

Porque sabemos lo que hay en 1917 con el PC
1
(Centros Partidos Comunistas)

¿QUE HARIA HOY LENIN CON SU P.C.? ¿Queremos decir con su

Personal Computer, con su ordenador personal, off course. En 1917 tan solo veinte mil obreros bolcheviques, que estaban en la ferocemente exigida proporción de uno por cada siete mil quinientos siobitos del Imperio del Zar, entrenados y dirigidos por Lenin y Trotsky, empapados de una correcta Teoría revolucionaria, automodificados por años de correcta práctica de lucha clandestina, galvanizados por la oportunidad de una crisis coyuntural favorable correctamente analizada, movilizaron a las masas, tomaron San Petersburgo, hicieron la Revolución de Octubre y en solo diez días estremecieron al mundo.

(semanas antes de que estallara la revolución de 1905) Trotsky escribió un folleto que esbozaba, programática y ^{mente} proféticamente el plan de acción: que ~~se ejecutaron en la Rusia soviética~~ este esbozo de un

"Avanzar a los obreros de las máquinas y los talleres; sacarlos de la fábrica a la calle; dirigirlos a las fábricas vecinas; proclamar un paro en éstas y llevar nuevas masas a la calle. Así, pasando de una fábrica a otra, de un taller a otro, creciendo en el camino y batiendo los obstáculos policíacos, atrayendo y reuniendo a los transeúntes, absorbiendo grupos que crecen en sentido contrario, llevando los ~~sejos~~ calles, apoderándose de los primeros edificios adecuados para efectuar asambleas, atrincherándose en los edificios, utilizándolos para celebrar asambleas revolucionarias permanentes con un auditorio en constante cambio y desplazamiento; se pondrá orden en el movimiento de masas; se fortalecerá su confianza; se les explicará el propósito y el sentido de los acontecimientos; y así se transformará finalmente a la ciudad en un campamento revolucionario: este, en rasgos generales, es el plan de acción".

Solo unas semanas después ese ~~esbozo~~ esbozo de plan se revelaría profético. Escrito, repetitivo,

Entre el otoño de 1901 y febrero de 1902 LENIN escribió ^{fideliamente} una de las cumbres de la literatura política revolucionaria. Una obra a la vez implacablemente concreta, pegada a la realidad concreta rusa de una época concreta (1901-1902), y luminosamente generalizable para cualquier época. ¿QUE HACER?

Tareas Problemas candentes de nuestro movimiento. Allí se lee (todavía hoy se debe leer) ¡¡¡:

Que LENIN y TROTSKY fueron dos genios revolucionarios es una evidencia. Pero hoy, ~~no~~ desaparecida en combate ~~político~~ ~~económico~~ la URSS, ~~que~~ ~~le~~ ~~obligó~~ a hacer la ~~política~~ ~~amenazante~~ política militar de USA, ¿ pueden enseñarnos LENIN y TROTSKY algo útil para resolver nuestros problemas de 1993? Si. Pueden.

"¿ QUE HACER? ", ~~en~~ ~~el~~ ~~LIBRO~~ ~~DE~~ ~~LENIN~~ ~~QUE~~ ~~ACLARA~~ ~~EL~~ ~~PROBLEMA~~ ~~DE~~ ~~1993~~.
 PUBLICADO EN 1902

en 1904, parece un relato histórico del desarrollo de los acontecimientos en las Revoluciones rusas de 1905 y 1917. (X)

LA ~~CONTRADICCIÓN~~ DE PRECIO Y VALOR. Como cobrar un cuarto de millón de pesetas por encubrir dos folios (Caso real 1989). El problema. El análisis. La estrategia. Su aplicación y sus resultados. Estudio del panfleto.

LA FLECHA DE GUILLERMO TELL (La construcción de)

1a - Caso n.º 2 : Como evitar el peligro de un Tanque de diez mil Tn de etileno en un puerto con un solo panfleto (Caso real año 1984). El problema. El análisis. La estrategia. ~~Estudio del panfleto~~ y notas de prensa. Su aplicación y sus resultados. Estudio del panfleto. Estudio de las notas de prensa.

PROVOCAR PROHIBIENDO PARA TENTAR

1a - Caso n.º 3 : Como lograr que se agote la tirada de un panfleto y que la demanda obligue a hacer una 2ª tirada (Caso real año 1981). El problema. El análisis. La estrategia. Su aplicación. Estudio del panfleto y sus resultados.

LA PROFECIA QUE SE CUMPLE A SI MISMA,

1a - Caso n.º 4 : Como lograr que se llene el cine de mayor aforo de Barcelona para un mitin de un "outsider" con entradas numeradas (Caso real 1973). El problema. El análisis. La estrategia. Su aplicación y estudio de los instrumentos empleados. Estudio de los instrumentos empleados.

MOVIDA POR DISPOSICIÓN DE CONTRARIOS O LA EXAGERACIÓN (Y LA SATURACIÓN)

2a - Caso n.º 7 : Como llenar el ^{cine} ~~cine~~ local de mayor aforo de Estella para una Mesa Redonda sobre Pedagogía Infantil (Caso real 198) El problema. El análisis. La estrategia. Su aplicación y sus resultados. Estudio de los panfletos, cartillas y Notas de Prensa.

- BRUTO ES UN HOMBRE HONRADO O LA REITERACION (Resple de victimas).
- Felipe gonzalez, el torturador gangrencido y su canallada juridica

El cartel: un grito en la pared. La octavilla: un grito en la mano. El titular: te la juegan en 7 palabras. ~~El cartel~~ Los riesgos del panfleto: el gatillazo y el interruptus.

TIMED DANADOS ET DONA FERENTES.

Caso nº 6 Como lograr con una tirada de ~~2000~~ ^{dos mil} ejemplares de un panfleto que la gente haga ~~1000~~ ¹⁰⁰ ciento veinte mil fotocopias, ~~en~~ ^{por} lo menos. (Caso real 1979). El problema. El analisis. La estrategia. Su aplicacion y sus resultados. Estudio del panfleto.

2ª

GATO POR LIEBRE.

Caso nº 8 Como lograr que los periodistas hostiles al MNLV ~~atendan~~ ^{atiendan} a una serie de mensajes con los tesis del MNLV (Caso real 1988) El problema. El analisis. La estrategia. Su aplicacion y sus resultados. Estudio de la Nota de Rema.

2ª

¡Aquí esta Rodas, salta aquí!

Caso nº 5 Como ^[poder] estar seguro de ~~ni un solo~~ ^{afiliado/a} ~~va~~ a "saltarse ~~las~~ páginas" de un informe (Caso real 1982 y 1990). ~~Los~~ problemas. los analisis. las estrategias. Su aplicacion y sus resultados. Estudio de los instrumentos.

1ª

Non bis idem

Caso nº 1 Como mandar un saludo a ~~los~~ ^{el día del cohete de los Sanfermines} ~~premios~~ ^{la penonera y los} premios vascos del Concurso Viejo de Pamplona sin repetirse y mezclando ~~ni~~ ^{mezclando} nostalgia con la confianza en la victoria (Caso real 1993). El problema. El analisis. La estrategia. Su aplicacion y sus resultados. Estudio del panfleto.

1ª

HACER DE CAÑAS LANZAS.

Caso nº 9 Como construir un panfleto ~~de~~ ^{de} usando los datos de una encuesta sociológica (Caso real 1991). El problema. El analisis. La estrategia. Su aplicacion y sus resultados. Estudio del panfleto.

2ª

Tres casos catalanes:

Caso nº 10. La excelente campaña publicitaria en prensa de Maragall para la eleccion de Alcalde de Barcelona 1991. Las excelentes campañas electorales de ERC y CIU para las autonómicas catalanas de 1992. Analisis de los problemas, ~~y~~ ^{las} relaciones y los instrumentos. El lanzamiento de un outsider para President del Bansa en 1993

2ª

Programa de las Jornadas

PRIMERA SESION (Cinco horas)

Primera parte: UN BAÑO RAPIDO DE SOCIOLOGIA DEL CONOCIMIENTO

El embrujo de las elefantas, el hombre mutante y el círculo social. La imagen. El Teorema de THOMAS. El filtro de Sherif. Valores, actitudes y esquemas de comportamiento. Grupos de referencia. Hedonistas, autoritarios, igualitarios, individualistas, autoritarios. Comunicación, publicidad, propaganda, adaptación, ideología, persuasión, manipulación, opacidad, saturación, censura, ocultamiento, tergiversación, aparatos de estudio, oligopolio, mentiras varias, criminal, neolengua, no bueno, doble pensar, mutabilidad del pasado, pensar bien, paracrímen, lógica, dialéctica. El cartel: un grito en la pared. La octavilla: un grito en la mano. El titular: te la juegas en 7 palabras. El desplegado: un discurso en la pared. Los riesgos del panfleto: el gatillazo y el interruptor. Te leen o no te leen, esa es la cuestión.

Segunda parte. ANALISIS DE CASOS (I)

SEGUNDA SESION (Cinco horas) COMO SE HACE

Demostración, por operadores expertos, de la utilización del P. C. (Personal Computer, ordenador personal) para la elaboración de carteles, octavillas, panfletos, edición de textos y elaboración de audiovisuales.

TERCERA SESION (Cinco horas).

Primera parte

TECNICAS VIEJAS Y NUEVAS DE PERSUASION CAPITALISTA.

~~Como materia de estudio~~

cultural, como producto del trabajo social.

CRITICA DEL PAPEL DE LA INFORMACION

La noticia como artefacto. La noticia como producto fabricado, manufacturado y distribuido. La noticia como mercancía sujeta del fetichismo de la mercancía. La función ideológica es específica de la mercancía informativa. La máscara de la noticia. Las vicisitudes de la información, tan malas como las noticias a cuyo estudio se consagran. Las falsamente científicas preguntas de Lasswell (¿quién dice qué por qué medios a quien con qué efecto). Cuatro filtros o series de filtros principales de las noticias.

LAS ELECCIONES POR ORDENADOR. El secreto de las victorias de Reagan, Thatcher y Bush. El experto mormon. EL PINS (Political Information Systems). El antecedente MEXON 68.

Cruzada informática y victoria por ordenador. Loreo computarizado. Etnicos marginales.

Plan de acciones iniciales. Las denuncias de CHOMSKY.

LA REVELACION DE LA CRISIS MUNDIAL DEL CAPITALISMO REAL, LA BESTIA DE MAASTRICHT Y LA NECESIDAD DE LA PROSPECTIVA.

Segunda parte ANALISIS DE CASOS II

"Lo principal, por supuesto, es la propaganda y la agitación entre todos los sectores de la población."

A) Una consigna que fue profética:

"¡Dadnos una organización de revolucionarios y removeremos a Rusia de sus cimientos!"

B) Una consigna que HOY sigue vigente:

"Lo principal, por supuesto, es la propaganda y la agitación entre todos los sectores de la población". "Debemos ~~ir~~ ir a todas las clases de la población, como propagandistas, como agitadores y como organizadores!"

y D) un texto que ilumina nuestro problema de 1993:

"Si un propagandista trata, por ejemplo, el problema del desempleo, debe explicar la naturaleza capitalista de las crisis, mostrar ~~la~~ causas que las hace inevitables en la sociedad actual, exponer la necesidad de transformar en sociedad capitalista en socialista, etc. En una palabra, debe comunicar "MUCHAS IDEAS", tantas, que todas ellas en conjunto podrán ser asimiladas en el acto solo por pocas (relativamente) personas. En cambio, el agitador, al hablar de este mismo problema, tomará un ejemplo, el más destacado y más conocido de su auditorio - pongamos por caso, el de una familia de parados muerta de inanición, el aumento de la miseria, etc - y, aprovechando ese hecho conocido por todos y cada uno, orientará todos sus esfuerzos a inculcar en la "masa" UNA SOLA IDEA: la idea de cuán absurda es la contradicción entre el incremento de la riqueza y el aumento de la miseria; tratará de DESPERTAR en la masa el descontento y la indignación contra esa flagrante injusticia, dejando al propagandista la explicación completa de esa contradicción. Por eso, el propagandista actúa principalmente por medio de la palabra impresa, mientras que el agitador lo hace de viva voz. Al propagandista se le exigen cualidades distintas que al agitador".

C) Una pregunta que sigue siendo la pregunta que NOS DEBEMOS HACER: "¿Tenemos suficientes fuerzas para llevar nuestra propaganda y nuestra agitación a todas las clases de la población?"

Ese texto ^{de LENIN}, repetimos, ilumina NUESTRO GRAVISIMO PROBLEMA DE HOY, 1993. Como escribe LENIN en otro lugar de la misma obra: "La experiencia revolucionaria y la habilidad de organizacion son cosas que se adquieren con el tiempo. Lo que hace falta es querer firmarse en uno mismo las cualidades necesarias! Lo que hace falta es tener conciencia de los defectos, cosa que en la labor revolucionaria equivale a mas de la mitad de de su correccion". ~~...~~ Nuestro defecto de hoy es olvidar el aviso de Fidel Castro: "los reaccionarios aprendieron antes que los revolucionarios" Porque es cierto que en las revoluciones hay mas imaginacion, se inventan mas cosas, pero se tarda mucho en elaborables y ^{en} convertir los hallazgos en manuales de aplicacion. ¿Que nos mede hoy en 1993?

Pues que el tardocapitalismo crepuscular que hoy se debate en una pavorosa crisis ~~...~~ global mundial (mas grave que la de 1929-1945) ha aprendido muy bien ^(la leccion teorica y practica de LENIN sobre) la fenomenal eficacia de los agitadores. Y los emplea ^{masiva, aplastante y omnipresentemente}. Los datos ^{son concluyentes. Porque}

No ya ^{El 70ⁿⁱ, el 80ⁿⁱ, el 90ⁿⁱ, el 95% de la poblacion} ^{sino} ve diariamente la television. Segun una reciente encuesta del CIRES la unica actividad realizada por la casi totalidad de los entrevistados de cualquier segmento social es ver la television. Es la UNICA actividad que realiza con frecuencia mas de la mitad de la poblacion ~~...~~ y si se suman los que dicen ~~...~~ verla "con frecuencia" y "de vez en cuando" quedan a ser el 87% mientras que ninguna otra actividad llega al 50% sumando esas dos repuestas.

Y ver television es ver anuncios, ver spots. 70.000 ^{al año} ~~...~~ ^{en nuestro cerebro.} Y cada uno de esos 70.000 es un agitador en accion. Es un agitador que se ha gastado decenas de millones de pesetas en ~~...~~ imaginar, perfeccionar, ensayar, probar y contrastar la forma de comunicar una sola idea eficazmente en 15 segundos.

La exposicion diaria a ese chorro de decenas de miles de acciones de agitadores modifica el cerebro. Lo modifica porque lo acostumbra a una sintaxis nueva. Es decir a unas normas nuevas de combinacion de palabras en unidades mayores (frases) y de relaciones contraindas por las palabras dentro de las frases. - Lo modifica porque una sintaxis nueva es un lenguaje nuevo y porque la implantacion de un lenguaje nuevo en el cerebro mucho frecuente y diariamente ~~...~~

usado condiciona la facilidad de ~~respuesta~~ de aceptación de otro lenguaje y/o el estímulo para responder a él.

NUESTRO PROBLEMA DE 1993 es que a esa casi totalidad que componen los telespectadores intentamos llegar NO con agitadores ^(tan eficaces como en los 70.000 anuales) sino con propagandistas que intentan comunicarnos MUCHAS IDEAS en textos rutinarios escritos en lenguaje distinto, con ~~una~~ sintaxis distinta del lenguaje y de la sintaxis implantada en sus cerebros por ^{la acumulación} varios centenares de miles de agitadores ^(demostramos que van acumulando) ~~eficaces~~.

Naturalmente, vamos de culo. Casi ninguno de nuestros militantes lee enteros los comunicados que ellos mismos burocratan. Casi ninguna periodista lee enteras nuestras notas de prensa. Casi nadie coge del melo para leerlas las octavillas que tiramos. Casi nadie pasa del título al texto en los artículos o cartas al director que publicamos. Casi nadie ~~sabe~~ que no sea forzado a ello por disciplina lee nuestras ponencias o informes. Todo texto nuestro de más de un folio es apartado a un lado tachado "a priori" de rollo, paliza, pasada.

Ante esos hechos, porque son hechos y no exageraciones, farfullamos como excusa un falso diagnóstico: es que hoy la gente no lee. ~~NO~~.

NO. ES QUE NO NOS LEE A NOSOTROS.

Porque frente a las espadas-laser de los Jedi del Capital, frente al lenguaje y la sintaxis ~~de los~~ supertecnificados, superprofundizados, ~~y~~ superelaborados de los opets, nosotros oponemos las hachas de sílex de nuestro lenguaje y nuestra sintaxis rutinarios, amateurs, ramplones y apremurados de propagandistas ~~olvidados~~ del ayer.



EL PROBLEMA ES MUY GRAVE PERO TIENE SOLUCION

Para pensar en el problema, para estudiar su solución (que la tiene) y, sobre todo, ^{para} aprender a aprenderla y ^{aprender} el método para aplicarla una vez aprendida es para lo que se realizarán estas Jornadas.

SERAN JORNADAS TEORICO-PRACTICAS

Como escribió LENIN en ¿QUE HACER?:

"Sin teoría revolucionaria tampoco puede haber movimientos revolucionarios. Jamás se imitará bastante sobre esta idea en unos momentos en que a la prédica de moda del oportunismo se une la afición a las formas más estroadas de la actividad práctica... Un error "muy importante" a primera vista puede tener las más tristes consecuencias y sólo gente miope puede considerar oportunos o superiores los discursos facciosos y la delimitación rigurosa de los matices. De la consolidación de tal o cual "matiz" puede depender el porvenir durante muchos años".

Por eso las Jornadas serán teóricas. No sólo porque dedicarán un tiempo específico a la exposición y discusión de la Teoría pertinente. Sino porque el enfoque y el substrato teóricos aflorarán e impregnarán constantemente el repaso y el estudio de los casos prácticos.

Porque la inmensa mayoría del tiempo de las Jornadas se dedicará al estudio de casos prácticos. No vamos a dar fórmulas abstractas ni juegos de reglas sobre cómo habría que hacer las cosas. La

única forma de validar la teoría es la práctica. Una teoría es buena

si funciona en la práctica. Por eso vamos a estudiar casos prácticos, ^{pero de}

que han tenido éxito. ^{casos prácticos en los que se han intentado} Porque ^{es ese éxito en la práctica} ~~es~~ la garantía de que lo que ~~es~~ se hizo así; ^(una amplia serie de)

es como debía haberse hecho. Y, por tanto, como debería hacerse en ^{en} circunstancias similares o análogas para tener éxito.

¿ Persuasores/ocultos/castradores/centralizados o
agitadores/diafanos/movilizadores/autogestionados?

Jornadas teórico-prácticas sobre: psicosociodinámica de masas, propaganda,
agitación, el lenguaje y la redacción de titulares, eslóganes, ^{notas de prensa, comunicados y} textos publicitarios, la
relación con los medios de comunicación y el ejercicio de la función de portavoz y de jefe
de mesa.
La estrategia privatizadora/embuteceora del capital,

la elaboración descentralizada de panfletos, carteles y octavillas eficaces
usando ^{un} ordenador personal,

JUVEN,

¿POR QUÉ UNA MUJER GUAPA, RICA, INTELIGENTE Y CULTA PUEDE ESTAR ENAMORADA DE UN HOMBRE PORDO, VIEJO, FEO, IGNORANTE Y OBL QUE SON NOTORIAS SUS BAJAS PRESTACIONES SEXUALES? ¿Por qué han rubido los votos del PSOE en la Margen Izquierda el 6-J? ¿Por qué ~~cientos~~ de mil quinientos millones de personas rigieron el Tarr per televisor? ¿Por qué cientos de millones de personas beben diariamente Coca-Cola? ¿Por qué los habitantes del Estado español ~~comen~~ ^{comen} una concurrencia una altísima proporción de un conum de cava, turron y colonias en Navidad? ¿Por qué riguen fumando los fumadores y los fumadores que saben de sobra que les perjudica fumar? ¿Cómo ganan dinero los bancos?

LA BAZA DEL P.C. (Personal Computer, ordenador personal)

Los capitalistas ^{sigue hoy mentalmente vigente} no venderán la ~~misma~~ ^{vieja} roga con la que hemos de ahorcarlos. Esa ~~es~~ ^{es} lucida y gráfica enunciación de la esencial compulsión intrínseca del capitalismo que empuja irremediablemente a los capitalistas a ~~vender~~ ^{convertir} sus productos ~~por~~ ^{en} mercancías vendidas (por que sólo vendiéndolos consiguen convertir la plusvalía de la que se han apropiado en beneficio). Hoy esa ~~roga~~ ^{roga} posible roga con los P.C., los ordenadores personales.

La evolución ^{economica, social, tecnologica y politica ha} ~~del~~ ^{del} tardocapitalismo exponencialmente el poder de dominación y opresión del tardocapitalismo. Pero a la vez tambien ha incrementado exponencialmente sus debilidades y sus puntos flacos. Por ejemplo, son cada vez mas numerosos y más estratégicos los puntos claves de complejos procesos productivos, de distribución o de servicios en los que ha aumentado el poder de conmutación de los trabajadores. En los que una acción de paralización o de galbotaje de un ^{pequeño} número de trabajadores puede producir trastornos incommensurables. Por ejemplo, la fantástica difusión de ordenadores personales cada vez mas potentes y mas baratos está haciendo cada vez más posible que numerosos agentes dispersos incrementen excepcionalmente su capacidad de acción eficaz local autogestionada.

La cuarta parte de la duración de las Jornadas se dedicará a mostrar a los jornalistas como se puede usar un P.C. para confeccionar textos, panfletos

Carteles, octavillas, notas de prensa y comunicados mas eficaces. Y para elaborar instrumentos audiovisuales de comunicacion secuencial. Como es obvio no se tratara de dar un curso acelerado del uso del P.C. a esos efectos sino de mostrar, por operadores expertos con amplia experiencia "ad hoc", de las posibilidades ~~de~~ que diversos programas tienen a lo que se hara sera realizar ante los periodistas el proceso de elaboracion desde la idea inicial al producto comunicativo acabado. Para que sean como puede hacerse y se excite su afan por hacerlo ellos.