audiencia, no fortificar a nuestros militantes. El eje de nuestra campaña es sencillo: hay que votar un programa obrero y socialista y por candidatos obreros y socialistas; no hay que votar por nuestros enemigos de clase. No hay que dejar que la campaña electoral lo aparte de luchar ahora por los convenios y un salario mínimo de 120000 pesos. El argumento central de toda nuestra campaña debe ser: Compañera/o usted es explotado dentro y fuera de la fábrica, los patronos y comerciantes dicen que usted no puede dirigir empresas, ni controlar el comercio, para mejor explotarlo. No se deje explotar el voto, no deje que los que le sacan el trabajo todo el año le saque el voto el domingo 11 de marzo, no vote por ellos, gane su voto para usted, para su clase. Todos los argumentos deberán ser cuidadosos por su lenguaje y conceptos, que deberán ser sencillos, claros, sin ningún terrorismo ideológico, sin dar la impresión de que somos prepotentes, ni pedantes que creemos que tenemos el mundo agarrado por la cola, cuidando mucho el no ser peyorativos —salvo con los explotadores— sino convincentes con obreros y empleados que no nos conocen o nos conocen muy poco, que no han oído nuestra jerga, ni lenguaje, que, en muchos casos, creen que el Partido Comunista es bien de izquierda o están confundidos, que nunca oyeron decir la frase leninista de “utilización de la legalidad”, que cuando la oyen, creen que es una nueva marca de sopa. *Para ellos hablamos, insistimos; para ellos y no para nosotros. Hay que encontrar los argumentos y la expresión para llegar a ellos y para que digan —como mínimo—: ¡Qué claro hablan los del Frente Obrero y Socialista!, ¡Qué modestos!, son macanudos, aunque no estoy de acuerdo.* Esto deben lograr nuestros oradores.

Los otros medios

Los *carteles* y los *volantes* serán otras de las herramientas fundamentales de nuestra campaña. Tenemos que hacer *carteles grandes* y llamativos con las consignas fundamentales del partido y con las fotos de los candidatos a las que se agregará una pequeña biografía de los mismos, explicando quiénes son, con una pregunta final: *los obreros ¿votarán por un luchador de su clase, como ellos? ¿o por patronos, doctores o burócratas?* Puede haber variantes pero no debemos conformarnos con la mera foto y el nombre, aunque en estos carteles deberán ser la parte esencial. La pintada de las paredes y los grandes carteles murales serán parecidos.

Los volantes serán quizás la herramienta más importante de la campaña. Deberemos sacarlos de todo tipo y a todos los niveles: desde el volante nacional o provincial hasta el que sacaremos para una pequeña fábrica de 20 o 50 obreros. Cuando más concretos sean los volantes, mucho mejor porque serán más claros. Hay que insistir en ese carácter concreto. Ya hemos señalado la importancia fundamental de la lucha por los convenios y de los conflictos que susciten, ahora insistiremos en la necesidad de explotar los volantes con la personalidad de compañeros luchadores de un gremio o una fábrica.

A escala nacional y provincial, es necesario y urgente que saquemos volantes generales y especiales para cada gremio, haciendo el análisis de cómo la Alianza [Popular Revolucionaria] apoyada por el PC no lleva más que unos pocos obreros en las candidaturas principales y lo mismo ocurre con el justicialismo (lleva burócratas y en una cantidad mínima) y el FIP,² en contraposición a nosotros. Deberemos plantear el problema de por qué ese gremio no está representado en las candidaturas de los partidos burgueses con influencia en el movimiento obrero. Además, tocaremos a fondo los problemas concretos de cada gremio. Estos volantes generales y gremiales serán un eje esencial de nuestra campaña. Junto con ello deberemos tener volantes especiales para la mujer y la juventud. Respecto a la mujer, señalaremos lo mismo que con respecto a los volantes generales del movimiento obrero: ¿por qué las listas burguesas las ignoran? Con respecto a la juventud deberemos insistir en que somos los únicos que llevamos candidatos jóvenes y mujeres.

Si las finanzas nos lo permiten, haremos folletos con la biografía de nuestros candidatos y lo que dicen frente a la campaña. Estos folletos deberán ser cuidadosamente editados. Acompañando todo este proceso, como herramienta fundamental, junto con los volantes deberá estar el periódico. La redacción tiene que hacer ya un plan conjunto para toda la campaña. Tenemos que estudiar la posibilidad de algunas ediciones especiales de cuatro páginas que se pueden regalar o vender a 10 pesos. La redacción tiene que estudiar todas esas posibilidades.

Los otros medios fundamentales son los que menos dominamos: la radio y la televisión. Para estos medios deberemos evitar probar compañeros. Hay que utilizar a los compañeros experimentados y que sean buenos polemistas. Los compañeros deberán cuidar su vestimenta y presentación para mostrarnos jóvenes, trabajadores, serios y responsables, evitando caer antipáticos injuriando o definiendo; deberemos demostrar con ejemplos sencillos nuestras razones. Hay que balancear cuál es la audiencia de la radio o televisión a la que nos dirigimos para adecuar nuestras intervenciones. Siempre hay que ir dispuestos a dar nuestro mensaje, es decir, a que no sean los periodistas los que lleven el programa, sino nosotros: queremos decir tales argumentos y los decimos. La habilidad nuestra será la de ver cómo utilizamos las circunstancias y preguntas para decir lo que queremos.

Los organismos que deberemos crear para desarrollar la campaña

Es necesario que sepamos crear organismos que apoyen la campaña del partido. Sin estos organismos será muy difícil que podamos hacer mucho. Tenemos que ser muy pacientes y saber

² El Frente de Izquierda Popular (FIP) fue un partido político de la izquierda nacionalista fundado por Jorge Abelardo Ramos (1921–1994) político creador de la corriente política e ideológica llamada la Izquierda Nacional. En las elecciones de septiembre de 1973 el FIP fue parte del Frente Justicialista de Liberación (Frejuli) apoyando la candidatura de Juan Domingo Perón y María Estela Martínez de Perón con el lema “Votar a Perón desde la Izquierda”.

explotar al máximo todas las posibilidades para crear esos organismos. Las posibilidades existen ¡utilicémoslas!

El primer organismo que tenemos que explotar a fondo es el que podamos crear alrededor de nuestros candidatos. Hay que discutir con los candidatos pacientemente, qué pueden hacer sus amigos, conocidos, compañeros de trabajo o vecinos en favor de su candidatura. Es muy difícil que no haya dos o tres parientes o amigos que no quieran hacer algo por su candidatura. Nuestro objetivo es crear comités de apoyo a esa candidatura concreta. Queremos que se reúnan como mínimo esos dos o tres amigos para ver qué pueden hacer, por poquísimo que sea, ya que nosotros queremos que empiecen a llevarlo a la práctica. El partido debe mandar muy buenos propagandistas y organizadores a esos organismos de apoyo concreto a tal candidato para convencerlos de que hagan algo y alentar su iniciativa.

Esto es el comienzo de las organizaciones que queremos constituir, es la más fácil de empezar a hacer, pero no es la más importante, ya que difícilmente en todos los casos organicemos a los activistas sindicales y a la juventud —nuestros máximos objetivos— alrededor de estos comités, salvo allí donde los candidatos sean activistas sindicales y líderes, con influencia entre los jóvenes o el barrio. Por eso nos detendremos en los frentes que queremos organizar y que son fundamentales.

a) El Frente Obrero

Es junto con el frente socialista el aspecto más importante, tanto político como organizativo, de la campaña. En todo bloqueo a fábrica o a un barrio obrero, deberemos tener presente que no hay tarea más importante que agrupar a los simpatizantes de nuestra campaña electoral para que efectúen cualquier tarea en favor de las candidaturas obreras. La parte esencial y más avanzada de esta campaña pasa a nivel de cada fábrica o grupos de fábricas en cada zona y en el intento de organizar a los mejores activistas sindicales clasistas. Este aspecto es el decisivo, debiendo sacrificar cualquier aspecto de nuestra actividad con tal de lograr el trabajo organizado de todo grupo de activistas dentro de una fábrica o un gremio. Para ello deberemos dejar de lado cualquier intento sectario de querer ganarlos para el partido: todo grupo de activistas que trabaje para el frente obrero cumple, por ese solo rol, una función altamente progresiva y sería un crimen arruinarla por actitudes que él pueda considerar manejo o intento de copar el comité del frente. Pero esto no debe ser razón para ceder a cualquier intento o presión de esos sectores apolíticos o de diferentes posiciones a las nuestras para que frenemos nuestra propia campaña electoral. Deberemos ser muy respetuosos de la independencia de todo miembro del frente obrero que quiera ser independiente, pero exigiendo libertad de acción para propagar nuestras posiciones.

La tarea de organizar los comités del frente obrero, cuyo aspecto más precioso son los activistas sindicales existentes dentro de la fábrica o del gremio, deben comenzar ya reuniendo a nivel de cada zona comités de frente obrero alrededor de los candidatos que podamos, haciendo que se constituyan a nivel de fábrica o barrio esos comités de apoyo a tal candidato específico. Sería una forma bien concreta de formar o comenzar a organizar estos comités: Hay que ponerles nombre: comité de frente obrero de apoyo a tal candidato o de apoyo a tales candidatos o de apoyo a los candidatos obreros en general. Tienen que comenzar a hacer propaganda. No somos muy optimistas ni creemos que estos comités de frente obrero se puedan lograr en forma generalizada. Por el contrario, creemos que se darán en forma localizada y fragmentaria, principalmente en el Gran Buenos Aires. Pero eso no quiere decir que no se puedan lograr en ciertos sectores. El lograr que de verdad funcionen con autonomía, que un obrero recién ligado al partido por la campaña electoral, sea parte activa de esos comités de frente obrero, será un logro colosal, el principal logro de cada zona. No interesa que se formen unos pocos comités de frente obrero. Lo importante es que se los logre y más importante aún si se consigue que sean fabriles, gremiales y con activistas u obreros de base. La atención de las direcciones de zona debe centrarse ya en la posibilidad de comenzar a estructurar estos comités de frente obrero, que nunca deberán ser colaterales nuestras, sino, por pequeños que sean y aunque nosotros seamos sus animadores, de verdad deberán contar con activistas independientes de nosotros.

Para nuestros cuadros en general y los cuadros medios en particular, ésta será una prueba de fuego. Para lograr estos comités de frente obrero se necesitará comprender a fondo a los activistas sindicales, barriales, como a los obreros de base. Deberemos cuidar nuestro lenguaje para que no parezca extraño y estudiar cómo aprovechar a fondo todas las posibilidades. Deberemos ser muy cuidadosos y atentos con todo compañero al que contactemos, ya que generalmente —debido a que tiene un lenguaje diferente a nuestra jerga— lo marginamos o lo consideramos diferente a nosotros. Por el contrario, deberemos hacer esfuerzos por comprender su lenguaje y pensamiento y entender de una vez por todas que todo compañero que esté en un solo milímetro de acuerdo con nosotros merece toda nuestra atención y cuidado, ya que ese milímetro es solo el comienzo y cuando más a gusto se encuentre en nuestra presencia más fácilmente lograremos que siga poniéndose de acuerdo en otros puntos de nuestro programa.

Las direcciones zonales deberán tender a que cada pequeño equipo del partido sea el animador de como mínimo un comité de frente obrero o socialista.

b) El Frente Socialista

Los hechos están demostrando que nuestro análisis del congreso de fines del año 1971, donde lanzamos la consigna del *Polo obrero y socialista*, es correcto. Dijimos en aquel congreso que veíamos solamente dos posibilidades: por un lado, la formación de un frente con los mejores activistas del movimiento obrero y otro, con los sectores de izquierda del viejo movimiento socialista con nuevos sectores de la izquierda del movimiento universitario. Ante nuestra mirada estamos viendo la concreción de ese pronóstico. Los éxitos del frente obrero nos han hecho olvidar, en las últimas semanas, la importancia histórica del frente socialista. El frente obrero obedece a la más profunda necesidad presente de los activistas sindicales y la propia clase obrera, lograr la independencia política del movimiento obrero. Pero el frente socialista refleja la más profunda necesidad histórica, no inmediata, pero íntimamente ligada a ella, que es la necesidad de propagandizar el socialismo. El populismo burgués y el stalinismo se han encargado durante varias décadas de hacer olvidar al movimiento obrero el significado del socialismo, como nuevo régimen social, del internacionalismo proletario, la lucha de clases, etc. El frente socialista tiene ese objetivo fundamental: comenzar a agitar las viejas banderas del socialismo, la lucha de clases, el internacionalismo proletario, etc. Lo que para todo militante de izquierda es el ABC, pero que en la actualidad es totalmente ignorado por los trabajadores argentinos.

Frente a la crisis del peronismo se abre la perspectiva de que esta campaña unitaria sea dirigida por el partido y capitalizada en gran forma por éste. Para ello es necesario que sepamos que debemos unir, en una acción o comités comunes, a todos los que se reivindican del socialismo para así desarrollar una acción más eficiente. Esto nos permitirá movilizar estratos numerosísimos de individuos y pequeños grupos, que, gracias a la campaña electoral y nuestra línea de formar los comités de frente socialista, se podrán poner en movimiento. Al igual que con los comités obreros no deberemos tener ningún sectarismo y deberemos dejarles un amplio margen de libertad y autonomía, mejor dicho, casi un margen total de libertad. Esta actividad puede darnos muchos frutos al ligarnos y poner en movimiento a muchos individuos y pequeños grupos de gran utilidad intelectual o militante, pero al mismo tiempo nos dará mayores dolores de cabeza, ya que nos pondrá en contacto con las sectas más dispares que vendrán a llevar agua para su molino. Será una de las tareas esenciales de todas nuestras direcciones de zona, el esforzarse por constituir comités de frente socialista sin ningún sectarismo con todo grupo o personalidad que quiere luchar por las candidaturas socialistas y el programa socialista para estas elecciones. Si sabemos trabajar sin ningún sectarismo nos sorprenderemos de los resultados que nos puede traer esta actividad, abriéndole al partido contactos y posibilidades insospechadas en todos los terrenos. Por esta vía nos abriremos un camino mucho más amplio que el que logramos al obtener la legalidad hacia intelectuales, activistas y simpatizantes de clase media, para quienes el partido se transformará en un verdadero polo de atracción. Por eso la dirección nacional exigirá que se construyan frentes socialistas en todas las zonas.

c) Los otros frentes

De los otros frentes el más importante, de tanta importancia como el frente obrero y el socialista, es el juvenil. La Juventud deberá emprender una actividad paralela a la del partido en su sector específico de actividad. No queremos dar ninguna línea sobre la forma de encarar la tarea electoral porque ello es tarea de la juventud en su conjunto y de su dirección en todos los niveles. Lo único que podemos decir es que del estudio de los documentos partidarios puede salir una orientación general que los organismos juveniles deberán adecuar a sus tareas específicas. Ellos también deberán constituir frentes juveniles de todo tipo, principalmente obreros y socialistas.

Otro frente muy importante es el específicamente barrial, de sociedades de fomento, que se confunde pero no es estrictamente lo mismo que el frente obrero. Debemos elaborar un programa para las sociedades de fomento y para las municipalidades del interior del país que no tienen proletariado, ya que la lucha pasa ahí por interesar también para nuestro programa y candidatos a sectores de la clase media.

El otro frente de fundamental importancia, aunque solo lo logremos a nivel de ciertos casos esporádicos debe ser el frente de las mujeres, el de la lucha femenina. El hecho que llevamos tantas candidatas mujeres debe ir acompañado de un llamado sistemático a la mujer para liberarse de su doble explotación. Debemos ver qué posibilidades hay de especializar desde la dirección nacional a alguna compañera para que se vuelque ya a los organismos pro la liberación femenina para que apoyen nuestras candidaturas y nuestro programa.

Una vez más: fortalezcamos al partido

Esta frase que “entramos en las elecciones para fortalecer al partido” puede ser peligrosa si no la precisamos, ya que al partido se lo fortalece ampliando el número de periódicos vendidos, de contactos, de propaganda general del partido. Todo eso es cierto pero, en este caso concreto, se fortalece al partido ampliando el número de simpatizantes y militantes.

La dirección del partido no ha querido fijar números preciso porque no conoce bien las posibilidades ciertas que se abren con las elecciones. Ha señalado una posibilidad incierta: todos los locales y zonas del partido debe salir de las elecciones —digamos julio del año 1973— con el doble de militantes, simpatizantes y números de periódicos vendidos. A medida que empieza a esbozarse la campaña ya surge una posibilidad aparentemente cierta que no hemos previsto en todos sus detalles: el surgimiento de pequeños locales en barrios obreros. Habrá que precisar esta perspectiva que se inscribe en las anteriores perspectivas señaladas. Si esta perspectiva se confirma tendríamos que agregar que tenemos que irnos como mínimo al doble de los locales que tenemos actualmente. El tiempo dirá si tenemos que agregar esta nueva perspectiva. Lo concreto, lo inmediato, es que queremos entrar a las elecciones para salir, en lo posible, con el doble de militantes y todo lo que ello signifique en locales, periódicos vendidos, simpatizantes ganados, etc.

Al insistir en que no estamos seguros de estas perspectivas estamos refiriéndonos a varios hechos. Primero, nuestra falta de experiencia en esta actividad. Segundo, la difícil situación objetiva que enfrentamos, llena de posibilidades por la crisis del peronismo y por la situación revolucionaria, por un lado, y de trampas centristas y de confusión, por el otro, complicado por el relativo retroceso del movimiento obrero. Tercero, todavía no sabemos cómo va a responder el movimiento obrero y la vanguardia al proceso electoral, ya que éste no ha empezado de hecho a desarrollarse.

Estos tres factores hacen que la dirección del partido no se haya atrevido a fijar objetivos definitivos, obligatorios, para la campaña electoral. Por el momento nuestros objetivos son estimativos y habrá que precisarlos a mediados o fines de la campaña.

Este carácter estimativo de nuestros objetivos hace más necesario que nunca el estudiar atentamente como enfocar la campaña para evitar que nos equivoquemos en la orientación.

La campaña electoral será una prueba de fuego para la dirección nacional y las diferentes direcciones zonales. De su habilidad para utilizar a fondo todas las perspectivas y posibilidades dependerá en gran medida el éxito de nuestra campaña.

Buenos Aires, 11 de enero de 1973