

ALGUNAS ORIENTACIONES SOBRE EL TRABAJO EN EMPRESAS1.- Situar la política del partido y nuestro trabajo sindical

Para poder planificar nuestra intervención es importante unificar a todos los militantes en torno a nuestra línea política, partiendo de esto dos deben ser los objetivos a plantearnos; impulsar en la fábrica nuestra política, y crecer organizativamente (objetivo en la fábrica; formar una célula).

A partir de nuestra rectificación política (izquierdismo), ha sido en el terreno sindical donde mejor hemos podido comprobar la justeza de nuestra política (defensa de CC.OO., unidad de los trabajadores, etc.etc.), los resultados de los Congresos de CC.OO. y de las elecciones a Ctés. de fábrica, hablan por sí solos: aumento considerable de la presencia del partido en los ctés. y puestos de dirección en el sindicato (ejecutivas, etc.).

2.- Proyecto de célula de empresa

Hay que retomar el proyecto de células de empresa; las células deben planificar el trabajo de forma que allí donde exista una fábrica en la que trabaje un ca. el objetivo, la prioridad, debe ser formar una célula en dicha fábrica. Este es un objetivo que se ha ido dejando en un plano secundario ("la situación es muy difícil..." etc.), por consiguiente el área de influencia que teníamos a nuestro alrededor ha ido decreciendo (ver resultados encuestas).

Si partimos de que es la clase obrera la única fuerza social con capacidad para enfrentarse y dar alternativas de salida a la crisis, y, que para ello, antes tiene que tomar conciencia de su papel político y revolucionario como clase. Es pues, en este proceso donde los comunistas centramos nuestra intervención, y es en la fábrica el mejor sitio que tenemos para concretarla, de comprobar nuestra política, de sacar experiencia de ella y de reforzar organizativamente nuestro partido, éste ha de ser el objetivo.

3.- Tareas de la célula o proyecto de cel. de empresa

- 1.- Las ces. deben tener un funcionamiento regular, deben estar centradas en la discusión política y de su aplicación en lo concreto.

También tiene que planificar su intervención en los dos aspectos: a nivel general (campañas centrales), y a nivel de la intervención específica de fábrica (convenios regulaciones, reivindicaciones propias, etc.).

- 2.- Planificar y organizar la propaganda, La propaganda es hoy la tarea prioritaria de los comunistas, con ella se fortalece la relación del partido con la clase obrera y el conjunto del pueblo. Si a ésta no se le dá una especial atención y dedicación, nuestra influencia política no crecera, ni tampoco nuestro partido. En esta situación de desánimo de los trabajadores, de retroceso de todas las fuerzas populares, el trabajo de explicación, de lucha ideológica desempeña un papel importante. Para ello hay que planificar el reparto de la propaganda en la fábrica; declaraciones centrales, el BR, el Política Comunista, así como declaraciones propias en la empresa.

-Hay que impulsar el reparto del BR, no se puede ir rebajando cada vez más los números de venta (ver resultados encuesta), la cel. tiene que organizar el debate, en la fábrica, alrededor del BR, tiene pues que dotarse de los medios para promover este debate y ampliar la venta del BR, (existen experiencias muy positivas, p.e.: poner un mural en fábrica con los recortes más interesantes, (de los que se puede sacar el debate) de la revista).

-Otro aspecto que se ha dejado de lado (en la mayoría de fábricas no se hace), excepto en algunas, (ver resultados encuesta) es el de las declaraciones propias de fábrica. Hay que mantener la presencia del partido en las fábricas a un nivel más activo, sobre todo en momentos de acon-

tecimientos importantes a nivel general y en las cuestiones específicas de la fábrica.

3.- Planes de proselitismo, para organizar el proselitismo tenemos que partir de los medios generales que nos dotamos para ello.

- invitación a las asambleas del partido
- creación de círculos de simpatizantes
- abrir la escuela de militantes a los simpatizantes.

Una vez visto los medios, la cel. tiene que discutir la forma de como llevarlo a cabo en el seno de la fábrica.

Otro aspecto del proselitismo que tenemos que profundizar, es el apoyo desde fuera esto es, en fábricas donde sólo llegamos a través de la propaganda, ~~xxxxxxxxxxxx~~ hay que buscar la forma de rentabilizarla; y en fábricas que llegamos con nuestra presencia pero que por cuyas características (ca. con contrato, o con limitaciones de vender nuestra propaganda dentro) no se pueda, ver como ~~xxxx~~ se apoya a través de la localidad.

#### 4.- CAMPAÑA EN DEFENSA DE LA DEMOCRACIA

La campaña tiene que ir centrada en dos aspectos;

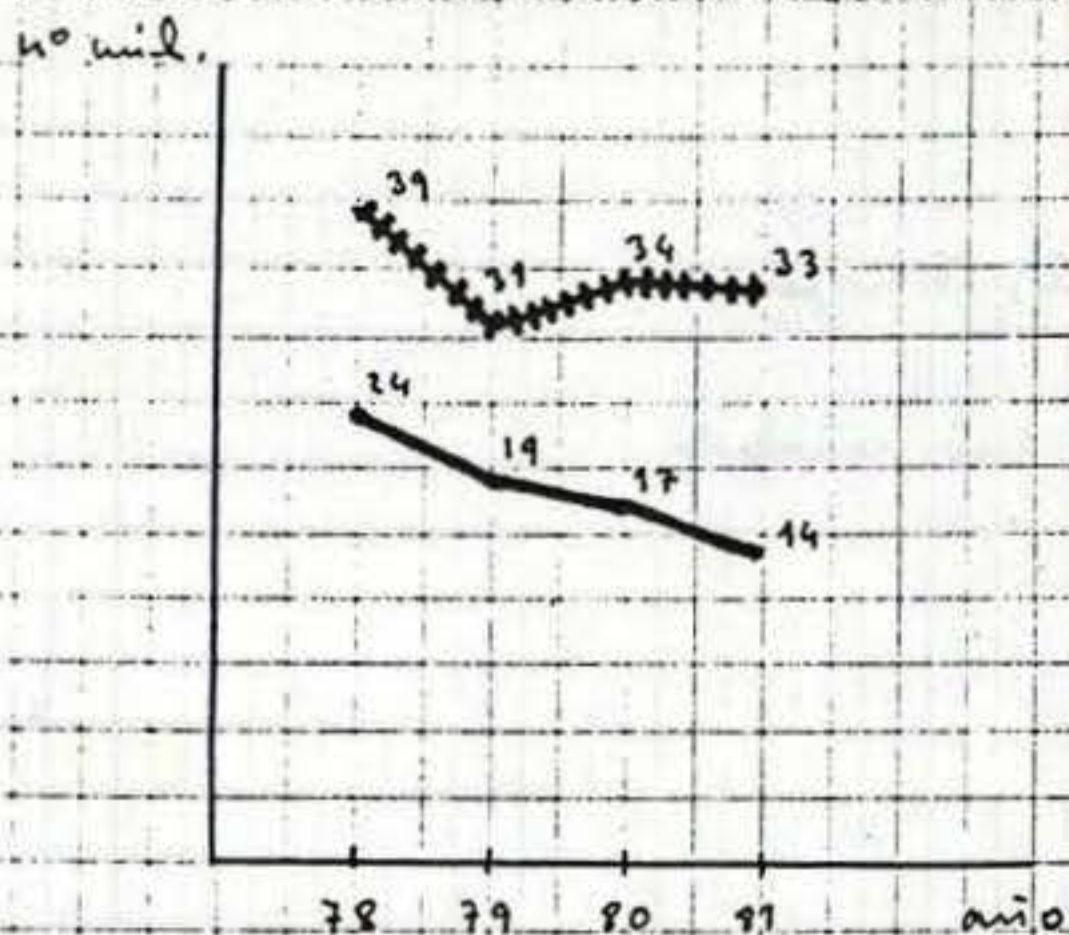
- Planificar la Agitación y la Propaganda dentro de la fábrica; murales, carteles, declaraciones, asambleas, actos unitarios, ~~xxxxxxxx~~ charlas dentro o fuera de la fábrica, etc.
- Planificar el proselitismo, este gran esfuerzo que requiere la campaña, si después no sabemos rentabilizarlo de forma que el partido salga fortalecido, no habremos avanzado mucho; es por ello, que la célula de fábrica, tiene que tener bien planificado el proselitismo, en quiénes hay que centrarse para ello.

ADJUNTAMOS resultados de la encuesta realizada a ca. que trabajan en empresas de más de 250 trabajadores.

### Punto 3

datos extraídos de las encuestas realizadas a militantes de grandes empresas

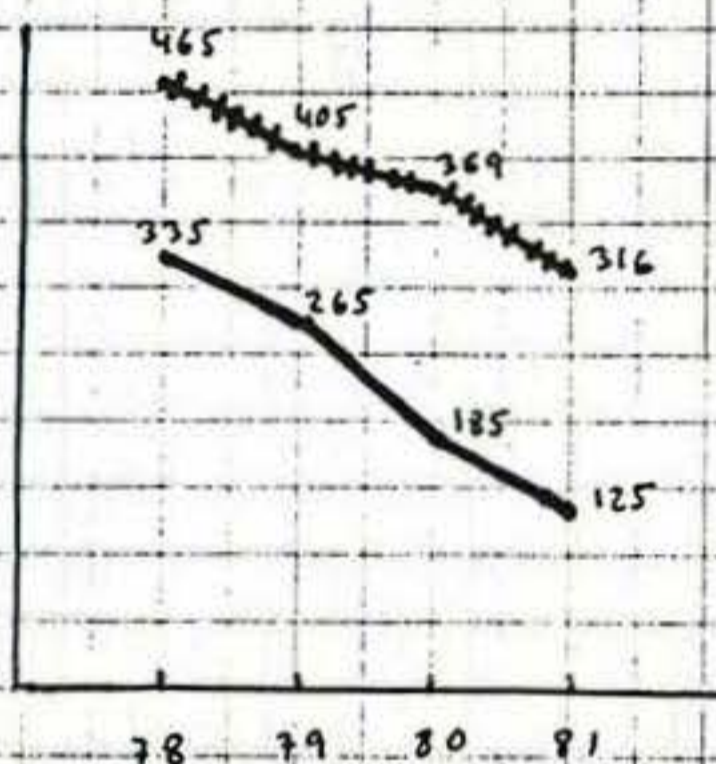
#### 1. evolución del nº de militantes



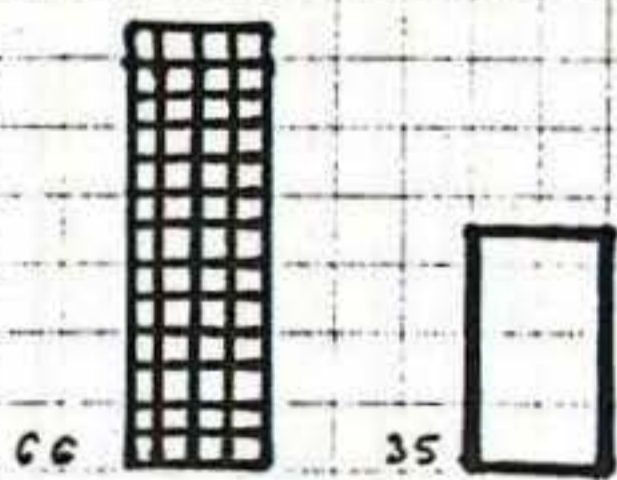
--- evolución del nº de militantes totales en las 17 empresas consultadas

— evolución del nº de militantes en las 5 empresas que han tenido de célula específica de fábrica (hoy disueltas).  
{Pegaso, Metro, Gsa, Banco Central y Ayuntamiento de Pamplona.

#### 2. evolución de la venta del BR.



#### 3. venta del Política Comunista



■ en el total 17 empresas  
□ en las 5 antes señaladas.

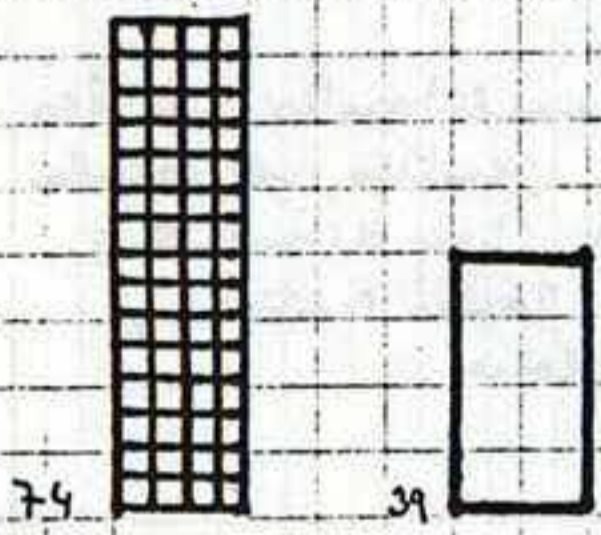
#### 4. Solo en 5 empresas se ha funcionado en un periodo como células de empresa.

- la discusión política (editorial BR) tiene una regularidad media quincenal
- no se han hecho reuniones políticas
- solo se han hecho reuniones de teoría marxista en Pegaso, Gsa y B. Central.

### 5. colaboraciones con el B.R.

▣ en el total, 17 empresas

◻ en las 5 autos señalados



### 6. Confeccion de planes de trabajo y de proselitismo

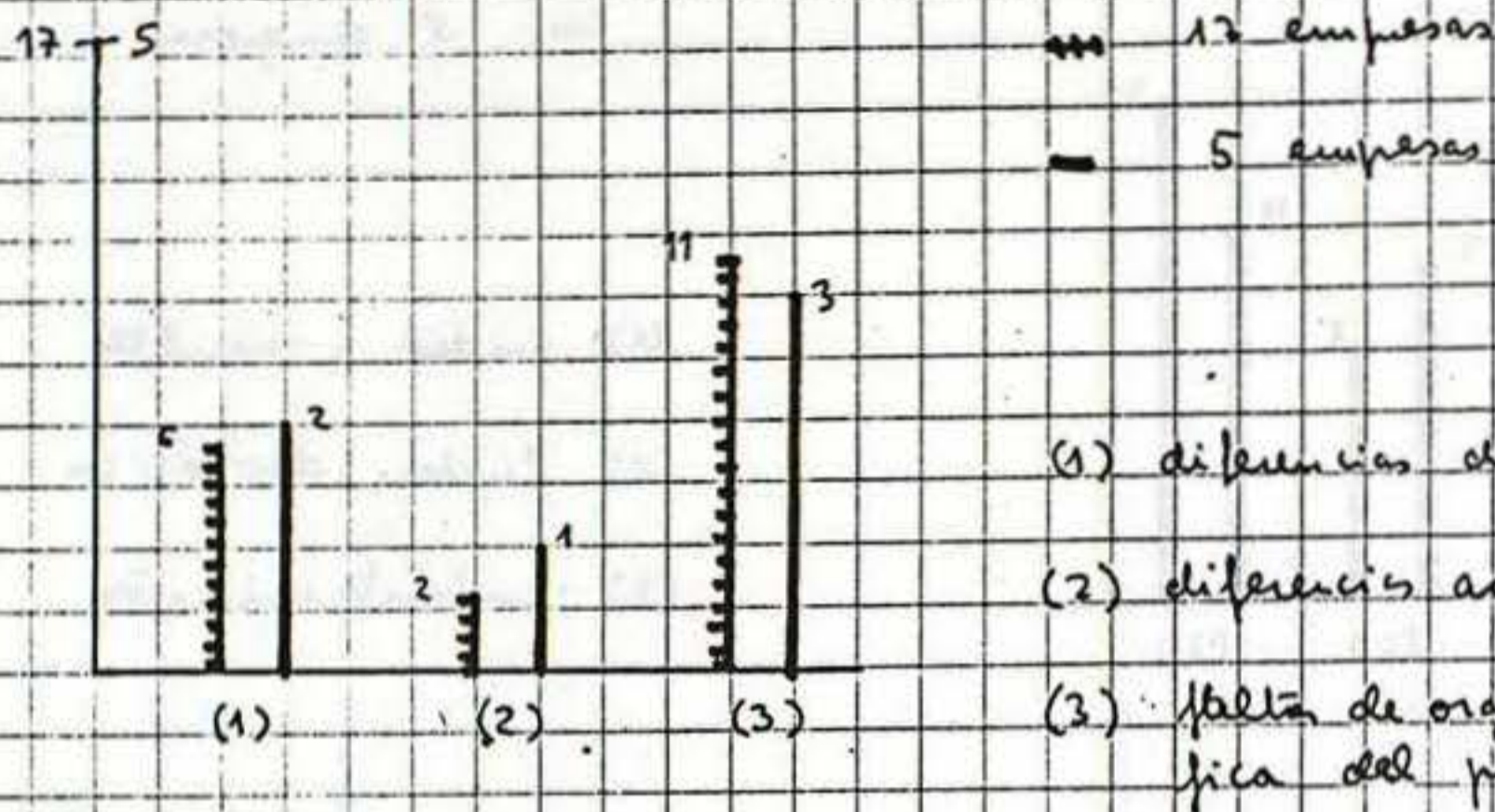
Planes de trabajo	17	5
	11	5
Planes de proselitismo	17	5
	9	4

### 7. Resultados del proselitismo. sistema de celulas abiertas

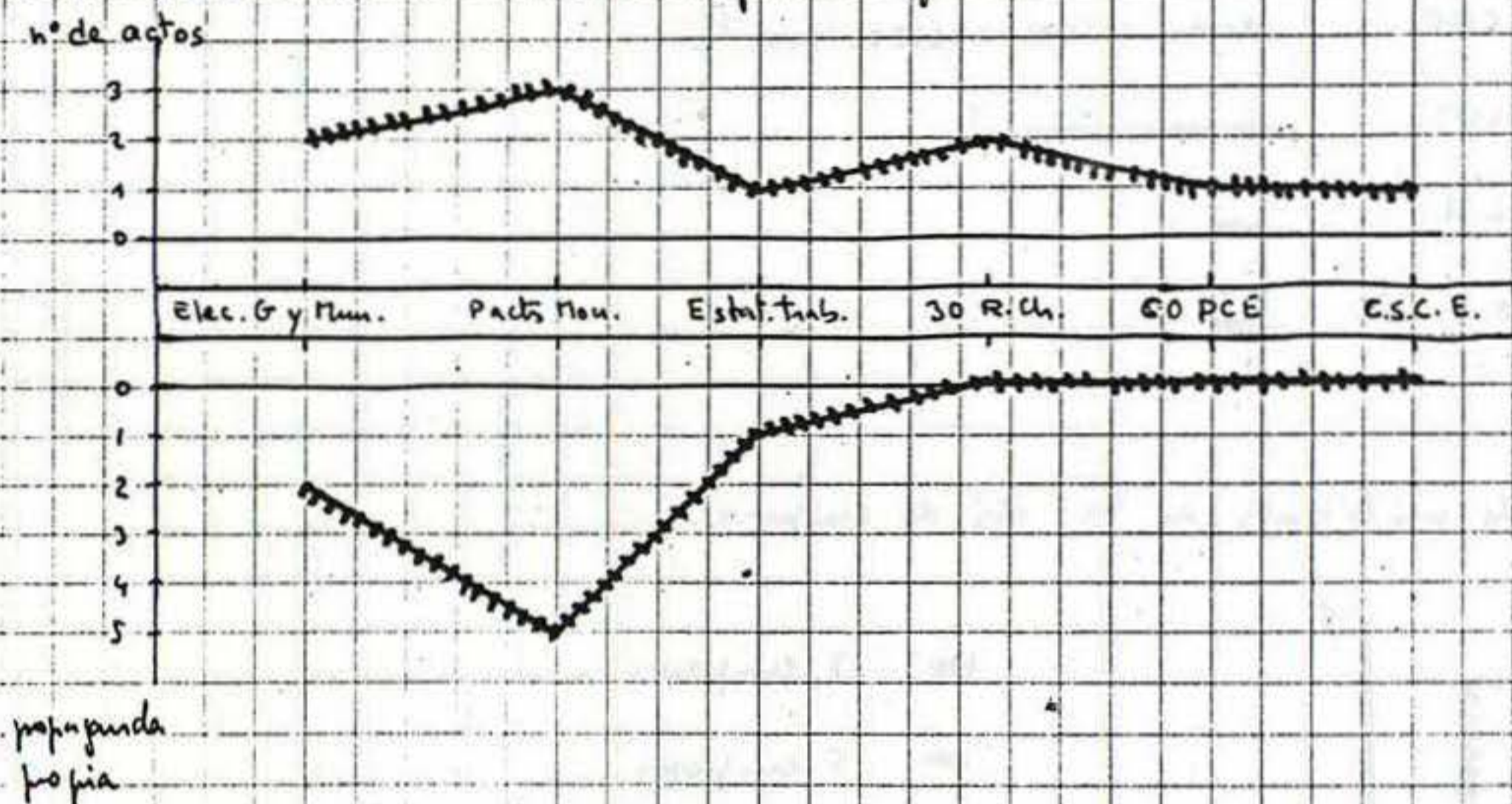
	17 empresas.	5 empresas
organización militantes	4	4
ampliación area de influencia	32	6

NOTA: en Pegaso y Easa han experimentado el sistema de carnet de adheridos y en Pegaso las inscripciones al B.R.

### 8. Valoración de las dificultades para hacer proselitismo

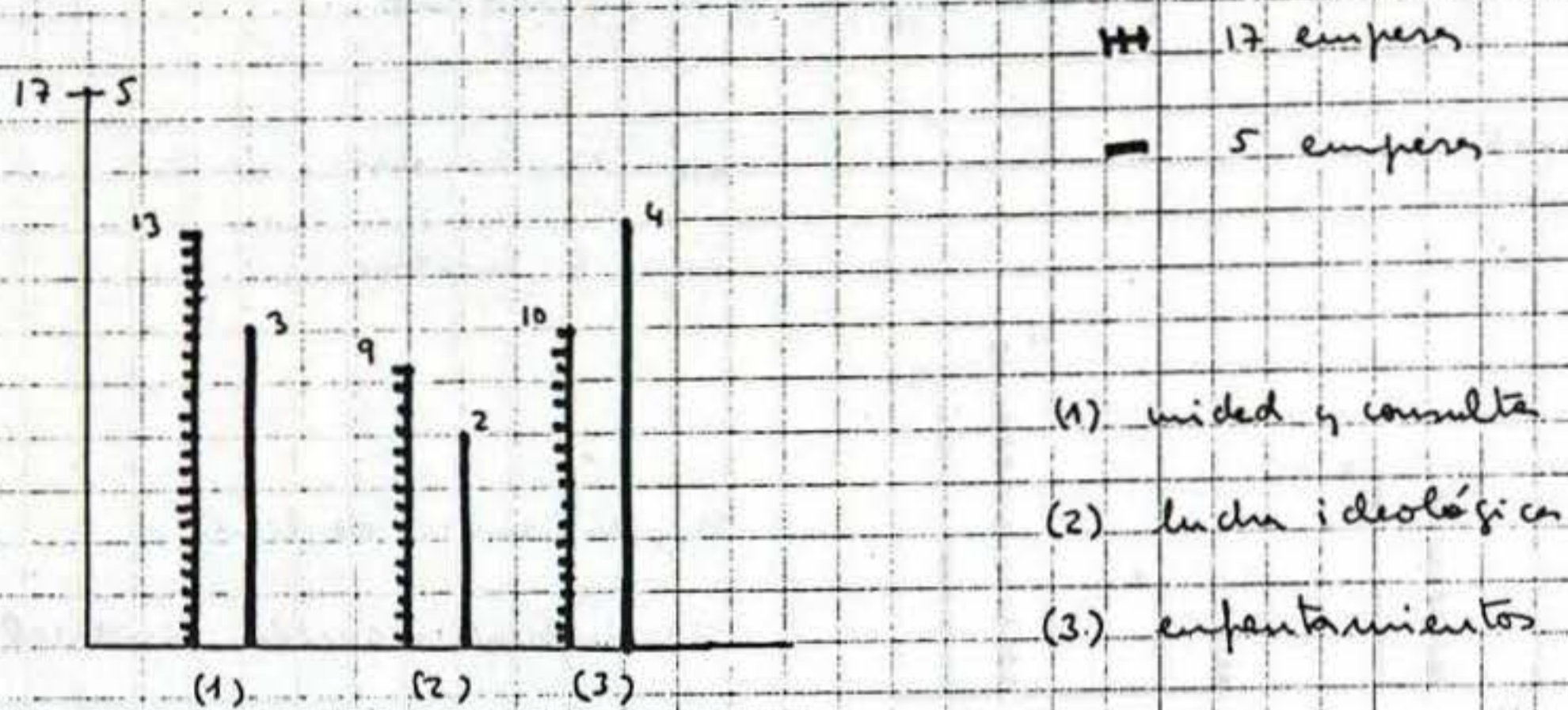


### 9. Activación en las campañas generales

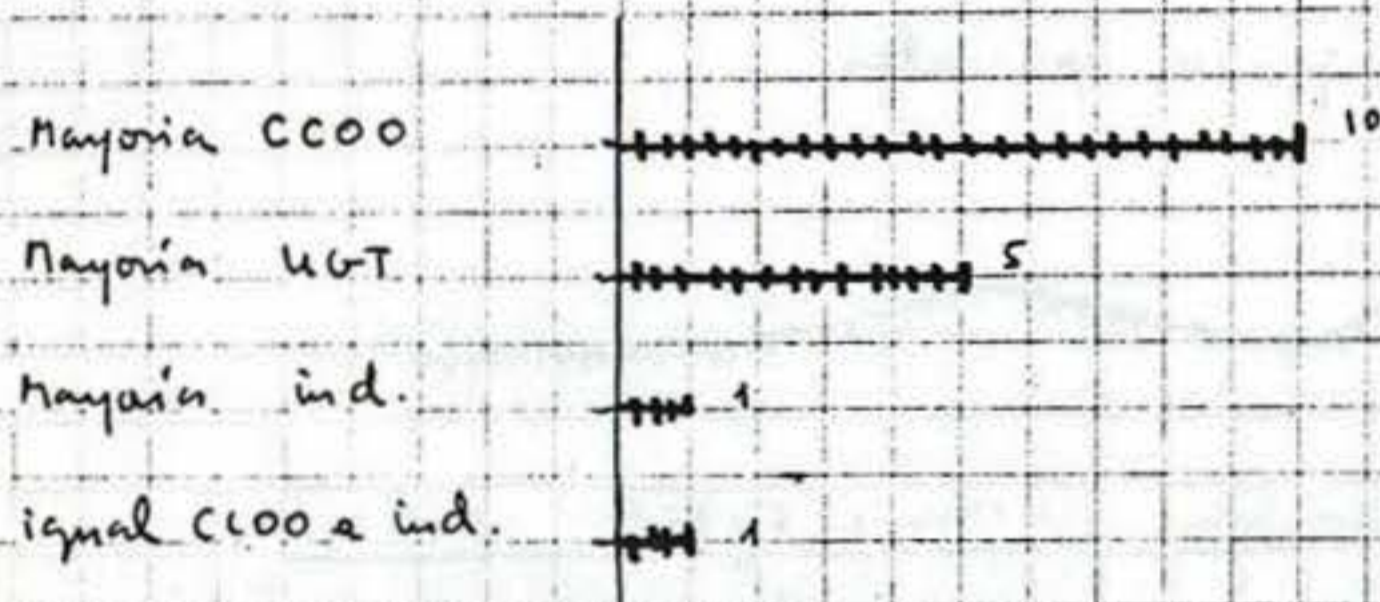


- En campañas generales ideológicas y políticas por regla general el trabajo es limitado a la distribución de la propaganda central
- solo en Casa y Pegaso se hace y ocasionalmente en empresas con célula se hace propaganda propia y se convocan, a veces, asambleas y reuniones

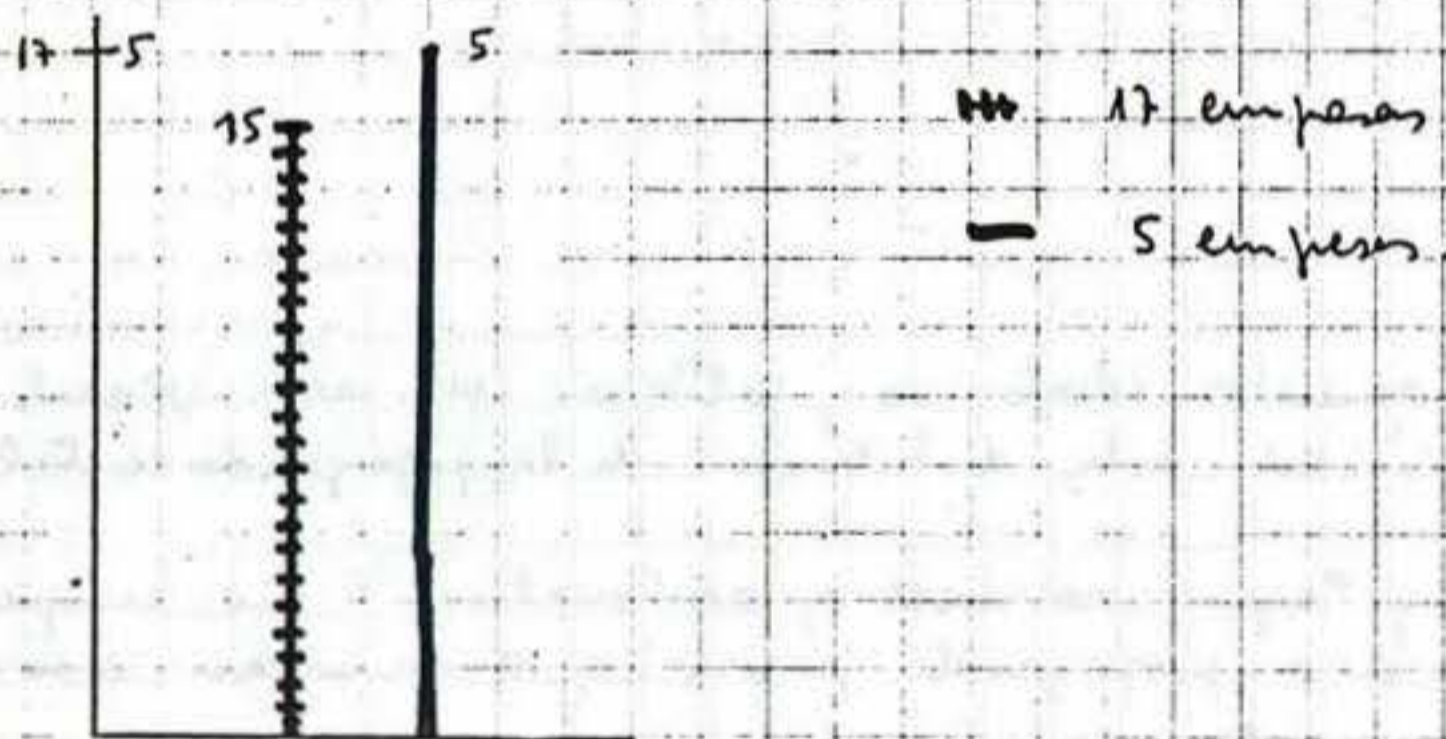
### 10. Relaciones con otros partidos.



### 11. Composición del comité de empresa.



### 12. Presencia de militantes en los cts de empresa.



Algunas conclusiones de las encuestas para iniciar la reflexión

1. La evolución total del número de militantes hasta 1979 desciende. A partir de 1980, con la celebración del III Congreso se inicia la recuperación del partido con las incorporaciones de nuevos militantes en distintas zonas o la entrada en nuevas empresas (Malaga, Plaza, Pamplona Renfe) aunque en las empresas tradicionales en que estaba el partido sigue descendiendo el nº de militantes (ver grafico 1) fruto del choque de la tradición izquierdista con la nueva política.
2. El descenso de la venta del BR es superior en las 5 empresas que han tenido célula,
3. En terminos generales para la rentabilidad política, propagandística o proselitista del partido es muy importante la existencia de una célula de fabrica o un proyecto de célula de fábrica.
4. El proselitismo no se ha organizado y en la época que se ha hecho por células o núcleos de fábrica ha dado buenos resultados.
5. Es muy baja la actuación política propia del partido en las fábricas.
6. Domina o ha dominado el sectarismo y el enfrentamiento del partido con los otros partidos democraticos y es baja la unidad de acción.
7. En el trabajo sindical existe una evolución desde la práctica izquierdista pero en proceso significativo de rectificación, como bien lo demuestra los resultados de las elecciones sindicales.

Barcelona 5- III-1981: