



Fase final Campaña Referéndum

## UNA CAMPAÑA PARA GANAR

El gobierno socialista, como buen empresario, ha hecho sus cálculos de costes, en su caso políticos, y se ha decidido por convocar el Referéndum como la posibilidad "menos mala" para sus fines atlantistas. Claro está que no plantea un referéndum, como prometió, para salir de la OTAN, sino, bien al contrario, para ratificar nuestra permanencia en la misma. Y pretende ganarlo, de ahí la demora en la convocatoria, en la pregunta y en la fecha, de ahí el misterio hasta el 4 de febrero. Pero ya somos expertos (a palos hemos aprendido) en descifrar la palabrería y la "ética" del presidente y sus colegas de poltrona.

### Apostemos por la victoria

Sobre la pregunta tenemos algunas "pistas": que se evitará, tras estudiado preámbulo, que se refiera exclusiva y escuetamente a la OTAN (para ellos Alianza) induciendo un "sí" con ciertas e hipotéticas "contrapartidas", como la desnuclearización, la no integración en la estructura militar y la reducción de las tropas USA. Contrapartidas invalidadas por la misma exigencia de los USA de esperar a mayo de 1988, tras conocer el resultado del referéndum y la situación creada, para tratar la reducción de tropas. Y entonces ejercerá su presión para que ello comporte una efectiva integración en la OTAN, asegurando que las FAS suplen realmente a las tropas americanas en su efectividad

y funciones o, lo que es lo mismo, implicará la aceptación de la integración en el mando militar, la carga de la nuclearización, etc.

Sobre la orientación de la campaña para conseguir el voto, también tenemos "pistas": en el marco de una estrategia de retrasar la aplicación de medidas antipopulares (buen ejemplo es el tipo de Presupuestos-trampa) la campaña está diseñada para combatir la abstención de la derecha, con una amenaza para los electores socialistas de peligro de dimisión de Felipe —el viejo truco de sacar el espantajo del caos y la crisis sin salida—, y todo ello adobado de "europeísmo", "modernidad" y "occidentalismo" que comportan, nobleza obliga, asumir la OTAN.

Nuestro partido y el movimiento deben estar orientados a ganar el referéndum. Por lo tanto, el objetivo es ganar el mayor número de votos NO. Para ello es necesario que la CEOP desarrolle una campaña que combine las movilizaciones con la argumentación. Es una campaña que se dirige al conjunto de la población, por supuesto a los votantes socialistas y firmemente hacia los sectores de izquierda. Queremos romper la disciplina de voto, queremos conseguir que la gente vote lo que piensa. Es una ocasión de oro para recoger y dar cauce a las aspiraciones de la mayoría de la población. Pero eso sólo se puede conseguir impulsando una fuerte campaña de la CEOP, porque el movimiento pacifista aparezca, porque

lo está, alejado de estrechos intereses partidistas de signo electoralista, y porque solo en torno a los lemas y las acciones de la CEOP se han aunado las más diversas sensibilidades y capas de la población en un poderoso movimiento de masas con el que han confluído sindicatos, organizaciones vecinales, feministas y juveniles.

### Fases de la campaña

Hasta la Marcha sobre Madrid del 23 de febrero el aspecto fundamental es la movilización de masas. Además de esta marcha, hemos de asegurar el éxito de las que se realicen en cada región o nacionalidad y en éstas últimas debemos poner el acento en la afirmación de su carácter nacional. La marcha sobre Madrid debe tener un carácter plurinacional, desligándolo de cualquier carácter "centralista", para mostrarlo como una prueba de fuerza del conjunto de pueblos y naciones contra el gobierno central. Será la primera campaña electoral con movilizaciones de masas porque creemos que por sí mismas contribuyen a la difusión de argumentos y fomentan el voto NO. Posteriormente entraremos en una fase más "clásica" de campaña electoral:

a) "peinando" cada pueblo, cada barrio, con los dípticos, carteles, etc., y dando especial importancia a las actividades de los colectivos en cada barrio (charlas, mítines, pasacalles...);

b) efectuando mítines-festivales centrales con la participación de personalidades, cantantes, etc., junto a los representantes de los pacifistas y líderes del resto de movimientos interesados.

c) desbloqueando los accesos a los medios de comunicación, prácticamente vetados a los pacifistas, para popularizar las posiciones de la CEOP y evitar que los únicos portavoces sean los electoralistas de turno.

d) implicando a todos los movimientos sociales, mediante la realización de Encuentros sectoriales entre profesionales que amplíen la imagen pública de la campaña y supongan un compromiso en la misma; efectuando en CCOO la propuesta de realizar Asambleas de Delegados sindicales para decidir el NO y la participación en las acciones y mítines del movimiento; implicando a las AAVV para que impulsen el voto NO en sus barrios; impulsando cortejos y aparición pública del movimiento feminista y su contribución a la campaña.

### Argumentos

Frente a la intoxicación atlantista, debemos hablar de OTAN, no de Alianza, denunciando la "pareja ideal" OTAN-Europa que presenta el Gobierno como una organización militar hegemónica por los USA y cuyo jefe supremo real es Reagan; deberemos explicar qué es Europa hoy realmente, qué es la CEE y desenmascarar las "contrapartidas", a la vez que abordar otros aspectos, como gastos militares, neutralidad y militarización de la sociedad. Hay que mostrar a la OTAN como lo que es: mayor peligro de guerra, instrumento en manos yanquis. El lema de la marcha del 23-F resume bien nuestra argumentación: "Por la neutralidad: OTAN NO, BASES FUERA".

### Organización del voto NO

Desgraciadamente la miopía del PCE está llevándole a impulsar una campaña paralela y divisionista. La mejor forma de contrarrestar los efectos negativos de esta división es una política firme de alianzas en torno a la CEOP, que ponga el centro de gravedad en la campaña del movimiento, obligándoles a tener que contribuir en el reforzamiento del esfuerzo unitario o correr el riesgo de hacer el ridículo. El protagonismo y el contenido de la campaña son los de la CEOP y en torno a ellos se debe configurar de forma amplia y sin ninguna timidez un tejido de alianzas y apoyos que en cada nacionalidad o región tendrán características peculiares, que permitirá la libertad para hacer otras acciones o para justificar su adhesión en función de la totalidad o solo de parte de los objetivos de la CEOP. Temas como la organización de los interventores para la votación, la campaña de entrega del 5% del salario mensual para financiar la campaña, la extensión a nuevas zonas donde el movimiento no está organizando y la difusión del voto NO, pueden ser firmes bases de acuerdos de colaboración de partidos y todo tipo de organizaciones con la CEOP, que se pueden estructurar en Comisiones de Seguimiento o Apoyo a las propuestas de la CEOP y conseguir la extensión y masificación de la campaña.