

PROPAGANDA y agitación



101-B

8506336

(60)

MOSCOTIVA
 Molluscus
 desinforma
 circulos INBARE
 quon TRILIO
 SACCOMANNO



De la Revista "SUPER HUMOR"

(sigue en pag. 28)

62

8506336

PROPAGANDA COMO TIPO DE ACTIVIDAD

El término "propaganda" y los tipos de actividad relacionados con él tienen su larga historia. Esta palabra proviene del verbo latín "propagare" lo que inicialmente significaba el trabajo de cultivar árboles.

Al principio del siglo XVII la iglesia católica pasó a denominar con la palabra "propagare" la difusión de las ideas religiosas, de la fé religiosa. Al mismo tiempo, era el período de la historia caracterizado por el ascenso vertiginoso de la burguesía, clase revolucionaria por aquél entonces la que aspiraba a través de la aguda lucha política e ideológica acabar con el feudalismo que históricamente había agotado ya sus posibilidades e instaurar su dominio.

La burguesía de aquél período, siendo clase en ascenso, estaba interesada en el triunfo de la verdad histórica, de la cual ella era portadora. Las trabas feudales frenaban el desarrollo sucesivo de la sociedad. Por lo tanto la burguesía se empeñaba en revelar y condenar los vicios de la vieja sociedad, en establecer una instrucción política e ideológica de las masas que fuera adecuada a sus fines para ganarlas a su lado. Mientras tanto, sólo con la ayuda de propagación de las ideas avanzadas de aquél tiempo, sólo a través de convencer a las masas en la necesidad de eliminar las relaciones feudales, era posible educarlas, arrancarlas de la influencia de la ideología feudal.

Para denominar el proceso de difusión de sus ideas, la burguesía adoptó del catolicismo el concepto de "propaganda", asociándolo con la verdad que ella misma llevaba. Así la propaganda llegó a ser uno de los instrumentos más eficientes de la lucha ideológica de clase que desplegaba la burguesía contra la aristocracia feudal, y contra los fieles defensores de sus intereses: la iglesia y la religión. Un papel enorme jugaron en esta lucha los ilustradores burgueses. Ellos supieron aprovechar al máximo la fuerza de la propaganda.

A su vez, las fuerzas que representaban el feudalismo estaban interesadas en ocultar la verdad histórica que llevaba la burguesía y que arraigándose en la conciencia de la sociedad, arrancaba las masas del dominio feudal. Para poder mantener su dominio, el feudalismo objetivamente se vió obligado a emprender el camino del engaño ideológico.

y político de las masas. C. Marx y F. Engels en el "Manifiesto del Partido Comunista" han precisado el carácter y la naturaleza de este engaño: "Para crearse simpatías era menester que la aristocracia aparentase no tener en cuenta sus propios intereses y que formulara su acta de acusación contra la burguesía sólo en interés de la clase obrera expoliada... A guisa de bandera, estos señores ensalzaban el caso de mendigo del proletariado a fin de atraer al pueblo. Pero cada vez que el pueblo acudía, advertía que sus pasaderas estaban orzadas con el viejo blason feudal y se dispersaban en medio de grandes e irreverentes carcajadas". 1)

Es característico que la misma tendencia obtuvo el sucesivo desarrollo en la época de transición del capitalismo al socialismo.

La lógica lamentable del desarrollo histórico de la formación capitalista conllevó a que la burguesía, de haber cumplido su misión histórica, se convirtiera de la clase que en el período de su ascenso revolucionario representaba los intereses de "toda la humanidad oprimida" 2), en una clase reaccionaria, que se esforzaba por frenar el sucesivo desarrollo social, económico y político de la sociedad.

Precisamente en aquél período la burguesía y sus doctrinas políticas-sociales pasaron a convertirse en una fuerza de orientación anti-proletaria bien expresada. Según planteaban C. Marx y F. Engels: "A partir de aquél día cuando la burguesía obtiene toda la plenitud del poder, a partir de aquél día cuando el poder del dinero suprime todos los privilegios feudales y de aristocracia, aquél mismo día la burguesía deja de ser revolucionaria y progresista y ya no avanza más, precisamente este día el movimiento de la clase obrera se convierte en rector, en el movimiento de toda la nación". 3)

A medida que la burguesía iba convirtiéndose de la clase progresista en una fuerza cada vez más reaccionaria, la propaganda burguesa como instrumento de la instrucción ideológica y política de las masas iba cayendo en desuso. Por su contenido y forma hacía recordar cada

1) C. Marx F. Engels, Obras escogidas, t. 1, p. 131, Ed. Progreso.

2) F. Engels, "Anti-Dühring", p. 31. Ed. "Pueblos Unidos". Uruguay.

3) Carlos Marx, F. Engels, Obras completas, t. II, p. 575, (edición rusa).

vez más el proceso de manipulación con la conciencia de masas, lo que había sido característico para el feudalismo en el período de su retirada del escenario histórico. Ahora la propaganda tenía por función asegurar la conservación del dominio de la burguesía en todas las esferas de la vida en la sociedad.

A partir de mediados del siglo XIX la moral e ideología burguesas que ya habían pronunciado su palabra en la historia, bajo la presión de la nueva moral e ideología revolucionarias del proletariado que sucedía a la burguesía, se vieron obligadas a comenzar su repliegue, que venía acompañado por encarnizadas luchas ideológicas. La propaganda burguesa que en otros tiempos representaba la verdad histórica de la clase revolucionaria ascendente, pasó a plasmar la mentira histórica de la clase en decadencia.

Así, pues, la función de educación ideológica y política de las masas pasó de la burguesía a la clase que le era antagónica, al proletariado, a la clase obrera, con su concepción del mundo auténticamente científica, marxista-leninista, la única, que en forma auténtica reflejaba la verdadera naturaleza de los procesos económicos, políticos, sociales y otros que se estaban dando en la sociedad.

MASIFICACION

Para toda la historia de la humanidad ha sido una ley la incorporación paulatina pero indeclinable de las masas cada vez más amplias a los procesos políticos-sociales. Cuando más amplia sea la acción histórica que se opera en una sociedad concreta o en todo el mundo en general, tanto más amplias serán las masas de hombres, que participen en los acontecimientos y transformaciones, impulsados por esta acción, tanto más activa será la participación creadora en ellas de las masas. Había tiempos, cuando los procesos revolucionarios se operaban con la participación de centenares y miles de hombres. Luego se les sumaron millones y decenas de millones y, por fin, centenares de millones, e incluso, miles de millones de hombres fueron incorporados a la creatividad histórica activa a través del desarrollo objetivo de la sociedad.

El proceso de incorporación de las masas a la acción histórica explicaba no sólo por los factores objetivos del desarrollo económico de la sociedad. Los factores subjetivos, relacionados con la actividad

EXHIBILE



Las fuerzas revolucionarias en el terreno de la educación política e ideológica de las masas también jugaban un gran papel.

En este sentido es muy demostrativa la experiencia de la labor propagandística acumulada por los partidos comunistas y obreros.

El trabajo científico de C. Marx y F. Engels, su actividad de publicistas que ellos desarrollaban en la primera mitad del siglo XIX, la lucha ideológica y política de la Asociación Nacional de Trabajadores, fundada por ellos, nos presentan primeros modelos de la incorporación de las amplias masas populares a los procesos revolucionarios. Una etapa muy importante en la elaboración ulterior de los fundamentos científicos de la propaganda revolucionaria la constituyó la actividad de Lenin, del Partido bolchevique y de la Internacional Comunista, cuya fundación es el mérito de Lenin; al igual que toda la labor del Partido Comunista de la Unión Soviética, la de otros partidos hermanos, los que continuaron la elaboración de la propaganda en las condiciones históricas totalmente diferentes de las anteriores, siempre tomando en consideración nuevas tareas de la lucha revolucionaria.

En grandes rasgos, esta es la historia de la propaganda, su papel, lugar, y la importancia que tiene en los procesos sociales relacionados con la transición de una formación explotadora a la otra y de la última formación explotadora a la no explotadora.

Sin embargo, hay diferencia de principio entre los procesos que se operan en nuestra época y aquellos que caracterizaban las épocas pasadas. Actualmente se ha profundizado y agudizado enormemente el conflicto entre las dos clases antagónicas rectoras -la clase obrera y la burguesía-. Este conflicto afecta todos los aspectos de la vida, puesto que estas dos clases constituyen dos fuerzas diametralmente opuestas por su naturaleza económico-social y política. Es por eso que la lucha de ideas entre estas dos fuerzas, la lucha por ganarse las masas ha adquirido tanta importancia. Es por eso que los partidos hermanos atribuyen tanta significación a la propaganda, que es el instrumento de la lucha ideológica y política en sus manos.

1438
Podrían sacarse al menos dos conclusiones de este resumen del desarrollo de la propaganda. Primero: en su lucha por el poder las clases ascendientes tenían que asegurarse el apoyo a las masas, atraerlas
del otro lado. Uno de los instrumentos más importantes en la consecución de este objetivo siempre eran la propaganda y la agitación.

Segundo: La lucha por ganarse las masas plantea nuevas tareas. En

8306338

la esfera de la ideología la clase ascendente siempre estaba interesada en esclarecer a las masas, hacer que las masas tomen conciencia de sus verdaderos intereses y lleguen a comprender la verdadera razón de los procesos que van desarrollándose en la sociedad. Mientras que la clase en decadencia siempre tenía por objetivo desorientar a las masas en lo que se refiere a sus verdaderos intereses. Tratando de identificar sus propios intereses con los de las masas y tergiversar el sentido de la lucha de clases que se libran en la sociedad.

En lo que concierne la política, la clase en ascenso está interesada en la organización de todas las fuerzas sociales para solucionar las tareas que se plantean ante la sociedad. Mientras que la clase descendente se esfuerza por desorientar a las masas, divorciarlas de la fuerza que está en ascenso, mantenerlas bajo su dominio político e ideológico con el fin de debilitar la ofensiva de la fuerza antagónica.

Así pues, las dos funciones de la propaganda, manipuladora y educativa, y dos funciones de la agitación, organizadora y desorganizadora, se determinan partiendo de la situación que ocupan las clases en la sociedad, de las tareas históricas que vienen a solucionar.

Por supuesto esta comparación tan literal es un tanto convencional, puesto que expresa nada más que dos tendencias fundamentales, propias al desarrollo y el funcionamiento de estos dos instrumentos de la lucha ideológica y política.

En adelante volveremos a estas cuestiones y ahora vamos a detenernos en la función ilustradora de la propaganda, en los fundamentos filosóficos y psicológicos de la propaganda comunista. Analicemos también el lugar que ocupa la propaganda en la actividad del Partido.



(17)



11-3-86

8506336 - (OW)

FUNDAMENTOS FILOSOFICOS Y PSICOLOGICOS DE LA REVOLUCION COMUNISTA
EL LUGAR DE LA PROPAGANDA DE LA ACTIVIDAD DEL PARTIDO

Instruir a las masas significa pertrecharlas con el conocimiento auténtico del carácter que tienen los procesos de la naturaleza y la sociedad, formar en ellas la idea sobre las leyes que rigen estos procesos, enseñarles cómo se puede influir sobre estos procesos a favor de las masas. Esto se logra sólo sobre la base de una teoría científica estricta, comprobada por la práctica. La única teoría verdaderamente científica es la doctrina marxista-leninista.

Uno de los fundamentos del materialismo dialéctico lo constituye la teoría marxista-leninista del conocimiento. En ella están formulados los principios generales sobre los cuales está estructurada la propaganda como el proceso de transmisión y asimilación de los conocimientos. En la teoría del conocimiento el problema fundamental es el de la verdad, del grado de veracidad de los conocimientos que obtiene el hombre y por los cuales está guiándose en su actividad práctica. La función principal de la propaganda ilustradora dimana directamente de la doctrina marxista leninista sobre la verdad.

En la interpretación marxista-leninista la verdad es el reflejo adecuado de la realidad en la conciencia, comprobado por la práctica. La verdad no es construcción especulativa y arbitraria de unos y otros objetos en la mente sino que es la reproducción de los mismos tales como existen fuera e independientemente de nuestra conciencia. La teoría científica no tendría ningún valor práctico si no suministrara conocimiento verídico de la realidad.

Todo conocimiento es verídico y objetivo si refleja correctamente la realidad. La objetividad es la propiedad inalienable de cualquier verdad. Porque no existen verdades no objetivas. Si un conocimiento no es objetivo, entonces ya no es la verdad, sino una invención, mentira, ilusión, un engaño o una equivocación, un error.

El progreso de la sociedad, la orientación racional de un individuo, así como la de grupos y clases sociales en el mundo circundante, así como la de grupos y clases sociales en el mundo circundante, es más importante, en transformación eficiente de la realidad no se lleva a cabo en virtud del error, sino a pesar de él, en virtud del reflejo justo y verídico de las cosas y los procesos, de sus propiedades y relaciones. La propaganda comunista está llamada a popularizar, a llevar a las masas precisamente los conocimientos verdaderos

que son verdades absolutas. Es un lo que consiste su función ilustradora. Sin embargo, la ilustración, la enseñanza, es nada más que la función inicial de la propaganda comunista, la que no se limita a formar "la conciencia culta (ilustrada)". La propaganda trata de influir sobre la conciencia de las masas, para estimular la formación de la conciencia de clase, hacer comprender que la sociedad burguesa ya está condenada y vehicular la determinada conducta política de las masas. El crecimiento de la conciencia de clase, estimulado con la ayuda de propaganda es tan sólo una premisa indispensable para que se forme una determinada conducta política de las masas. LA TAREA PRINCIPAL DE LA PROPAGANDA COMUNISTA CONSISTE EN PROVOCAR LA ADECUADA CONDUCTA POLITICA DE LAS MASAS.

Resumiendo todo lo expuesto en la presente sección, vamos a señalar que en toda la actividad ideológica del Partido la propaganda constituye un eslabón que vincula la teoría con la práctica de la lucha de clases. La propaganda comunista estimula la transformación activa y consciente de la vida social.

Su papel y su importancia van creciendo junto con el aumento de las masas incorporadas a la activa creatividad social. La propaganda de la concepción del mundo marxista-leninista es inconcebible sin la lucha contra la concepción burguesa, profundamente enemiga, sin la lucha contra todas las tergiversaciones oportunistas y revisionistas de la doctrina comunista.

119



8506336

43-86

(108)

La propaganda generalmente tiende más a la esfera de la actividad ideológica, mientras que la agitación constituye el instrumento principal de la política.

Analicemos la correlación entre la propaganda y agitación.

La diferencia que existe entre la ideología y la política se observa también entre la propaganda y la agitación:

Hemos hablado ya con bastante detalle sobre las funciones más generales de la propaganda, las que, en definitiva, se reducen a la tarea de transformar las ideas en una fuerza material, según señalaba C. Marx: "Las ideas por sí mismas no pueden hacer NADA. Para la materialización de las ideas se necesitan hombres, los que deben de aplicar la fuerza práctica". La fuerza práctica según los fundadores del marxismo-leninismo es ante todo, la fuerza política de las masas, en cuyo nacimiento influye también la agitación política.

Sin reforzar la actividad ideológica y propagandística con la agitación, la propaganda pierde en cierto modo su importancia. La propaganda crea la conciencia culta. Pero la conciencia culta, instruida, puede ser pasiva y no ejercer ninguna influencia activa sobre el desarrollo de los procesos sociales, sobre la conducta social de los hombres. Sólo a través de la agitación política es posible transformar la conciencia pasiva en activa. La tarea de unir la teoría con la práctica, la ideología con la política, y el comunismo científico con el movimiento obrero, es al mismo tiempo la tarea de organizar la estrecha interacción entre la propaganda y agitación.

La historia de desarrollo del movimiento revolucionario ha revelado determinadas tendencias que existen en la correlación entre la propaganda y agitación. Al principio cuando el partido revolucionario apenas surge, va formándose, trata de aglutinar y cohesionar ideológicamente a los elementos avanzados de la clase obrera y de otras capas trabajadoras de la sociedad; en este período el papel de la propaganda es sumamente grande. Pero cuando el partido ya se ha formado y elaborado su programa político de lucha y pase a las acciones revolucionarias,

activas, encaminadas en definitiva, en la lucha por el poder, en este período la agitación es la que adquiere el significado especial, aunque la propaganda tampoco pasa al segundo plano. La tarea de la agitación es organizar a las amplias masas y movilizarlas para

el cumplimiento de las tareas inmediatas de la lucha política. De aquí dimana la primera diferencia entre la propaganda y la agitación: la propaganda es principalmente el instrumento de ideología, mientras que la agitación pertenece a la política.

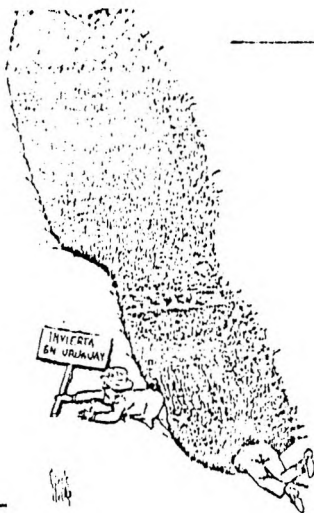
Decimos "principalmente", porque la propaganda que se realice entre la gente más o menos instruida comprende las funciones de agitación, del mismo modo que la agitación dirigida a los círculos más amplios de la sociedad tiene las de la propaganda.

Todo lo planteado permite formular otra diferencia más entre la propaganda y agitación: la propaganda vinculada esencialmente con la ideología, con la difusión de ideas y concepciones, constituye una especie de instrumento estratégico, y su tarea fundamental es garantizar la consecución de los objetivos estratégicos finales del movimiento, ligados con las metas más generales de la transformación comunista de la sociedad. En cuanto a la agitación, sirve a la lucha política cotidiana y por consiguiente está subordinada a la solución de las tareas tácticas, que se plantean ante el movimiento.

Ciertas diferencias existen también en la profundidad y el volumen de ideas que llevan a sus auditorios la propaganda y la agitación, en la escala de los propios auditorios a los que se dirigen. V.I. Lenin señalaba: "Un propagandista que trata por ejemplo, la cuestión del paro forzoso, debe explicar la naturaleza capitalista de las crisis, señalar la razón de que éstas son inevitables en la sociedad actual, indicar la necesidad de transformar la sociedad capitalista en socialista, etc. En una palabra, debe ofrecer "muchas ideas", tantas, que todas estas ideas en su conjunto sólo podrán ser asimiladas en el acto por pocas (relativamente) personas.

En cambio el agitador al hablar de esta misma cuestión, tomará un ejemplo, el más destacado y conocido de su auditorio -pongamos el caso de una familia de parados, muerte de hambre, el aumento de la miseria, etc. -, y aprovechando este hecho bien conocido por su auditorio, tratará de ofrecer a todos, a cada uno, a la "masa", una sola idea: la idea de la contradicción absurda entre el incremento de la riqueza y el aumento de la miseria, tratará de despertar en las masas el descontento y la indignación contra la irritante injusticia, dejando al propagandista la explicación completa de la contradicción". 1)

1) V.I. Lenin. Obras escogidas. t. 1, p. 201.



Sin embargo, a pesar de toda la distinción que existe entre la propaganda y agitación, las dos se encuentran en una unidad orgánica, la que fue caracterizada muy bien por N.K. Krupskaya: "Entre la propaganda y agitación no hay muros de piedra. El propagandista capaz de promover al auditorio con la llama de su entusiasmo es al mismo tiempo agitador. El propagandista que sepa convertir la teoría en una guía de acción, indudablemente, favorece el trabajo del organizador.

En la propaganda que realizaba Lenin había elementos de agitación, estaba bien expresado el momento de organización, sin embargo, ello no le quitaba a la propaganda su vigor e importancia". 1)

A pesar de que la propaganda y agitación tienen cada una sus tareas específicas, se basan en los principios únicos.

Los principios de la propaganda y agitación revolucionaria han sido elaborados por V.I. Lenin sobre la base de toda la experiencia anterior, acumulada por la clase obrera en la lucha contra sus adversarios ideológicos y políticos.

12

1) N.K. Krupskaya: "Sobre Lenin", compendio de intervenciones", Moscú, 1934, p. 137, (ed. rusa).

8506336

PRINCIPIOS LENINISTAS DE LA PROPAGANDA

• Lenin en primer lugar exigía de los propagandistas el partidismo, la intransigencia para con los enemigos de clase abiertos y ocultos, o sea, con los oportunistas y revisionistas de todo pelaje. "El problema se plantea solamente así: ideología burguesa o ideología proletaria. No hay término medio". 1)

El principio de partidismo, propio de todas las intervenciones de Lenin como se ha expresado en sus discursos y artículos, se resume de manera clara y completa en su artículo: "La organización del partido y la literatura del partido: "En contraposición a los hábitos burgueses, en contraposición a la prensa burguesa empresarial, mercantilista, en contraposición a la literatura burguesa arrribista e individualista, al "anarquismo señorial" y a la carrera tras el lucro, el proletariado social-demócrata deber afirmar, realizar y desarrollar, de la forma más amplia y completa posible, el principio de la literatura de partido". 2)

El enfoque partidista a todos los fenómenos de la vida social según Lenin es el principio más importante en la actividad de los propagandistas, los que están obligados a desplegar la lucha ideológica desde las posiciones de la clase obrera, que es la más revolucionaria en la sociedad contemporánea, expresar y defender sus intereses.

Lenin enseñaba: "Es sabido que el desarrollo de los partidos es al mismo tiempo condición previa e índice de la madurez política de un pueblo. Cuanto más desarrollada políticamente, más instruida y más consciente sea, la población o la clase en cuestión, más elevado será en general, el nivel de desarrollo de sus partidos...Y se comprende desde el punto de vista de la lucha de clases, que así tiene que ser: el apartidismo o la falta de precisión partidista y la desorganización de los partidos significa la inconsistencia de la clase social (eso, en el mejor de los casos, pero también puede significar, en el peor de ellos, que las masas están engañadas por aventureros políticos, fenómeno éste harto conocido en los países parlamentarios)". 3)

1) V.I. Lenin. Obras escogidas, t. I, p. 150

2) V.I. Lenin. Obras completas. t. X, p. 38

3) V.I. Lenin. Obras Completas, t. 24, p. 503

Lenin estimaba que "ningún periódico puede reconocerse como órgano de prensa comunista si no obedece las directrices del partido. Este principio debe aplicarse a toda la producción literaria: revistas, libros, folletos, etc., tomando en consideración su destinación científica, propagandística y otra". 1)

Partiendo precisamente de esta exigencia leninista, en toda la prensa periódica comunista, que publica en las condiciones de los estados burgueses, se atribuye tanta importancia a la idea de Lenin acerca de que "El periódico comunista nunca debe convertirse en una empresa capitalista, como lo son los periódicos burgueses... Al contrario, la posición irreconciliable de los órganos de prensa de nuestros partidos de masa en lo tocante a las cuestiones sociales que tienen que ver con el proletariado, más que otra cosa va a crearles una autoridad incondicional. Nuestro periódico no debe servir para satisfacer el afán de sensaciones del público o para su entretenimiento. No tienen que ceder a la crítica de los literatos pequeñoburgueses y de los sútiles periodistas para poder tener acceso a los salones". 2)

Para la propaganda leninista era propio el carácter combativo, la orientación hacia un objetivo concreto en la difusión de las ideas del marxismo. Abordaba muy oportuna y operativamente los problemas candentes de la lucha ideológica y política. La labor propagandística no se reducía a la defensa. Incluso, en aquellos casos, cuando la tarea de las fuerzas revolucionarias era hacer frente a los adversarios ideológicos y rechazar sus intentos de pasar a la ofensiva, Lenin enseñaba a responder con la contraofensiva y no con la defensa. El escribía: "Si tu enemigo se muestra aturdido ante el primer ataque serio, apremiárate a descargar sobre él nuevos golpes, redoblando la fuerza y la frecuencia de éstos". 3) Para la lucha ideológica y política tienen una gran importancia las indicaciones de Lenin sobre la realización de las amplias denuncias políticas, que tengan el carácter de amplias campañas ofensivas de propaganda y agitación. 4)

El principio rector de la propaganda comunista Lenin consideraba

1) V.I. Lenin, y la Internacional Comunista"4, 1970, p. 170, ed. rusa.

2) V.I. Lenin y la Internacional Comunista"4, 1970 p. 170, ed. rusa.

3) V.I. Lenin. Obras Completas, t. 6, p. 76

4) V.I. Lenin. Obras Completas, t. 5, pp. 163-166, pp. 174-175, 182-

183-344. t. I de Obras Escogidas, p. 170.

8506336

su veracidad, el deber de decir la verdad al lector, no rehuir los problemas candentes y agudos que se plantean ante el movimiento. "Nosotros no somos socialistas-revolucionarios, no necesitamos decoraciones pintarrajeadas. El partido del proletariado exige la verdad". 1)

A Lenin le provocaba especial indignación "la falsedad y la falacia interiores, los intentos de rehuir la esencia de los problemas, escamotear a la opinión pública del partido, y las decisiones de manipular las ideas y los hechos". 2) Lenin se indignaba contra aquellos que temen la verdad desnuda, la miran con una mirada o un gesto en forma superficial". 3)

Lenin veía en la veracidad de la propaganda su invencibilidad.

El subrayaba, que la violación del principio de veracidad "la frase mentirosa, la mentirosa jactancia es la perdición moral, segura señal de la perdición política". 4)

Como ya hemos señalado en las secciones anteriores, la veracidad de la propaganda comunista está condicionada por la veracidad de la ideología marxista-leninista, por el hecho de que la última corresponde a la realidad objetiva. Por eso la propaganda y agitación leninistas se basan en los principios de la ciencia, en el enfoque histórico-concreto a los procesos y hechos, en el principio del historicismo. Lenin exigía que las intervenciones de los propagandistas tuvieran como base los hechos exactos e indiscutibles. "Para que esa base sea verdadera, es necesario tratar no hechos aislados, sino el conjunto de los hechos que atañen al problema en discusión, sin una sola excepción, puesto que de otra manera inevitablemente nacerá la sospecha muy legítima, de que los hechos fueron elegidos o adaptados arbitrariamente y que en lugar de una correlación objetiva y una interdependencia de los fenómenos históricos en su conjunto, nos sirven un montaje "subjetivo" para justificar posiblemente un asunto sucio". 5)

Lenin más de una vez destacaba esta idea criticando el subjetivismo que manifestaban en la política los líderes burgueses y pequeñoburgueses.

1) V.I. Lenin. Obras Completas, t. VII, p. 138

2) V.I. Lenin. Obras Completas, t. VII, p. 126

3) Lenin. Obras Completas, t. 36, p. 587

4) Lenin. Obras Completas, t. 9, p. 284

5) Lenin. Obras Completas, t. 23, p. 274-275

8506336

101

La importancia que atribuía Lenin a la exactitud de los datos en la elaboración de la línea política (y, por consiguiente, de la línea a seguir para la agitación y la propaganda), se ha manifestado palpablemente en la manera escrupulosa de reunir datos, generalizarlos y analizar el material factológico, necesario para la elaboración de la línea política del partido. En una de sus cartas, Lenin vuelve a insistir en esta exigencia: "El marxismo se basa en hechos, y no en posibilidades. El marxismo puede aceptar como premisas de su política hechos probados con toda exactitud y que no admitan discusión". 1)

Este planteamiento de Lenin tiene relación directa con las palabras de F. Engels que el escribió en el "Prefacio" a la obra "La situación de la clase obrera en Inglaterra". Respondiendo a los críticos burgueses, Engels señala: "No vacilo un momento en desafiar a la burguesía inglesa a que pruebe, siquiera en un sólo hecho que de algún modo sea de importancia para el punto de vista general, una inexactitud, y pro bármela con pruebas tan auténticas como las que yo he presentado". 2). La exactitud absoluta, el carácter objetivo y fidedigno de los datos que utilizaba V.I. Lenin en sus obras científicas e intervenciones publicísticas servían para desarmar a sus adversarios. Precisamente ésto destaca con énfasis Y.V. Chicherin, compañero de lucha de V.I. Lenin, hablando de que el último posee la capacidad de convertir un amontonamiento de palabras buenas, sentimientos o afirmaciones agradables, en un montón de basura, ofreciendo a su interlocutor los puros hechos reales de la realidad viva". 3)

Lenin exigía ligar estrechamente la labor propagandística y de agitación con la vida, con los problemas y tareas que preocupan al auditorio. El propagandista tiene que "ser capaz de determinar sin equivocarse ante cualquier problema en cualesquiera circunstancia, el estado de ánimo de las masas, sus verdaderas aspiraciones, necesidades y pensamientos, saber establecer sin la menor sombra de falsa idealización su grado de conciencia y la fuerza de la influencia de unos u otros prejuicios o reminiscencias del pasado." 4)

(16

V.I. Lenin. Obras Completas, t. 35, p. 245

2) Federico Engels, "La situación de la clase obrera en Inglaterra", México, p. 30

3) Memorias sobre Lenin V.I., Moscú, t. 4, p. 414. (ed. rusa)

4) V.I. Lenin. Obras Completas, t. 33, p. 175

8506326

Sin la aplicación consecuente en la vida de este principio, Lenin concebía la labor política e ideológica eficiente con el fin de atraer a las masas al lado del movimiento revolucionario.

El principio leninista más importante de la propaganda consiste en persuadir a las masas en la certeza de la línea política de los comunistas, la conquista de las masas a su lado por medio de la explicación consecuente de sus posiciones. Lenin señalaba, que en el caso contrario se alteraría la correlación correcta entre la vanguardia del movimiento y las masas. Lenin consideraba imprescindible lograr "la confianza mutua" entre la vanguardia y las masas y exhortaba rectificar los errores cometidos en este terreno, puesto que ellos pueden convertirse en "fuente de un peligro político", llevar a "la quiebra política". 1). Lenin no se cansaba de subrayar: "Debemos plantear el asunto en toda nuestra más decidida reprobación quienes conciben la política como mezquinos artificios, rayanos a veces en el engaño. Es necesario corregir sus errores. No se puede engañar a las clases" 2).

El fin de esta manera la política y la propaganda permitía a Lenin conquistar la confianza del auditorio al que se dirigía. A sus intervenciones les era ajeno el carácter declarativo, él siempre afirmaba sus puntos vista en una polémica abierta con las concepciones de sus adversarios políticos e ideológicos, citadas textualmente en el contexto.

Lenin abogaba por la comprensibilidad de la propaganda para la conciencia de las masas, insistía en abrir el máximo terreno a las facultades individuales de cada propagandista y agitador, para que se manifeste la manera específica de comunicarse con el auditorio, para que ellos pudieran adaptar su trabajo al lugar, las condiciones y a las demandas del auditorio determinado.

Por último, Lenin señalaba que "sin un programa asentado sobre la base de los principios y políticamente congruente, resulta imposible abordar el problema de la propaganda y la agitación de un modo más o menos serio y amplio" 3).

1) V.I. Lenin. Obras completas, t. 32, p. 205

2) V.I. Lenin, Idem, p. 207

3) V.I. Lenin. Obras completas, t. 6, p. 106

ALGUNOS PROBLEMAS DE ORGANIZACION DE LA
PROPAGANDA PARTIDISTA

el concepto de
estrategia y
táctica en la
propaganda.

Los problemas de organización, planificación y dirección del proceso propagandístico vienen determinados por los objetivos y tareas que se plantea el movimiento comunista en general y cada uno de sus destacamentos. Son condicionados también por las particularidades que caracterizan el país concreto y el momento que se vive. A su vez, las tareas y los objetivos se determinan partiendo de la estrategia política y la táctica. Lo hemos señalado hablando, en grandes rasgos, sobre las tareas de la propaganda. Ahora sería importante analizar cómo se relacionan la estrategia y la táctica en la política con la estrategia y la táctica en la propaganda.

Veamos primero los conceptos básicos de los que se trata.

La estrategia es la determinación de los objetivos del movimiento y de las tareas principales a resolver para su consecución. La táctica es la selección de los métodos y medios, la secuencia y la oportunidad de su aplicación para la solución de las tareas inmediatas y una etapa determinada del movimiento hacia el objetivo planteado. La ideología es el sistema de teorías, ideas y concepciones de la sociedad, que reflejan los intereses de una clase concreta.

La ideología formula el objetivo final de una clase y el carácter de los métodos y medios con la ayuda de los cuales esta clase lucha por conseguir este objetivo. La política es el conjunto de acciones prácticas, que se llevan a cabo sobre la base de los métodos y medios determinados en el transcurso de la lucha por los objetivos, formulados por la ideología. La propaganda difundiendo, arraigando y reafirmando en las masas la ideología, sirve de instrumento para convertir las motivaciones ideológicas en la acción política.

La propaganda exitosa asegura que las masas tomen conciencia de los objetivos del movimiento y de las tareas concretas, cuya resolución les permite avanzar hacia el triunfo en la lucha de clases. Por lo tanto, el problema de correlación entre la estrategia política y la táctica es el problema de correlación entre los objetivos y tareas inmediatas y finales del movimiento. La condición más importante de que la actividad propagandística sea exitosa y contribuya a lo máximo

a la aplicación de la política del partido consiste en que las tareas inmediatas de la propaganda estén adecuadas a los objetivos finales. Cualquier paso en la propaganda, al igual que su orientación general, tienen que proyectarse y valorarse bajo un sólo ángulo: ¿hasta qué grado estas o aquellas acciones tácticas acercan el partido hacia su objetivo estratégico final? Dicho de otro modo, la estrategia y táctica enseñan ¿hacia qué objetivo hay que orientarse y cómo, paso por paso, ir subiendo hacia la cima? La estrategia y la táctica de la propaganda coadyuvan a la aplicación de la política, convenciendo a los trabajadores en su certeza, despertando en ellos la decisión y la disposición para actuar, contribuyendo a la organización de las masas en torno a las consignas políticas. Por ejemplo, en la actualidad el objetivo político del imperialismo respecto a los países socialistas consiste en acabar con el régimen socialista.

Así, pues, la política es la forma superior de la lucha de clases. Tiene sus objetivos finales (estratégicos) e inmediatos, (tácticos). Los objetivos finales siempre están relacionados con la solución de los grandes problemas que está enfrentando el movimiento comunista en todos los países (pueden ser problemas del movimiento de liberación nacional, de la lucha por las profundas transformaciones democráticas burguesas o socialistas de la sociedad, etc.) Pero en todo caso, una de las tareas primordiales es la sistemática educación política e ideológica de las masas, orientada hacia la solución de los problemas cardinales, hacia la inculcación a las masas de la idea sobre la necesidad de llevar a cabo las profundas transformaciones.

Este aspecto de la actividad ideológica y política del partido está enlazada con la solución de tareas estratégicas del movimiento - con la propaganda del carácter estratégico.

Por supuesto, la propaganda de ese tipo no puede divorciarse de las tareas actuales del movimiento y se concentra exclusivamente en el esclarecimiento de los ideales a los cuales ella exhorta. La propaganda que resuelve las tareas del carácter estratégico, tiene que estar al corriente de los problemas actuales de vida de los trabajadores, seguir muy de cerca los problemas que les preocupan. Pero estos problemas son el punto de partida del que arranca la propaganda para esclarecer las tareas del movimiento en el futuro.

La propaganda que tiene que ver con la solución de las tareas tácticas, de la lucha cotidiana, cumple, naturalmente, otras funciones. Son temporarias, lo que se debe al suceder muy rápido de acontecimientos.

tos, a los permanentes cambios que se operan en la situación y exigen maniobras. La propaganda y la agitación de este tipo tienen no tanto el carácter conceptual, como político, actual, son más polémicas, más agudas y publicísticas, apelan más a lo emocional en la percepción, etc.

Estas son las diferencias de principio entre la propaganda del carácter estratégico y la del táctico.

Pero la diferencia esa no alza un muro infranqueable entre ellas. La propaganda encaminada en la solución de las tareas tácticas del carácter político, necesariamente tiene que preparar la consecución del objetivo estratégico. Al igual que la propaganda de los objetivos estratégicos, su esclarecimiento ante las masas permite convencer a las últimas en lo cierto e importante que es la lucha política inmediata, ayuda a las masas en la solución de los problemas tácticos del movimiento. En otras palabras, las tareas inmediatas de la propaganda siempre tienen que adaptarse a los objetivos finales, servir para su consecución, al igual que la táctica sirve (y se subordina) a la estrategia.

Las diferencias manifestadas en las funciones que ejercen dos tipos de propaganda implican diferencias en los métodos y procedimientos de su realización y en los medios que cada una de ellas utiliza. Hablando de los medios cabe mencionar que la propaganda que realiza las tareas tácticas de la política utiliza como medios principales (en diferentes condiciones de la lucha) volantes, cartelones, periódico, folio, etc., o sea los medios más operativos de la información. Mientras que a la propaganda del carácter conceptual que persigue objetivos más distantes y ofrece la interpretación y explicación más profundas de los problemas, corresponden más otros medios: folletos, libros, revistas, ciclos de conferencias, etc.

Junto a ello la propaganda de ambos tipos tiene una tarea común, en la cual V.I. Lenin habló reiteradas veces, exhortando a "utilizar todas las manifestaciones del descontento, reunir y elaborar todos los elementos de protesta por embrionaria que sea" 1), y exigiendo a "ser primero en plantear, en acentuar y en resolver toda cuestión democrática general" 2) y "cultivar la revolución hasta que madure el fruto" 3).

1) V.I. Lenin. Obras Completas, t. 5, p. 437

2) V.I. Lenin. Obras Completas, t. 5, p. 432

3) Lenin. Obras Completas, t. 44, p. 181, (en ruso)

La organización de la propaganda El sistema concreto de organizar la propaganda una campaña u acción propagandística, depende enorme cantidad de factores, los que caracterizan multifacéticamente la situación concreta en el país, reflejan el grado de preparación de la conciencia de las masas para la percepción del mensaje propagandístico y las posibilidades que tenga el partido comunista u obrero de organizar el proceso propagandístico, etc.

La consideración de cada uno de estos factores es de extraordinaria importancia, puesto que cada uno de ellos es capaz de influir radicalmente en toda estructura orgánica de la campaña o acción propagandística que se prepare. Por lo tanto, no puede haber una receta "universal" de cómo organizar el proceso propagandístico?

Cuanto más específica y más adecuada a las condiciones concretas sea la propaganda, cuanto más se tomen en cuenta las peculiaridades de la situación, las posibilidades e, incluso, el carácter nacional, tanto más probables serán las garantías de éxito.

No vamos a limitarnos con enumerar los factores más importantes que se deben tomar en consideración en la organización del trabajo propagandístico en el partido.

Es indudable que un papel enorme pertenece en la propaganda a los factores psicológicos. Sin embargo, sería un error muy grave confiar solamente en la fuerza de la influencia que ejercen los factores psicológicos: las medidas orgánicas invariablemente tienen que acompañar la propaganda. Sólo la propaganda bien organizada puede contribuir a que las ideas se traduzcan en la fuerza política de las masas.

Es preciso recordar que el éxito en la organización de la propaganda puede garantizarse siempre y cuando la última aborde problemas más candentes, más actuales. Es necesario dirigir las expectativas del auditorio, pues resulta posible movilizar al hombre para las acciones determinadas si existe la coincidencia más o menos completa entre sus convicciones y la exhortación propagandística. Por eso la última tiene que ser dirigida al hombre en el lugar adecuado y en el momento oportuno. Hay que tomar en cuenta que las masas suelen reaccionar en forma muy enfática sólo a los sucesos que se están dando en el momento. En relación a ello los propagandistas, al organizar campañas o acciones propagandísticas tienen que estructurarlas vinculando con uno de los acontecimientos que tenga lugar en el momento dado. La exhortación, por supuesto, debe enseñar a la gente cómo debe ser su conducta para reaccionar en forma adecuada a los acontecimientos en curso? La

clusión sería que es inútil organizar una campaña o acción propagandística, llamar a la gente a actuar, arrancando del suceso que todavía no preocupa a las masas, o ya dejó de preocuparlas.

La segunda observación se refiere al carácter ininterrumpido del proceso propagandístico. Si este proceso está organizado de manera que las masas se encuentren constantemente bajo su influencia, las posibilidades del éxito se multiplican.

Hay que tener presente que la propaganda se basa en la educación paulatina e incesante de la conciencia política de los individuos. Los estímulos encerrados en el mensaje propagandístico tienen que suceder uno tras otro. El estímulo que pierda su eficacia, debe inmediatamente sustituirse por otro. En la propaganda comunista tiene que observarse el principio de continuidad de los estímulos.

En resumen, se necesita una constante influencia propagandística sobre las masas. Las campañas propagandísticas por más intensivas que sean, como regla general no proporcionan éxito deseado si se organizan de tanto en tanto. Aún más, una campaña propagandística intensa o inesperada habitualmente choca con bastante resistencia de los que son objeto de propaganda.

Claro está, esto no significa que el proceso propagandístico tenga que organizarse siempre en un sólo nivel. La propaganda tiene sus ascensos y descensos, los que se determinan por el grado en que la exhortación propagandística coincide con la disposición del auditorio para asimilarla, lo que a su vez depende de la situación política en el país y del nivel que haya alcanzado en su desarrollo la conciencia de las masas.

De todas maneras, lo más importante es que el proceso propagandístico es una línea ininterrumpida y no intermitente, una curva que refleja todos los ascensos y descensos de los que se habló.

11-3-86

CON

22



PRINCIPIOS ORGANICOS GENERALES DE LA PROPAGANDA PARTIDISTA

Principios de organización de la propaganda partidista.

La propaganda que está a cargo del partido es variada, utiliza distintos métodos, apela a diferentes auditorios, es dirigida por los comités de partido y los organismos de diferentes niveles, desde el Comité Central hasta las organizaciones de base. Sin embargo, la propaganda del partido, orientada hacia un objetivo común y realizada en los marcos del trabajo orgánico general del partido, en todos sus niveles se atiene a una serie de principios generales.

Pueden mencionarse los siguientes principios más importantes que rigen la organización de trabajo de Partido en el terreno de la propaganda:

- 1) Combinar la propaganda interna del partido con la de masas.
- 2) Llevar a cabo la propaganda en el lugar de residencia y de trabajo de los integrantes del auditorio.
- 3) Combinar la propaganda centralizada con la local (o sea, con la propaganda horizontal con la vertical).
- 4) Ejercer el control partidista de la propaganda.
- 5) Planificar la propaganda.

Debido a que el partido es el destacamento organizado que reúne a los trabajadores más conscientes y tiene por objetivo familiarizar a las masas con la teoría del socialismo científico, la propaganda partidista en primer lugar se desarrolla entre los militantes. En organizada en forma de estudios políticos (teóricos). Estos estudios tienen su base permanente, se llevan a cabo sistemáticamente y plantean como objetivo el mejoramiento continuo de la formación marxista-leninista de los militantes, la elevación de su nivel teórico, de la conciencia política y de su firmeza orgánica. En la instrucción política a la par del estudio de la teoría del marxismo-leninismo se analizan y asimilan las tesis básicas de los documentos del partido, de las obras e intervenciones de los dirigentes del partido, etc.

Las formas orgánicas de la instrucción partidista son múltiples, no obstante reflejan como regla general, la heterogeneidad de las masas del partido. Existen formas de estudio que corresponden al nivel no muy elevado de la preparación teórica y de la enseñanza general.

de los militantes (escuelas primarias de la educación política, círculos de instrucción política, etc.). Existen formas destinadas a los que tienen preparación y enseñanza más elevadas. A este nivel de estudio, los oyentes tienen mayor autonomía e independencia y no solamente escuchan las conferencias del propagandista, sino también preparan por su propia cuenta ponencias teóricas para los seminarios y las discusiones. Y, por último, los comunistas más capacitados se ocupan del estudio de los problemas más complejos de la teoría; en sus estudios se apoyan, principalmente, en el trabajo independiente con las obras de los clásicos del marxismo-leninismo y con otras obras teóricas sobre la doctrina del comunismo científico.

Al mismo tiempo, el partido se esfuerza por difundir las ideas del socialismo científico en las masas. En este terreno la organización de la propaganda tiene sus particularidades, ya que no se trata de trabajar con los comunistas convencidos, sino interesar con las ideas comunistas a la gente que todavía está lejos de tener la conciencia socialista o a la que sólo va cobrándola, pero ya posee cierto nivel de instinto y de conciencia de clase. A estas alturas la tarea del propagandista es conducir a la gente hacia la interpretación científica de las regularidades que actúan en el desarrollo de la naturaleza y la sociedad.

Cada partido tiene sus formas de organizar la instrucción política de las masas. Habitualmente se crean círculos de trabajadores que reúnen a los simpatizantes que tienen propósito de adquirir ideas claras sobre la política y concepciones comunistas. Se lleva a cabo la propaganda en forma de conferencias. La propia vida va ofreciendo formas en que el partido tiene que organizar la instrucción política de las masas. Por ejemplo, muchos partidos organizan la lectura sistemática de los periódicos, que es la forma elemental de la labor propagandística y de agitación en las masas.

A diferencia de la instrucción partidista, la educación política de las masas no puede basarse en los postulados teóricos. Se requieren otros métodos de la labor propagandística, que tomen en cuenta la falta de organización o el nivel muy bajo de ella en el auditorio, la heterogeneidad y la numerosidad del mismo. Todo ello exige al propagandista que exponga los objetivos y las tesis fundamentales del socialismo científico en forma muy popular y paulatina, ilustrándolos con los hechos de la vida.

Es donde más se vigoriza la plasmación de la exigencia leninista

de llevar a cabo una constante labor de educación de las masas o ayuda de las revelaciones políticas, la labor que permita a los trabajadores a familiarizarse con las leyes principales que rigen la lucha de clases y el desarrollo de la sociedad. Para lograr un contacto auténtico con el auditorio de masas y "llegar a cada uno de sus integrantes", como decía Lenin, es imprescindible llevar a cabo la propaganda en todas partes donde haya trabajadores, no limitar su área con el lugar de trabajo de la gente. Es preciso hacer todo para que las enormes masas de la gente, amas de casa, pequeños comerciantes, artesanos, etc. no se escapen de la influencia propagandística del partido.

Con los grupos mencionados se debe trabajar en el lugar de residencia: en los barrios, en los centros culturales, etc.

Para aumentar la eficacia de todos los medios y canales de propaganda y subordinarlos a los objetivos y tareas del partido, el último tiene que controlar su funcionamiento:

- a) controlar la dirección de la propaganda;
- b) controlar el funcionamiento del sistema de propaganda (el contenido, la información, la planificación, la coincidencia con las directrices del partido, etc.);
- c) los dirigentes de los órganos propagandísticos y de la red de propaganda tienen que rendir cuenta en forma sistemática ante los respectivos comités del partido.

La propaganda, al igual que cualquier otra actividad del partido, tiene que planificarse. La planificación permite asegurar la secuencia de la propaganda, incluirla en el conjunto del trabajo partidista en general, concordarla con otras direcciones de actividad, abarcar todos los aspectos necesarios de la labor ideológica, organizarla en forma sincronizada, sin fallos ni fracasos.

En la esfera de propaganda y del trabajo ideológico se someten a la planificación los siguientes elementos:

- 1) las campañas propagandísticas;
- 2) los temas fundamentales de las intervenciones propagandísticas;
- 3) la temática, la sucesión y los plazos de realización de las actividades propagandísticas.

8505336

113-86

10M

Tareas de la
contrapropagan-
da comunista

La comparación de las características más generales, propias de los dos sistemas de propaganda, evidencia que los comunistas se ven obligados a combatir, en primer lugar, los intentos de la propaganda burguesa encaminados en camuflar su fisonomía verdadera y manipular con la conciencia y la conducta de las masas trabajadoras. Por consiguiente, la contrapropaganda tiene por cumplir las siguientes tareas:

- 1) llevar al enemigo al terreno que sea desventajoso para él en la lucha ideológica, esto quiere decir, hacer comparaciones de ideas, revelar su orientación política y de clase;
- 2) poner al desnudo los métodos propagandísticos de enmascarar el interés social de la burguesía y descubrir, "quien saca la ventaja" (V. I. Lenin);
- 3) denunciar los concretos métodos informativos y psicológicos a los que acude la burguesía para manipular con la conciencia y el comportamiento de las masas;
- 4) revelar la falsificación y la mentira con las cuales la burguesía trata de contraatacar el marxismo, el movimiento comunista, la política del socialismo real.



M-286

(CON)





Trabajo con los
materiales didác-
ticos de la propa-
ganda y agitación.

Es el trabajo más complejo de la organizaci
de base, que requiere muchos esfuerzos. - Las fo
mas didácticas de la agitación -carteles, consi
nas, llamamientos, fotovitrinas, etc. - son mu
eficaces. Tienen una importancia singular en
trabajo con los analfabetos o semianalfabetos.

¿Cuáles son las leyes de hacer un cartel?

1) El cartel debe expresar una sola idea bien concreta.
2) La idea tiene que expresarse a través de la imagen artística.
3) Lo más importante en el cartel es el dibujo que tiene que ser comprensible. El cartel debe ofrecer el mínimo de texto, puesto que el dibujo no es sino la clave para comprender el dibujo. Cuanto más conciso sea el texto, tanto más atractivo será el cartel. Se podrá ofrecer varios consejos acerca de ¿cómo ordenar los materiales didácticos de propaganda y agitación?

1) Los carteles, letreros, etc. suelen colocarse en los lugares de mayor concurrencia pública.

2) El cartel tiene que colocarse de manera que la gente lo vea espontáneamente, que salte a la vista y no se lo busque con la mirada. Se recomienda escoger para eso el lugar donde la gente demore el paso o se detenga.

3) Es preferible que en el lugar escogido no haya otros carteles que despisten la atención, deformen la impresión y dificulten la percepción y la recordación. Suelen hacerse varios ejemplares de un cartel que se colocan en un lugar donde el público lo vea de paso. Entonces, la repetición del mismo contenido (o argumento) ayuda a conseguir el efecto deseado. Exponiendo sus carteles al lado de los que pertenecen a los partidos enemigos, recibimos la posibilidad de llevar a cabo una eficiente lucha ideológica entre ellos.

4) Los carteles deben permanecer colocados tanto tiempo como lo requieran las tareas y condiciones concretas y tienen que corresponder a la situación por su contenido y la forma.

5) Mal puestos, colocados con negligencia, manchados de goma y de tinta, los carteles y retratos no hacen sino desprestigiar la idea.

que expresan, provocando impresión desfavorable sobre el partido al que pertenecen.

6) Es inadmisibles que los medios didácticos de propaganda y agitación masivas caídos en desuso, sigan expuestos, a no ser que el propio hecho de su exposición pública signifique el éxito político.

En principio, los carteles y letreros descoloridos, rotos, que contienen consignas anticuadas pueden desacreditar la idea que propagan y a sus autores.

Un lugar importante ocupan en la propaganda del partido los así llamados corresponsales obreros y campesinos (populares). Son trabajadores que colaboran permanentemente fuera de plantilla en los órganos propagandísticos, en los periódicos, la radio, etc. El gran valor de su trabajo consiste en proporcionar a estos órganos materiales locales y ayudar a crear un cuadro más completo de la vida del partido y en el país. Son ellos los que permiten al partido estar al corriente del estado de ánimo de las masas, conocer sus problemas urgentes, reaccionar en forma rápida a todos los cambios que se operen en la situación político-social. Muy a menudo los militantes del partido que ocupan cargos dirigentes y están bien informados sobre la situación en una u otra región, o empresa, son designados como corresponsales populares. Se les incumbe enviar sistemáticamente materiales a los órganos propagandísticos.

Es muy importante crear la institución de corresponsales obreros y campesinos para los partidos que libran la lucha por el poder. Estos partidos deben disponer de la prensa de masas, íntimamente ligada a los trabajadores. La fuerza de la prensa comunista reside en que siempre se nutre de la información que suministran los obreros, campesinos y otros trabajadores. La mejor variante de asegurar el aflujo permanente de la información sobre la vida cotidiana del pueblo trabajador es educar a un grupo, grande a lo máximo, de corresponsales obreros y campesinos, los que gradualmente vayan convirtiéndose en los activistas del partido, en su sostén.

Los corresponsales populares necesitan la ayuda, el apoyo, los consejos, tienen que estudiar constantemente. Los comités u organizaciones del partido destacan el trabajo con los corresponsales populares como su función especial.

2) La labor propagandística masiva de organizaciones del partido
deben organizar la instrucción política de las masas, elaborar consignas necesarias, preparar los mítines y manifestaciones en el

8506336

plano propagandístico y, además, organizar la propaganda didáctica y la agitación.

Todas las organizaciones del partido llevan a cabo la labor política e ideológica en las masas, ateniéndose a un esquema que, habitualmente, se expone en los materiales especiales del partido. Sin embargo, existen rasgos y formas generales de esta labor que son útiles para saber.

En primer lugar, es deseable que se cree la red permanente de labor propagandística y de agitación que permita mantener el contacto ideológico vivo con las diferentes capas de la población. La dificultad que generalmente ofrece este trabajo es la escasez de cuadros de la bibliografía política popular. En este sentido, los periódicos pueden constituir una base importante para el trabajo sistemático de la instrucción política de las masas. La simple lectura de los periódicos ofrece amplias posibilidades para entablar conversaciones con los trabajadores, discutir con ellos los problemas más esenciales de la vida y variar las actitudes del partido y las actividades del gobierno.

Otro aspecto que ocupa un lugar notable en la labor propagandística de las organizaciones del partido es la elaboración de consignas.

Las consignas concretas surgen en base de las generales, rigen para todo el partido y toda la nación, pero siempre adecuándolas a las tareas y condiciones locales. En una consigna lo más importante es que contenga indicaciones para las acciones concretas las que pueden emprenderse para la solución de una u otra tarea.

Se plantean las siguientes exigencias a las consignas:

- 1) la consigna tiene que expresar una sola idea.
- 2) Su composición tiene que hacerla accesible para todos.
- 3) Tanto mejor es la consigna, cuanto más breve sea.
- 4) Entre más fácil es para recordar, más popularidad va a ganar.



TELEFONOS

11-306

30



SÍ... AHORA TENEMOS COSAS QUE ANTES NO TENÍAMOS...



11-3-86



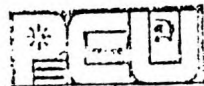
Sección EDUCACION

Comisión Central de Propaganda

11.3.06

LOWI

132



85003335