

Julio

Julio

(esquema preparado por C. Montes y S. Bitar)

Estas notas son un aporte al debate actual del PPD. Terminada la tarea de inscripción e iniciada la formación de apoderados se plantean nuevas interrogantes sobre la manera más eficaz de actuar en los meses que se avecinan.

El documento contiene dos partes. La primera se refiere a la campaña nacional por el NO y la segunda a las orientaciones y tareas del PPD.

I. LO MAS PRIORITARIO ES FORTALECER LA CAMPANA DEL "NO".

1. Diagnóstico de la campaña.

Desde febrero hasta mayo la campaña ha tenido logros importantes: planteamientos de los 14 partidos (contenidos del NO, 21 medidas socio-económicas), inscripciones electorales (cerca de 6 millones), una red de comandos comunales a lo largo del país (más de 200), etc.

Sin embargo, a pesar de los avances, la campaña aún no logra desplegar las potencialidades democráticas existentes en el país; está muy por debajo de las exigencias que impone la campaña del SI y está retrasada considerando que quedan alrededor de 4 meses. (En las últimas reuniones, la COPOL ha iniciado un debate sobre la materia).

Los problemas de la campaña son políticos y operativos.

Políticamente se aprecia un desdibujamiento de su dirección, contenido

Y prioridades para la acción. Operacionalmente, se detecta una

dispersión inconveniente en temas como propaganda, giras y visitas a distintos puntos de Santiago y del país, escrutinios, etc.

Es posible distinguir cinco problemas respecto de los cuales

se debe actuar:

1) La falta personalidad y estatura nacional.

El movimiento por el NO aparece como la suma de partes (centro e izquierda), que orienta su convocatoria a la militancia política y el contenido no logra conectarla con los problemas que afectan

directamente a los distintos sectores. Frente a este problema es

posible diseñar diversas operaciones. A título de ejemplo se

mencionan:

- el diseño urgente de símbolos comunes de carácter nacional para el NO. (Hacer de la bandera chilena y la canción nacional símbolos del NO; disputándolos a la dictadura).

- impulsar una gran marcha de la esperanza u otra operación juvenil

equivalente, que despierte energía y expectativas en todo el país.

- definir alguna expresión de la mujer que unifique esfuerzos y de una imagen fuerte para los próximos 4 meses, donde se destaquen las nuevas posibilidades y se vincule el NO a la seguridad.

- los deportistas, artistas, etc. deben tener sus propios espacios de

expresión y proyección.

- como símbolo de legitimación, convocar al Parlamento de 1973.

2. Carece de la necesaria fuerza unitaria.

La unidad es la principal fuerza del NO. La búsqueda de las

propias identidades debilitan la campaña.

Frente a este problema es necesario diseñar algunas

operaciones o convenir criterios comunes como:

- dar prioridad a la actividad conjunta de la campaña a todos los

niveles.

- fortalecer el Comando por el NO como estructura unitaria (esta

posibilidad debe analizarse realisticallyamente y el PPD debe evaluar la

situación en el Comando del NO).

- acordar que haya un discurso en cada acto. Tratar de que los

dirigentes hablen como dirigentes del NO en primer lugar.

3. Las organizaciones sociales, las Instituciones Democráticas y

dirigentes democráticos no militantes, aún no se incorporan plenamente

a la campaña.

Es necesario buscar (a nivel nacional, intermedio y en la

base) para incorporar a todo el potencial. Si hay acuerdo político, el

equipo responsable de la campaña debe reforzarse enormemente.

4. Falta más persistencia y los mensajes deben concentrarse en los

puntos neurálgicos en la confrontación con la campaña del SI.

La campaña del SI es poderosa pero tiene puntos débiles (15 años de dictadura, uso de recursos públicos, etc). Estos puntos comenzaron ya a perfilarse en la discusión de la COPOL. Es necesario definir el contenido y procedimiento para los próximos tres meses. (prensa, actos, actividad cotidiana en la base).

Una propuesta es una jornada nacional (a fines de agosto) "Juicio a 15 años de dictadura" que ocurra en la base, comunas, provincias y a nivel nacional.

Otra línea es un catastro de los escándalos más destacados del régimen.

5. El Comando del NO es poco eficaz y operativo.

Aún no hay un mando único. Tampoco un plan de campaña. No existe un diseño global que se esté implementando. Las operaciones son iniciativas sueltas sin concepción de conjunto.

Es preciso evaluar en que temas prioritarios debe haber un acuerdo y en que instancias de mando conjunto se puede contar. El PPD puede tomar la iniciativa para dar una nueva respuesta a estas necesidades. La dirección (ya se acordaron algunos pasos) puede convocar a los otros partidos (las 3 ó 4 fuerzas mayores) y proponer una concertación en ciertos temas concretos, evitando un debate general. Entre estos temas se cuenta la campaña, giras, escrutinios y capacidad técnica ofensiva.

ejemplo, Armando Jaramillo, hacia sectores de derecha y Humberto Lagos operaciones políticas, en lo posible, desde el Comando por el NO. Por - nombrar a connotados dirigentes del PPD para que lleven adelante el PPD y la creación de un equipo de campaña.

- diseñar un plan de campaña en base a los criterios ya definidos por pueden sugerir las siguientes iniciativas:
al SI y de enfrentamiento al gobierno diariamente. En particular, se reforzar actividades políticas de fortalecimiento del NO, de combate organización de 20 mil apoderados. Simultáneamente, es preciso Es indudable que el desafío principal es la formación y

1) Definir una línea de acción para fortalecer la campaña del NO.

enfrentar los siguientes aspectos:
aún de mayor envergadura. En esta perspectiva parece conveniente El PPD cuenta con potencialidades como para hacer un aporte hacen campaña en muchos lados.
levantar con fuerza el valor de la dignidad, los militantes del PPD política. Ricardo Lagos en la televisión muestra firmeza democrática y nuevos canales de participación y estilos creativos de acción por el NO: rompe la inercia de las estructuras partidarias abriendo El PPD en seis meses ha hecho aportes sustantivos a la campaña

SUS CAPACIDADES POLITICAS.

II. EL "PPD" NECESITA PRECISAR SUS NUEVAS ORIENTACIONES Y OCUPAR MEJOR



hacia sectores cristianos y protestantes.
- poner a disposición del Secretariado Ejecutivo del Comando a unos 10
6 15 dirigentes nacionales para las tareas unitarias.
- el PPD debe estar presente en todos los Comandos Comunales haciendo
su aporte específico en las actividades unitarias. Igualmente, debe
hacerlo en las organizaciones de jóvenes y mujeres.
- organizar (poner a disposición del Comando) un equipo de ataque y
denuncia a la dictadura y a la campaña del SI.
2) Garantizar el pluralismo y la amplitud.

El despliegue y avance del PPD es atribuible a varios factores, entre ellos a su capacidad de actuar eficientemente con objetivos concretos, a su definición como "especialista del NO" y a su pluralismo. Estos rasgos distintos deben preservarse y fortalecerse en la nominación de las nuevas directivas. Hay que destacar, como se ha hecho, la existencia de militantes de distintas fuerzas políticas y de diversas vertientes, y asegurar que se mantenga una atmósfera de convivencia y comunidad entre personas de distintos partidos políticos e independientes; reflejando adecuadamente la diversidad en todos los niveles.

El PPD, por otra parte, es una organización abierta y debe estimular la participación de muchas personas como apoderados. En este sentido parece conveniente ofrecer al PS Almeida y a la IC (no PPD) una coordinación para formarles apoderados para las zonas en que desde ya se sabe que el PPD tendrá dificultades para cubrirlo con sus propios militantes. Es una posibilidad de mayor concertación.

3) Dinamizar la estructura nacional y los estilos de conducción.

El PPD ha cumplido sus tareas con particular eficiencia.

Las nuevas tareas, sus nuevas responsabilidades y su mayor

tamaño requieren ahora de una mejor definición de las funciones de los

organismos regulares.

Las tareas de la Copol, del Comité Ejecutivo, de otras

instancias técnicas y la ligazón con los PPD regionales y comunales,

deben ser precisadas con procedimientos más normalizados.

La proposición de formar un equipo de campaña es una idea que

debe discutirse.

La discusión podría verse fortalecida si se emite un boletín

periódico a los militantes. En él se podría entregar información y

plantear tareas.

4) Los indecisos.

El área prioritaria en los próximos meses es actuar sobre los

indecisos. El PPD debe organizar un plan de acción en ese sentido. Se

trata de dar argumentos que destaquen la necesidad de cambiar (edad e

incapacidad de Pinochet) y que la oposición es capaz de hacer un

cambio en orden (sin caos, sin retorno a la Unidad Popular y con

mejoramiento de las condiciones de vida cotidiana).

Para fortalecer la capacidad de argumentación es necesario

contar con el manual en preparación que estandarice y difunda los

criterios políticos del PPD para afianzar la democracia.