

PARTIDO UNIFICADO MARIATEGUISTA

-

PUM



**Planes de trabajo y directivas
1996**

21/11/1996

PROPUESTA DE PLAN DE TRABAJO**21-11-96.****I. Algunos criterios generales :**

- a) La lucha en Defensa del Petróleo, representa un sentimiento patriótico nacional de defensa de la soberanía y que está ligado a la historia reciente de nuestro país; como tal puede convocar el respaldo de importantes sectores civiles y militares; incluso de posiciones liberales. Es un aspecto indispensable dentro de una Propuesta Alternativa de gobierno nacional.
- b) Para el régimen, la privatización fragmentada de PETROPERU es elemento indispensable de su acuerdo con el FMI, así lo ha demostrado incluso la constitución del Gabinete Pandolfi - González Izquierdo; no retrocederá en lo inmediato, aún cuando atropelle toda la normatividad jurídica para ello. Por esto, la lucha debe trazarse metas a corto plazo, pero al mismo tiempo tienen que tener una visión de mediano plazo con una acción deberá ser permanente y sostenida. Es una campaña política que debe ser entendida como una parte de un todo más integral.
- c) Las encuestas demostraron que la opinión pública mayoritariamente rechazaba y aun rechaza, algunos se prionuncián abiertamente en contra de la privatización y otros sólo sobre el modelo de privatización aplicado por el Gobierno. La "oposición de la calle" no pudo ser traducida en aspectos orgánicos y de movilización, por el grado de desarticulación de los partidos políticos, del movimiento sindical, juvenil y popular y porque las organizaciones más amplias de la sociedad civil, salvo el Colegio de Ingenieros, no se comprometieron con la campaña.
- d) Tres dinámicas confluyen en esta Campaña :
- La lucha de los petroleros en defensa de la permanencia de la empresa y de sus estabilidad laboral.
 - La lucha de los gobiernos locales por el Canon petrolero y los efectos de la privatización en el desarrollo de sus regiones.
 - La lucha ciudadana: en defensa del Patrimonio Nacional y contra el autoritarismo del régimen para imponer su modelo.
- e) El punto más alto de la campaña de firmas se dio, antes de la venta de la Pampilla, en un momento de alza del movimiento sindical Petrolero siendo uno de los momentos más altantes la huelga de Talara. Además se contó con como una labor parlamentaria activa y el apayo de los medios de prensa para la difusión. Ahora el movimiento en Talara se ha debilitado, no sólo a nivel

sindical sino también a nivel cívico, tal como se pudo comprobar en el Encuentro del 18 de Octubre.

- f) La convocatoria a Referéndum y el inicio de la recolección de firmas, abrió el camino a una forma nueva de respuesta ciudadana democrática, que luego ha dado lugar a otras respuestas como las de Foro Democrático y la actuación de otros gremios. Por estas características, es que el régimen dictó una serie de disposiciones como las Leyes Siura y Chávez sobre normas de participación.
- g) La campaña se ha sustentado en : - Actividades desarrolladas por FENPETROL. - Acciones en el plano Parlamentario - Relación de los partidos políticos de la izquierda y el Apra; sin embargo, no se ha logrado una conducción y perspectiva más amplia de la campaña en el plano político.
- h) La conformación de los Comités Ciudadanos en Defensa del Petróleo en las provincias, estuvo sustentada en los contactos y activistas de los Partidos principalmente de la izquierda y del APRA, y en menor medida de la UPP, en especial del MDI, lo cual le dió vida y sirvió para su multiplicación en un primer momento, pero la falta de amplitud con la que se trabajó en muchos de los lugares frenó su capacidad de convocatoria ciudadana.
- i) Es indispensable, modificar nuestro espacio de actuación: Ampliar sustantivamente el ámbito cívico de respaldo a la Campaña, reforzar el tema democrático y relacionarla con el Referéndum contra la reelección. El reinicio de las tareas implica además un compromiso o acuerdo explícito (y trabajado) con las organizaciones sindicales y sociales .

Objetivo:

Relanzar la Campaña de Defensa del Petróleo en el marco de las nuevas condiciones políticas, en especial el pronunciamiento del JNE, el alza de los combustibles, la convocatoria al referendun contra la reelección y la caída de la aceptación del Ing. Fujimori, como corolaria de los problemas que confronta su programa económico.

- Plazo : Julio 1997

Contenidos :

- Defensa del consumidor, Precios de Combustibles, lucha contra los monopolios.
- Defensa del Patrimonio, la soberanía y la seguridad Nacional.
- Transparencia y moralización en el manejo de la privatización.
- Desarrollo regional, Canon, recaudación fiscal.
- Empleo
- Derecho ciudadano a participar en las decisiones que comprometen su futuro.

Deberemos convertir estos ejes en consignas que orienten la Campaña, diferenciando los sectores y regiones a los cuales nos dirigimos.

Relaciones y Contactos:

Para diseñar acciones de un Plan más integral y de mediano plazo, es indispensables precisar los contenidos y analizar las nuevas condiciones políticas y sociales. Se propone realizar encuentros con:

Comunicadores y Opinión Pública: Para :

- Recibir las críticas respecto a la etapa anterior de la Campaña.
- Precisar con ellos las IDEAS FUERZA que pueden convocar el respaldo de la opinión pública.
- Explorar las posibilidades de apoyo en los diversos medios.

Nombres como sugerencia :

- Hugo Otero, Manuel Córdoba, Alberto Adrianzén (IMASEN, CEPES)
- Periodistas: (Para conocer sus opiniones, CRITICAS y observaciones a nuestra lucha y sus sugerencias de como enfocar el tema en los medios de prensa) - intentando algunos nombres podrían ser:
Mirko Lauer - Gerardo Barraza - Blanca Rosales: La República
Ricardo Uceda : El Comercio, César Hildebrandt : La Clave
Cecilia Valenzuela / Zenaida Solis ; CPN, Raúl Vargas : CARETAS,
Ismael León : Canal 13, Alberto Ku Kin, Cesar Campos, Cesar Lévano

Empresarios :**Objetivo:**

- Buscar el pronunciamiento de estos sectores respecto a los resultados de la privatización y el alza de combustibles (a través de Daniel Saba)
- Luis Abugattas.

Colegios Profesionales:

- Colegio de Ingenieros
- Colegio de Abogados
- Colegios de Periodistas.

Objetivo:

- * Organización de Eventos :
 - Balance del Proceso de Privatizaciones y el Modelo económico.
 - La Privatización de PETROPERU
- * Participación en los comités en provincias.

Contacto de trabajo en el interior del país:

Se debe priorizar en primer lugar Lima y a nivel nacional sólo :

- Canon Petrolero : Iquitos, Ucayali, Piura, Tumbes.

- Alza de combustibles: Cusco, Moquegua, Tacna.
- Zona minera -privatizaciones: Cerro de Pasco, La Oroya

Planillones y Recolección de Firmas :

a.- Dentro del tema de los Planillones, es indispensable que se escalresaca que pasó con los planillones entregados a los grupos políticos ya que eso será una pauta certera de como relanzar el trabajo.

b.- Para la recolección :

- . Brigada central de 15 personas para estar permanentemente en 4 plazas: - Plaza de Armas, Parque Universitario, Plaza del Congreso, Plaza San Martín. (Al margen de lo que se pueda convocar en los distritos- priorizar distritos de clase media donde la oposición es mayor).
- . Recolección conjunta en aquellos sectores que así lo acuerden
- . Locales sindicales previo acuerdo con los gremios.

c.- Definir la compra y reproducción de planillones. Revisión del sistema de distribución.

Comisión Jurídica y de Análisis Legal

Alternativas legales en el marco de la nueva situación de la empresa luego de la Privatización. Cesar Delgado Barreto, María Cabredo de Castillo, María del Pilar Tello, César Valega.

* Ganar el apoyo del Dr. Valentín Paniagua

- Respaldo a las acciones legales iniciadas contra CEPRI y Acción de Cumplimiento.
- Demanada de prueba anticipada (Interrogatorio y reconocimiento de los informes) contra González Izquierdo por los dos versiones del informe Merrill-Lynch.

Equipos indispensables :

- . Encargado de medios de comunicación.
- . Encargado de Proyectos y Contactos internacionales (economía)
- . Brigadas de recolección de firmas
- . Comisión de organización de Lima
- . Digitación

Economía Aporte de los partidos : \$ 1,000 c/u.

Acciones Parlamentarias :

-

Cronograma:

AYUDAMEMORIA SOBRE LA INTERVENCION DEL PODER JUDICIAL APROBADA POR EL CONGRESO EL 15-JUNIO-1996.

El Congreso de la República aprobó en el ultimo día de legislatura, la reforma del Poder Judicial y el Ministerio Publico, a través de un denominado Consejo de Coordinacion Judicial que funcionará hasta el 31 de diciembre de 1996.

El novisimo órgano de administración y gestion del sistema judicial peruano estará conformado por tres miembros, representantes del Poder Judicial, del Ministerio Publico y del Consejo Nacional de la Magistratura. Incluye además a un cuarto miembro : el Secretario Ejecutivo del Consejo que tendrá derecho a voz y a voto.

Este Consejo lo que intenta es reestructurar el Estado por una vía inconstitucional, ya que de promulgarse la ley , queda facultado para aplicar la reestructuración integral de la administración de justicia, estableciendo la política de reorganización y expedirá resoluciones en el ambito del Poder Judicial, Ministerio Publico, Consejo de la Magistratura y de la propia Academia de la Magistratura.

La Constitución Política establece que el Poder Judicial y el Ministerio Público tienen autonomía en su funcionamiento (administración y gestión). Por ley no se puede modificar lo que esta normado en la Carta Magna con el sólo afán de concentrar aun más el poder; y sobre todo, vigilar las acciones que realizan los que administran justicia en el país. Se pisotea así, los principios constitucionales establecidos en el propio texto que fue preparado por el oficialismo.

La justificación de la mayoría oficialista para haber aprobado este proyecto de ley es que la administración de justicia tiene que ser modernizada.

Utilizaron como base un proyecto de ley que fuera presentado por el congresista Antero Flores Araoz, quien proponía crear un organismo que se encargue de coordinar acciones a fin que no haya duplicidad de funciones y permitir una mayor eficiencia.

Sin embargo, lo que hizo la mayoría fue distorsionar completamente la iniciativa legislativa del congresista del PPC y estructurar uno que tome decisiones e imponérselas a todos los organismos que tienen que ver con la administración de justicia, vía la presión de la reorganización..

Las criticas al proyecto de ley no se han hecho esperar. Dos destacados juristas integrantes de la Academia de la Magistratura han renunciado por considerar inaceptables los términos en que ha sido aprobado el proyecto que atenta contra la autonomia de poderes reconocida en la Constitución. Ellos son los abogados Javier de Belaunde y Arsenio Ore Guardia a quien se le sumaria en las próximas horas la renuncia del Dr. Percy Peñaranda. Entre otros argumentos señalan que se pretende que la Academia de la Magistratura sea una dependencia de la Secretaria Ejecutiva del

Consejo que políticamente ya se sabe que será el ex marino Dellepiani, a fin de manejar de evaluar la idoneidad de los Fiscales y Vocales Supremos.

Otra persona que ha criticado duramente el proyecto de creación de este Consejo Judicial es el Dr. Vladimir Paz de la Barra, Decano del Colegio de Abogados quien ha manifestado públicamente que se trata de una ley anticonstitucional, indicando que presentará una acción de inconstitucionalidad ante el Tribunal Constitucional, en caso que el Poder Ejecutivo proceda a promulgar la ley.

Nadie se opone a una modernización del Poder Judicial y la racionalización de la administración de justicia, pero esto debe llevarse a cabo respetando las normas constitucionales, sobre todo la separación de poderes y la no injerencia de uno a otro.

Si el Presidente de la República promulga esa ley, se estaría cometiendo un grave atropello al orden constitucional peruano, afectando gravemente funciones que le son propias a las instituciones que conforman la administración de justicia, así como el mínimo de autonomía institucional tan necesaria en un sistema realmente democrático

Fuentes consultadas del Poder Judicial señalan que la verdadera intención del Proyecto es que toda la administración de justicia del país que de en manos del "hombre fuerte" y que se sabe que pertenece al entorno del asesor presidencial Vladimiro Montesinos: Dellepiani. Ellos utilizarán todo el poder en la administración de justicia para colocar a magistrados y fiscales cercanos que les garanticen una conducta proclive con el gobierno y sobre todo, que puedan ejercer presión y persecución a quienes están en la oposición política.

19- Junio-1996.

CAMPAÑA EN DEFENSA DE PETROPERU, NUESTRA SOBERANIA Y EL PATRIMONIO NACIONAL

Reajustes al Plan de Campaña en Mayo '96

NUESTRA ORIENTACION TACTICO ESTRATEGICA PARA EL PERIODO ACTUAL

- Lo avanzado hasta el Seminario-Taller nos señala que en el presente periodo buscamos:
- ✦ producir **derrota parciales** al proyecto neoliberal en los terrenos de **defensa de la nación, los derechos del pueblo y la democracia,**
 - ✦ organizando y articulando **la más amplia resistencia,** reagrupando y renovando fuerzas del campo popular, democrático y nacional,
 - ✦ **reconstituyendo un escenario político** que permita cambiar la correlación de fuerzas,
 - ✦ **organizar un movimiento político-social desde el cual debilitar al bloque de poder fujimorista y derrotar su plan continuista** en las próximas elecciones generales.

I. ¿CUAL ES EL OBJETIVO ESPECIFICO DE LA CAMPAÑA EN DEFENSA DE PETROPERU, SU DURACION Y FASES EN EL MARCO DE NUESTRA ORIENTACION TACTICO ESTRATEGICA?

Esta campaña central debe aportar a la orientación general del periodo haciendo posible la **organización y movilización de los más amplios sectores de la población y de los espacios políticos de oposición alrededor de la demanda de que se excluya a Petroperú del plan de privatizaciones** del gobierno porque el sector energético es de carácter estratégico, tanto para el desarrollo, la descentralización y la seguridad nacionales.

Partiendo de este supuesto, la primera fase de la campaña está orientada a lograr la convocatoria del referéndum y la postergación del cronograma de venta de la empresa. Tiene como plazo la tercera semana del mes de mayo pues el Gobierno tiene planeado vender la Refinería La Pampilla como una primera parte de la empresa para fines de ese mes.

La segunda fase de la campaña depende de los resultados de la primera. Si logra vender La Pampilla, se intensificará el boicot al Referéndum y si no logra venderla en ese plazo, esta fase será de consolidación de la recolección de firmas y de la posible convocatoria al Referendo. Tiene como plazo probable todo el mes de Junio. Hay que considerar además que, luego de la entrega de firmas al JNE, se da el proceso de depuración. En todo este proceso habrá el intento de ilegitimar este proceso por parte del oficialismo. En ese momento el gobierno tratará por todos los medios de presionar al JNE y hasta boicotear el procesamiento computarizado de los planillones con la finalidad de que no logremos el mínimo requerido de firmas según ley.

III. EN DOS ESCENARIOS O TERRENOS SE DESARROLLA LA CONFRONTACION : LO NACIONAL Y LO DEMOCRATICO. HIPOTESIS DE SU DESENVOLVIMIENTO Y POSIBLES RESULTADOS.

Toda conflicto o lucha tiene uno o varios escenarios en que se desenvuelven. Dependen -entre otros aspectos- en primer lugar, del tipo de problema o problemas que están de por medio en cuestión. En segundo lugar, depende del tipo de protagonistas o fuerzas principales que actúan en el conflicto tanto como aliados como adversarios.

En el caso de nuestra campaña, ésta involucra dos tipos de problemas que se expresan simultáneamente pero que en su desarrollo predomina uno de ellos en determinado momento. Por un lado tenemos una **confrontación de tipo nacional** en tanto nos movilizamos alrededor de la defensa del recurso del petróleo por su carácter estratégico en el desarrollo y la defensa nacionales, del rol preponderante del Estado en las decisiones sobre los procesos de exploración, explotación de regulación del mercado de ventas de combustible y otros servicios domésticos derivados de él que afecta el conjunto de la economía del país y, para el caso de regiones en particular, por garantizar que siga siendo fuente de ingresos para el desarrollo de los pueblos de las zonas petroleras vía los derechos conquistados de canon y el sobrecanon. El D.L N° 43 es la ley orgánica que rige Petroperú desde hace 15 años. En ella se prescribe que la empresa es estatal y que sólo una nueva ley -que no existe en el Congreso- puede modificar la ley vigente.

Por otro lado tenemos en camino una **lucha profundamente de tipo democrática**, en tanto buscamos el respeto irrestricto al derecho de los ciudadanos a decidir soberanamente con su voto vía el Referéndum -contemplado en el Art. 31 de la Constitución y en la ley 26300- sobre los destinos de la empresa petrolera peruana.

Ambos aspectos son complementarios y a la vez implican moverse en escenarios distintos, ya que en ellos participan -según- actores distintos. Esto lo vemos claro en lo siguiente: **hay quienes están luchando por que se prohíba la privatización de Petroperú** y por ello requerimos aprobar en la forma de Referendo el mandato necesario para que el gobierno no imponga su propósito de venderla. Allí están las representaciones cívicas, gremiales, socialistas y socialdemócratas del Comité Cívico Nacional en Defensa de Petroperú, lo mismo que El Comercio y La República, entre los sectores más saltantes. Hay quienes están a favor de la privatización de Petroperú, sin embargo, son **quienes asumen que este proceso implica necesariamente una decisión de todos los ciudadanos, por lo que sólo defienden el derecho a la convocatoria al Referendo**. Allí están los sectores neoliberales de la UPP como posición oficial (aunque un núcleo socialista a su interior discrepa), representantes de AP y otros sectores progresistas. El movimiento actual discurre en ambos terrenos, por lo que la táctica toma en cuenta -con flexibilidad- ambos como indesligables. Sólo necesitamos diferenciarlos para efectos de clarificación de la evolución de la campaña actual y las tareas en qué debemos incidir según cada momento particular de la campaña.

Vista esta situación, para reajustar la campaña es preferible prever los posibles desarrollos que puede tener la campaña, lo que nos permitirá diseñar estrategias y actividades para influir en la correlación de fuerzas, en el grado de organización y en el tipo de liderazgo que se requiere apuntalar en la campaña. **Esta Campaña tiene un plazo concreto: el fijado por el cronograma de venta de Petroperú**. Sin descuidar otros aspectos, este es un aspecto clave sobre el que es necesario actuar. La primera parte que quieren vender de la empresa es la Refinería La Pampilla, cuyo plazo es el 31 de mayo, junto con la concesión del Lote 8; en junio seguiría la venta de la Refinería de Talara.

Hipótesis de la confrontación a desarrollarse entre fines de Abril y Mayo:

1° Posibilidad: Tendencia sostenida a favor del Referéndum, gobierno a la defensiva intenta recomponer respuesta integral (economía, ideo-programática, política y organizativa), medidas antipopulares de acuerdo con FMI, logro del millón doscientas mil firmas, conformación de Ctés. Cívicos en todas las cabezas departamentales, definición activa del centro político en la campaña, JNE reafirma autonomía frente al Ejecutivo. **Resultado posible=** se posterga venta de La Pampilla. Se hace posible elevar el contenido programático de la campaña.

2° Posibilidad: Contraofensiva exitosa del gobierno, contrato de Camisea el 18 de mayo, débil constitución de Comités Cívicos, bajo recojo de firmas, débil y confusa actitud del centro político, oposición dividida, conflicto JNE-Ejecutivo a favor del gobierno por presión. **Resultado posible=** venta de La Pampilla el 31 de mayo y golpe a la resistencia opositora. Se retrasa calidad de la campaña.

Hipótesis de la conrontación a desarrollarse entre fines de Mayo-Junio

1° Posibilidad. Tenso y abierto conflicto de poderes: Ejecutivo v/s JNE y oposición v/s Congresistas oficialistas sobre validez del Referendo de Petroperú. Presión nacional e internacional de intelectuales líderes de opinión peruanos, completamiento de firmas al JNE y jornadas activas de pronunciamiento de pueblos de provincias y Lima metropolitana. **Resultado posible=** el JNE convoca oficialmente a Referendo (posible desaprobación del Congreso a la convocatoria), las empresas extranjeras toman distancia del proceso acelerado de privatización y hay reacomodo en la oposición por el liderazgo logrado en la campaña.

2° Posibilidad: Neutralización de autonomía y atribuciones del JNE, La Pampilla vendida. **Resultado posible=** el JNE se abstiene de convocar Referendo, el Congreso no aprueba la convocatoria y la oposición activa al neoliberalismo salvaje se repliega.

IV. POSIBILIDADES Y LIMITACIONES DE LA CAMPAÑA

a. **En esta primera fase de la campaña, el gobierno se halla a la defensiva.** Sin desmerecer la posición de fuerza que en general conserva el gobierno, es necesario resaltar la evidencia de sus aspectos débiles para la consecuente acción en ese marco. La crisis en cuenta corriente de la balanza de pagos, la recesión y la depresión de la capacidad adquisitiva ha implicado una delicada situación para Fujimori que se vio con mayor evidencia luego de los resultados electorales pues todos estos factores presentan -como lo reiteramos desde este año- el efecto de un inicial enfriamiento de las expectativas de la población en la política oficial. En este marco, por un lado, la venta de Petroperú obedece a un exacerbado fondomonetarismo del modelo neoliberal fujimorista -pues le permitirá continuar el puntual pago de deuda externa- y por el lado interno, obedece a un cronograma y plan reeleccionista electoral pues es la empresa que -de ser vendida- le garantizará recursos para manejarse en medio del reajuste al gasto fiscal que ha convenido con los dictados del extranjero.

Junto a este escenario ha ido en aumento la demanda ciudadana por el referendo (73%) y por la mantención de Petroperú bajo control estatal (70%). Esta lucha ha pasado hasta hoy, por tres momentos. **El primer momento**, en el cual son los trabajadores petroleros de Talara los que desarrollan acciones en defensa del trabajo que llegó a un punto máximo con la huelga de hambre de 13 días que desarrollaron. Desafortunadamente al levantar la huelga en lugar de expandirla por temor

a represalias si rechazaban las cartas de renuncia con incentivos, significó una debilidad cuyo costo hay que evaluar en tanto, de más de mil trabajadores presinados por estas cartas, sólo el 5% no ha firmado todavía. El papel de los promotores del Comité Cívico Nacional, políticos y congresistas, fortaleció la decisión del Alcalde talareño a encabezar la defensa de Petroperú ante los pobladores que, concientes que más despidos no es lo que ayudaba a desarrollar sino que alimenta la pobreza y la competencia laboral entre los pobres, pasando así a primer plano la lucha por mantener la empresa estatal, el canon por el desarrollo regional y abriendo las posibilidades de expandir la lucha más allá, inclusive de los ámbitos regionales.

El segundo momento de este proceso, ha sido caracterizado por el impulso de movilizaciones y realización de Forums, así como intentos de articulación con las luchas particulares como la que se desarrolló en Tacna por la prohibición intempestiva de la importación de autos usados en la ZOTAC. Esta fase ha sido débil en tanto, por un lado, el Alcalde aprista de Piura vaciló para encabezar Cabildos Abiertos, movilizaciones y relaciones fuera de la región, hasta llegar hoy a abstenerse de apoyar la marcha patriótica que los talareños han realizado entre el 24 y 25 de marzo; por otro lado, el Comité Cívico Nacional, siendo positivamente un espacio plural, nació con una representación básicamente de gremios, socialistas y apristas, sin el centro político ni importantes intelectuales y líderes de opinión democráticos que se abstuvieron de participar y, finalmente, un último factor y -sin embargo- de mucha importancia es el retraso que hay en los representantes políticos para ponerse a la cabeza de un clamor que ya se iba afirmando de manera pasiva pero sostenida como nacional a través de las encuestas; en ello están explicadas las vacilaciones y desmovilización de la UPP.

Un tercer momento, que ha implicado un cambio significativo y superior está dado por el impulso -difícil ciertamente- de la conformación de Comités Cívicos provinciales de Defensa de Petroperú, la organización de brigadas de recojo de firmas y la movilización de sectores más organizados a concentrar vía esta campaña otras demandas al gobierno. Es también un cambio cualitativamente importante el referido a la redefinición de liderazgos en el escenario político de la oposición. En esta fase la UPP termina por desdibujarse, la tensión social acelera definiciones frente al gobierno y a su interior se producen renuncias del lado de la derecha e intentos de "renunciar" a los izquierdistas. Hoy, aparece, por ejemplo, Andrade con un tipo de resistencia liberal al autoritarismo fujimorista y con perspectiva de ser bien visto por sectores neoliberales como por sectores de izquierda y otros. Es sintomático que en la escena vuelvan a aparecer en importantes capitales líderes de izquierda y particularmente de nuestro Movimiento. Obviamente no pretendemos sobrevalorar esta iniciativa pero sí dar el reconocimiento debido a nuestros camaradas en tanto expresan la necesidad de que nuestro Movimiento sea -al lado de un espacio de promoción de propuestas renovadoras- un núcleo que cumpla con el requisito de "moverse" en la política cotidiana. Al igual que en Lima, los líderes del PUM de provincias, como expresión de la crisis que pasamos, son eso, líderes y núcleos mariateguistas sin movimiento de base social como referente y que actúan con iniciativa y ganan representatividad con grandes esfuerzos y debilidades en los Comités Cívicos (en el Nacional, en Tumbes, Piura, Ica, Iquitos, Puno, Trujillo, Chancay). De que es un terreno que hace posible y coherente avanzar en nuestros proyectos de reagrupación, partiendo por nuestros propios núcleos de camaradas para promover el central reagrupamiento de los socialistas renovadores y de la forja de articulación de diversas formas de oposición al régimen, es innegable. Merece una evaluación particular este tema, en tanto, por ejemplo, el APRA -más allá de su decisión de rearticularse vía este espacio y aprovecharlo, también, para su campaña de reinscripción para participar en procesos electorales en el JNE, no logra articular siquiera a su Alcalde de Piura, no se le ven núcleos organizativos dinámicos en los Comités provinciales y su presencia es con un núcleo en Lima; conviene también aquí ubicar de qué manera y dónde desarrollan su esfuerzo ya que -aún en esa situación- tienen en su poder más del 10% de los planillones comprados por la FENPETROL.

b. **La constitución de Comités Cívicos y el recojo de firmas y control organizado de planillones requiere ser potenciado.** Nuestro interés primario son las capitales de los departamentos, y más allá de éstas, toda capital provincial social y electoralmente más importante, en tanto se trata de combinar la potencialidad de organización alrededor de demandas locales que movilizen a la población de la provincia y la subregión circundante y la cantidad de votantes hábiles en tanto la disputa del referéndum es electoral. Incluimos la provincia de Lima en un punto específico de balance más abajo. La FENPETROL ha adquirido del JNE la cantidad de **135,000 planillones** con la finalidad de cubrir alrededor de **2 millones de firmas** de las cuales -según la ley- por lo menos **deben ser válidas 1'200,000** sólo para lograr la aprobación del Referendo. Estando a fines de Abril, debemos hacer un balance de este proceso de organización de comités, recojo de firmas y control de planillones y procesamiento en disquetes, requisito que también hay que cubrir para entregar al JNE las firmas recogidas. Como se comprueba en el siguiente cuadro:

- de un total de 48 cabezas provinciales importantes, se han constituido comités en menos de la mitad (11) lo que se compensa con el hecho que representan alrededor de 2'117 mil electores ubicados -salvo Maynas (Iquitos)- en la costa norte y sur del país. Aún en Piura no se han formado en todas sus provincias.**
- hay 13 capitales provinciales que están en proceso de constituir comités y representan 802 mil electores ubicados entre la costa y sierra norte y -sobre todo- en la sierra sur y sur central del país.**
- el saldo negativo son 23 capitales provinciales sin proceso de constitución de comités que representan 1'637 mil electores ubicados en el llamado norte y sur chico de Lima, selva y sierra centro y sur.**
- A este último dato hay que agregar el caso de Lima que representa 3'819 mil electores y que se analiza más en detalle luego. De este balance y el cuadro comparativo se pueden sacar conclusiones para priorizar el reajuste de la campaña general.**

CONDICION	NORTE	MILES ELECTOR	SELVA	MILES ELECTOR	SUR	MILES ELECTOR	CENTRO	MILES ELECTOR	TOTALES
CONSTITUIDOS en capitales con 2'117 mil electore	Talara, Piura, Tumbes, Paita, Chiclayo, Trujillo, Bagua	1'117	Maynas-Iquitos	177	Ica, Arequipa, Puno	723			12
EN PROCESO en capitales con 802 mil electores	Sullana, Sechura, Lambayeque, Cajamarca, Huaraz, Chancay,	562	Chachapoyas		Qosqo, Cerro, Huancavelica, Hmga-Ayacucho	217			12
NO CONSTITUIDOS en capitales con 1'637 mil electore	Morropón, San Ignacio, Santa-Chimbote, Barranca, Huaura-Huacho, Sta. Eulalia-Hua	602	Coronel Portillo, Tarapoto-San Martín	183	Cañete, Chincha, Ilo, Tacna, La Convención, Espinar, Canchis, SanRomán-JuliacAzán garo	645	Yauli-La Oroya, Huánuco, Andahuaylas, Abancay, Chincheros, Ayamaraes	275	23
TOTAL GENERAL									47

c. **La campaña se da en medio de un complicado y difícil intento de reajuste económico y político en el gobierno.** La contraofensiva inicial del gobierno se ha dado en medio de grandes dificultades y no expresa un consenso necesariamente en el propio núcleo en el poder sino un reacomodo de las propias disputas que hay al interior.

- ⇒ A nivel del Ejecutivo, se reafirma la línea fondomonetarista, extranjerizante en el modelo, lo cual ha implicado el mantenimiento de Camet pero, así mismo la remoción de la cabeza del gabinete con el ex-jefe de la Comisión Especial de Privatización de Petroperú (Pandolfi) como Primer Ministro y encargando al nuevo ministro laboral (González Izquierdo) la respuesta ideológica (informativa, etc.) para encarar la alta y sostenida opinión ciudadana en contra de la privatización y a favor del referéndum desde su nuevo rol de Presidente de la Comisión de Promoción a la Inversión Privada (COPRI).
- ⇒ Por el lado del legislativo, se reafirma el trabajo sucio contra las reglas constitucionales asumido por su cuerpo de congresistas en el arreglo de artimañas legales (leyes Siura-Chávez y chantaje en la conformación del Tribunal de Garantías Constitucionales). Estas últimas medidas, si bien -por un lado- crean un clima de confusión para nuestra campaña, sin embargo ha permitido mayor definición de sectores de oposición democrática ante el autoritario e impune cambio de reglas de juego legal que pretende imponer el gobierno. En esta lucha se hallan -a nivel del Congreso casi todos los sectores: la izquierda, la UPP, el APRA y AP. Este cambio brusco de reglas es un juego riesgoso a nivel de imagen exterior para el gobierno pues, por un lado puede generarle expectativas como sensación de inseguridad jurídica ante los inversionistas.
- ⇒ A nivel de la economía popular, por otro lado, como se preveía, los cambios implican menos ingreso y gasto social y más ingreso fiscal. El aumento de los combustibles es un aviso más que evidente para la población de los riesgos que sufrirán sus expectativas durante el presente año y abona en contra del prestigio del gobierno ya que las medidas no demuestran qué tendrán que ver con el objetivo oficial de disminuir la pobreza al 50%.

d. Ante esta situación, generada por los problemas del modelo, por el enfriamiento de las expectativas de la población y por la resistencia al mayor abuso del poder oficial -en lo que queda de esta primera fase- el gobierno está impulsando una **guerra sucia desinformativa y el boicót al referendo**.

Si el gobierno cumple su cometido de vender La Pampilla, nuestra campaña tiene un grueso revés, ya que para la nación pasaría a pesar -probablemente- la idea de un hecho consumado la venta de la empresa que puede influir negativamente en el recojo final de firmas por el referendo. Pero si logramos que el gobierno no pueda mantener el cronograma de ventas, esto juega muy a favor de la campaña.

Por otro lado, el gobierno pretende vender la idea de que el impulso del sector energético nacional depende en gran medida de la privatización anunciando que "es posible" la firma del contrato con la Shell para la explotación del Gas de Camisea. Al parecer este contrato está condicionado al proceso de privatización de Petroperú y finalmente, ayer se cumplió el plazo para la firma del contrato y esto no ha ocurrido, postergándose por cuarta vez. ¿Tiene qué ver el tema de Petroperú? es un tema a evaluar.

e. **Hay que resolver el problema de que Lima es el espacio más débil de organización de la campaña.** El problema se puede enunciar de la siguiente manera: **más de dos tercios (70%) de la población de Lima-capital (4'215 mil personas) y El Callao** estaría dispuesta a apoyar el referendo que prohíba la privatización de Petroperú, pero **se cuenta con insuficiente amplitud de liderazgos y canales institucionales que promuevan, convoquen y movilizen** a otros niveles de expresión esta imponente y sostenida opinión democrática opositora, lo cual **dificulta garantizar y canalizar la recolección centralizada de firmas durante el mes de mayo (4 semanas) en estas ciudades que representan el 48% de toda la población electoral nacional.**

- ☑ EN LO ORGANIZATIVO, la presión de las firmas y de la ciudadanía organizada institucionalmente vía Comités Cívicos priorizando las capitales provinciales social y electoralmente más importantes, particularmente Lima,
- ☑ EN LO POLITICO, la ampliación de una activa y concertadora oposición en defensa del derecho al referendo y la democracia y la presentación de iniciativas para lo postergación de la venta de La Pampilla y la concesión del Lote 8.
- ☑ EN LO IDEOLOGICO-PROGRAMATICO, la campaña de difusión ideológica y técnica frente a los argumentos del gobierno, centrándose en la la rentabilidad real de la empresa, en su carácter estratégico, demostrando que Fujimori requiere recursos para su campaña reeleccionista y esclarecimiento, además, de la inconstitucionalidad de las leyes Siura y Chávez, y de que éstas no pueden influir en el proceso de Referendo ya iniciado pues no son normas retroactivas.

A. EN LO IDEOLOGICO-PROGRAMATICO

- Se trata de dar un tratamiento al tema de Petroperú y el del Referéndum, sabiendo que siendo distintos temas, son entrañablemente complementarios en la coyuntura que nos toca.
- Se trata de vincular estos temas con problemas concretos que la población siente y transformarlos en mensajes que empatan con el sentido común de la población:
 - * no es posible más desempleo, por lo que no es correcto más despidos por privatización. Si hay más despidos, los nuevos desempleados compiten con las pocas oportunidades de trabajo que hay cada día;
 - * más privatizan, más suben los servicios: gas, agua, luz, transporte, fletes, etc.
 - * el chino nos está dejando sin patrimonio: ya están vendiendo todo, de allí sigue salud, educación, etc.
 - * el chino hace lo que quiere, tenemos derecho a decidir
- En otro nivel, se requiere promover pronunciamientos, firmas o declaraciones de artistas, intelectuales y líderes de opinión en general que estén en el país, en algunas regiones o desde el extranjero ante el problema de la violación de las reglas democráticas y del problema nacional de Petroperú. Ya tuvimos la experiencia de la importante labor que realizó Alfredo Bryce Echenique cuando llegó a nuestra patria por un determinado tema y terminó enbanderando una breve pero efectiva campaña contra la impunidad del caso La Cantuta. Huelga comentar del papel de Víctor Delfín, talareño por lo demás. Gente como Ricardo Blume que persiste en difundir artículos críticos al autoritarismo y a los errores del régimen democrático en general, contribuirían a ampliar la cobertura ideológica que necesitamos para la labor a nivel de la opinión pública.
- En esta perspectiva, nos sirve persistir en la idea de un Foro central en Lima que promuevan sectores como El Comercio y otros que pueda asumir la forma de un Intercampus sobre Petróleo.

B. EN LO POLITICO

- Hay una recomposición de las fuerzas políticas en general a la cual hay que prestar atención. Este movimiento está dando origen potencial a vincular técnicos, intelectuales y nuevos líderes con antiguos representantes y hay que saber tratar, hacer fluida y fortalecer esas vinculaciones. Promover su participación en eventos y demostrar nuestra seriedad y eficiencia es vital en este proceso.

- ☒ En primer lugar, existe la propia debilidad de las tradicionales organizaciones de base y representación política.
- ☒ En segundo lugar, en Lima hay una situación muy singular. A diferencia de otros lugares en el país, el gobierno central cuenta con casi la mitad (18) de los municipios distritales conducidos por alcaldes de Cambio 90/Nueva Mayoría.
- ☒ En tercer lugar, es muy difícil la posición del Alcalde de Lima pues, ante un Presidente que explícitamente pretende opacar su gestión edil con la presión sobre los pueblos más necesitados y su importante pero apretada victoria en la contienda electoral municipal, el señor Andrade no aspiraría a verse involucrado en un tema de tanta confrontación como es la del Referendo en defensa de Petroperú. Sin embargo, cabe señalar que en Piura y Lima opinó a favor de la defensa del Referendo dos semanas atrás.
- ☒ Finalmente, en cuarto lugar, siendo positivo que los sectores socialistas y socialdemócratas estén impulsando desde un inicio con los trabajadores petroleros y los pueblos del norte la campaña, es obvio que la otra parte de la oposición no se ha involucrado a este esfuerzo activamente, tampoco la intelectualidad en general y es notorio que -habiéndose acordado en la medida del Referendo- no hay opinión unánime sobre la forma empresarial que debe asumir Petroperú (o empresa pública como propondría el proyecto de ley que resolverá el Referendo o la venta de la empresa pero sin dividirla en varias unidades como proponen otros sectores políticos ante la decisión del gobierno de venderla pero por partes, empezando por el 60% de la refinería La Pampilla, la concesión del Lote 8 y seguir con la Refinería de Talara entre el último día de Mayo y fines de junio próximos.

V. ¿CUAL ES LA ORIENTACION DE LA PRIMERA FASE Y CUALES NUESTRAS METAS?

Hemos señalado la necesidad de precisar que la primera fase de esta campaña tiene como plazo fines de Mayo. Por todo esto es que, desde nuestro lado se trata -como orientación de esta fase- de **impedir la venta de La Pampilla o, cuando menos, lograr su postergación. Esto sólo es posible desmontando el programa privatizador, con una batería de estrategias, cada una fundamental a la otra, que incluye:** Partiendo de este supuesto, la primera fase de la campaña está orientada a la postergación del cronograma de venta de la empresa. Tiene como plazo la tercera semana del mes de mayo pues el Gobierno tiene planeado vender la Refinería La Pampilla como una primera parte de la empresa para fines de ese mes.

La segunda fase de la campaña depende de los resultados de la primera. Si logra vender La Pampilla, se intensificará el boicot al Referéndum y si no logra venderla en ese plazo, esta fase será de consolidación de la recolección de firmas y de la posible convocatoria al Referendo. Tiene como plazo probable todo el mes de Junio. Hay que considerar además que, luego de la entrega de firmas al JNE, se da el proceso de depuración. En todo este proceso habrá el intento de ilegitimar este proceso por parte del oficialismo. En ese momento el gobierno tratará por todos los medios de presionar al JNE y hasta boicotear el procesamiento computarizado de los planillones con la finalidad de que no logremos el mínimo requerido de firmas según ley.

- En ese terreno, nos interesa establecer relaciones individuales con líderes de partidos de oposición sin que eso signifique un compromiso orgánico entre organizaciones políticas; la actual crisis de decisión política de estas organizaciones impide este tipo de acuerdos, pero sí es posible a nivel personal.
- Hay un problema grave que encarar. Las representaciones políticas, la "clase política" (de izquierda y de derecha) viene sufriendo una tensión entre la desubicación (que produjo el cambio de la vida política en los últimos años) y la reubicación que cada uno ha venido realizando como parte de la sobrevivencia política que han podido realizar, de tal manera que encontramos gente y direcciones pasmadas, deprimidas y hasta reticentes a la iniciativa frente al neoliberalismo.

C. EN LO ORGANIZATIVO

- El primer asunto que tiene que quedar claro es que se trata de institucionalizar los Comités Cívicos con una imagen plural y heterogénea, de tal manera que -siendo importante y necesaria nuestra presencia como socialistas, en lo posible derivemos la representación a figuras democráticas, progresistas con actitud amplia.
- Igualmente claro debe quedar que institucionalizar un Comité implicar conformar sus comisiones de organización, de difusión y de economía. Los mariateguistas nos reunimos y nos distribuimos en qué comisión o brigada va a participar y se hace responsable en concreto. La comisión de organización es central, tiene que hacer un mapeo de cómo encarar masivamente y puerta por puerta en una zona la recolección de firmas, así como tiene que capacitar a las brigadas
- En tercer término, es necesario reafirmar la idea que los planillones no son volantes a repartir, sino una vital herramienta de esta campaña, por lo cual se requiere insistir en llevar un registro de a quién se entrega, de qué folio a qué folio y para que zona u organización lo lleva, además de capacitar a la persona en que **no se hace firmar al adherente, sino que se le pide su L.E y se copia sus datos** tal y como están y ellos sólo firman.
- Por otro lado, requerimos priorizar -dentro de la planificación total del Comité Cívico- en que provincias y en que lugares de Lima Metropolitana el PUM hará el esfuerzo de sostener brigadas, promover comités cívicos y la ampliación de fuerzas alrededor de este espacio vía comités de vaso de leche, juntas directivas de AA.HH o barrios, clubes, etc.: Independencia, Rímac, Ate, Margen Izquierda y VMT o VES.
- Igualmente, a nivel de provincias fuera de Lima, priorizaríamos la promoción y fortalecimiento de Comités Cívicos y grupos de brigadistas en 08 provincias: Sullana, Cajamarca, Chancay o Huacho, Puno y Andahuaylas.
- Como parte de esta labor, se priorizaría Piura-Talara como lugares importantes en que nos interese reforzar el espacio de agrupación y de respuesta a los argumentos del gobierno, en la realización de un Foro local.
- Igualmente, requerimos propaganda concentrada en difundir mensajes en: 50,000 octavillas y 50,000 encartes.
- Finalmente, esta priorización sólo funciona si el PUM se propone lograr el financiamiento adecuado que bordea los US \$ 25,000.

El Mariateguista N° 49

Organo oficial de la Dirección Nacional del PUM



ACTUALIZACION DEL PLAN DE CAMPAÑA EN DEFENSA DE PETROPERU, LA SOBERANIA NACIONAL Y LA DEMOCRACIA

Reunión Nacional del Comité Directivo Permanente Ampliado 27 - 28 abril 1996

	pág.
<i>Introducción</i>	2
I. El objetivo específico de la campaña en el marco de nuestra orientación táctica estratégica en el periodo actual.	3
II. Las características de la confrontación y el nuevo movimiento que se va configurando en ella.	
1. El escenario de confrontación se desenvuelve en dos aspectos: el nacional y el democrático.	4
2. El nuevo tipo de movimiento que va germinando.	5
III. Desarrollo y perspectivas de la primera fase de la campaña.	
1. Balance de la lucha.	8
2. Posibilidades y dificultades de la campaña.	10
IV. Reajustes a la actual primera fase.	
1. Resultados a lograr entre Mayo y Julio.	15
2. Estrategias y acciones de campaña: ideológico-programáticas, políticas y organizativas.	16

Anexo: Cartilla organizativa para la acciones locales de los Comités Cívicos

Introducción

Los días 27 y 28 de Abril se realizó en Lima una reunión nacional ampliada de nuestro Comité Directivo Permanente (CDP). A ella concurrieron 20 cc. de diversos núcleos mariateguistas involucrados directamente en la campaña de defensa de Petroperú en diversas capitales de departamento, como también en algunos conos de Lima. La agenda prevista resolvió tres puntos:

1. Situación política y táctica. El c. Martín Soto presentó la propuesta, se discutió y se hicieron recomendaciones que deberá recoger el mismo c. presentando una nueva redacción que el CDP procesará y definirá en su reunión del sábado 4 de Mayo próximo como preparación de la próxima Primera Asamblea Nacional de Delegados, AND, reconvocada para los días 6, 7 y 8 de junio próximos.
2. Actualización de la Campaña de defensa de Petroperú, la soberanía nacional y la democracia. Por encargo del CDP, el c. Héctor Chunga presentó la propuesta que, luego de su debate respectivo, fue aprobada con una Resolución que incluyó -en base a los informes y opiniones de los asistentes- valiosos aportes, agregados y recomendaciones que el mismo c. debía incorporar al documento final. La versión final de la actualización de esta campaña es el contenido del presente número de El Mariateguista. Cabe informar que se ha constituido una Comisión PetroPum con la finalidad de fortalecer la coordinación del trabajo respectivo de esta campaña. El evento ha planteado a los miembros del CDP que puedan realizar un mayor involucramiento conjunto de sus miembros en ella. Nos hacemos eco del reconocimiento a las iniciativas locales que -en diversas medidas- están asumiendo cc. mariateguistas.
3. Preparativos de la Primera AND. En este punto se confirmó la convocatoria para los días 6, 7 y 8 de junio próximos, recibándose el informe de los eventos pendientes en algunos núcleos locales, como Asambleas o Escuelas programadas en Mayo para el tratamiento de los materiales de perspectivas de la economía neoliberal, los proyectos para la renovación (balance del periodo y replanteamiento táctico-estratégico, reagrupamiento de los socialistas) y el de la situación política y táctica frente al fujimorismo.

Camaradas, con el presente material esperamos contribuir en mayor información, orientaciones y argumentación para vuestra labor local.

Comité Directivo Permanente

I. El objetivo específico de la campaña de defensa de Petroperú en el marco de nuestra orientación táctica estratégica en el periodo actual.

Lo avanzado hasta el Seminario-Taller nos señala que en el presente periodo buscamos:

- ☞ **producir derrotas parciales al proyecto neoliberal en los terrenos de defensa de la nación, los derechos del pueblo y la democracia,**
- ☞ **organizando y articulando la más amplia resistencia, reagrupando y renovando fuerzas del campo popular, democrático y nacional,**
- ☞ **reconstituyendo un escenario político que permita cambiar la correlación de fuerzas,**
- ☞ **y organizar un movimiento político-social desde el cual debilitar al bloque de poder fujimorista y derrotar su plan continuista en las próximas elecciones generales.**

En este marco, ¿cuál es el objetivo específico de la campaña en defensa de Petroperú? ¿Cuáles son sus plazos?

- ☞ **produciendo una derrota parcial al fujimorismo a nivel ideológico, programático y político,**
- ☞ **con la organización y movilización de los más amplios sectores de la población y de oposición,**
- ☞ **por que se excluya a Petroperú del plan de privatizaciones del gobierno y por su modernización como empresa estatal de todos los peruanos,**
- ☞ **porque Petroperú es rentable y el sector energético es de carácter estratégico, tanto para el desarrollo, la descentralización y la seguridad nacionales.**

Como campaña, es decir como voluntad política organizada, lleva ya un desarrollo de tres meses en los que el involucramiento de los mariateguistas es dispar e intentamos realizarla de manera más sostenida y coordinada. La primera fase de la campaña comprende -por lo menos- hasta la primera mitad del año '96 con las características que pasamos a revisar.

II. **Las características de la confrontación y el nuevo movimiento que se va configurando en ella.**

1. **El escenario de confrontación se desenvuelve en dos aspectos: el nacional y el democrático.**

Todo conflicto o lucha tiene uno o varios escenarios en que se desenvuelven. Depende -entre otros aspectos- en primer lugar, del tipo de problema o problemas que están de por medio en cuestión. En segundo lugar, depende del tipo de protagonistas o fuerzas principales que actúan en el conflicto tanto como aliados o como adversarios. La lucha en defensa de Petroperú, crea un escenario político-ideológico de confrontación que involucra dos tipos de problemas expresados simultáneamente, en cuyo desarrollo predomina uno de ellos en determinado momento.

Por un lado, tenemos una **confrontación de tipo nacional** en tanto nos movilizamos alrededor de la defensa del recurso del petróleo por su carácter estratégico en el desarrollo y la defensa nacionales, del rol preponderante del Estado en las decisiones sobre los procesos de exploración, explotación de regulación del mercado de ventas de combustible y otros servicios domésticos derivados de él que afecta el conjunto de la economía del país y, para el caso de regiones en particular, por garantizar que siga siendo fuente de ingresos para el desarrollo de los pueblos de las zonas petroleras vía los derechos conquistados de canon y el sobrecanon. El D.L N° 43 es la ley orgánica que rige Petroperú desde hace 15 años. En ella se prescribe que la empresa es estatal y que sólo una nueva ley -que no existe en el Congreso- puede modificar la ley vigente; el gobierno mientras tanto pretende vender la empresa, saltándose esta norma anterior que debe primar sobre la legislación aprobada luego sobre promoción a la inversión privada.

Por otro lado, tenemos en camino una **lucha profundamente de tipo democrática**, en tanto buscamos el respeto irrestricto al derecho de los ciudadanos a decidir soberanamente con su voto vía el Referéndum -contemplado en el Art. 31 de la Constitución y en la ley 26300- para decidir sobre los destinos de la empresa petrolera peruana.

Ambos aspectos son complementarios y a la vez implican la relación con actores distintos. Esto lo vemos claro en lo siguiente: **hay quienes luchamos por que se prohíba la privatización de Petroperú** y por ello requerimos a través lograr un Referendo el mandato necesario para que el gobierno no imponga su propósito de venderla. Allí están las representaciones cívicas, gremiales, socialistas y socialdemócratas del Comité Cívico Nacional en Defensa de Petroperú, lo mismo que El Comercio y La República, entre los sectores más saltantes. Hay, por otro lado, quienes están a favor de la privatización de Petroperú y sin embargo, al igual que nosotros, **asumen que este proceso implica necesariamente una decisión de todos los ciudadanos, por lo que sólo defienden el derecho a la convocatoria al Referendo**. Allí están los sectores neoliberales de la UPP como posición oficial

(aunque el núcleo de socialistas a su interior se opone a la privatización), representantes de AP y otros sectores progresistas. El movimiento actual discurre en ambos terrenos, por lo que la táctica toma en cuenta -con flexibilidad- ambos como indesligables.

2. ***El nuevo tipo de movimiento que se va generando en este escenario.***

Se trata de una nueva y creciente voluntad ciudadana por progreso y democracia, que expresa el sentido común generado en los ciudadanos como respuesta a los problemas socioeconómicos que vive el país y al carácter autoritario que impone el régimen. La revisión de sus antecedentes nos es útil en su análisis.

Ante un cuadro de crisis integral que se profundiza a inicios de la década del 90, en que sobresalen la crisis económica y los quince años de guerra interna sin capacidad de los liderazgos "tradicionales" para encararlos, el sentido promedio de las expectativas que capitaliza Fujimori en su primera gestión de gobierno, es el del **cambio**, el de la reconstrucción del país, el de la posibilidad del progreso y orden. **Honradez, tecnología y trabajo** fueron un nuevo referente ante la destrucción de valores, representaciones, niveles organizativos y compromisos entre la "clase dirigente" y el pueblo, con un futuro ya anunciado desde la crítica liberal por Vargas Llosa. Roto el vínculo entre representantes y representados, queda el vacío para un nuevo liderazgo. El golpe y el shock inmediatamente a su elección, enseñan que ese vacío se llenaba no sólo con mensaje sino, también, con fuerza político-militar, la fuerza que requiere el modelo neoliberal salvaje para imponer su nuevo orden.

El primer aviso de que no hay elección con cheque en blanco fueron los resultados del referéndum del '93. Las expectativas de los pueblos más pobres a ser atendidos en esta reconstrucción económica como ante las secuelas de la guerra sucia y en la recuperación de libertades democráticas, fue refrendada en un referéndum que por escaso margen y maniobras ganó Fujimori. La superación de la inflación y la derrota de SL y el MRTA, aunque esto último no sea sólo producto de la acción del gobierno, aparecen luego como la base que logra Fujimori para estabilizar el país y sacarlo adelante, aún a costa de los grandes sacrificios que han implicado: baja inflación con mayor empobrecimiento y pacificación con restricción de libertades. Las expectativas de la población empatan también con el ofrecimiento de Fujimori de una segunda gestión gubernamental; su bien pensado slogan resumía esta nueva fase de alianza reestablecida entre líder y pueblo: **ahora tenemos la oportunidad ... de crecer**, abrigando así la esperanza de desarrollo. El pragmatismo fujimorista valía la pena como costo o sacrificio ante la ausencia de otra alternativa creíble y consistente en el sobreviviente sentido de país o nación medianamente viable. Ante la ausencia de valores, la situación de anomia vivida, los valores asumidos del progreso posible, vienen a estimular nuevas identidades y nuevas formas de asociación a sectores conformantes de los **13 millones de peruanos pobres** de este país. La propuesta de una reelección para **reducir en 50% este mapa de pobreza** fue clara: se abría la oportunidad de los llamados sectores económicos medio y bajo de ser pequeño empresarios o tan sólo de tener un empleo aunque esporádico y así mejorar sus ingresos estaba en marcha.

Esto es parte de los elementos que están a la base de la reelección del núcleo en el poder liderado por Fujimori. Si la oportunidad más "real", más probable era una, la posibilidad de un fujimorismo sin Fujimori no tenía sentido pues en medio de un proceso de reconstitución y consolidación de un liderazgo creciente. Hasta Fujimori cree que el Perú era él, el inicio de una nueva era: **el Perú no podía parar, él no puede parar**. La incertidumbre de un camino más democrático con Pérez de Cuéllar, conducido con el mismo esquema neoliberal, no era una oportunidad clara en tanto la otra sí era una "experiencia demostrativa" concreta. La presión en los pueblos más pobres funcionó: la campaña electoral de los PRONAA, los FONCODES, el PAR, etc., con su fuerte inversión en gasto social en ese periodo.

El problema es que hoy, diversos sectores de la población empiezan a percibir que los 13 millones de pobres vienen siendo olvidados, el fujimorismo ofrece **sólo reducir a 50% la situación de los peruanos en extrema pobreza**, ya no de todos los pobres pero además, contradictoriamente, con menos gasto social, con más compromiso de **enfriar la economía**, mayores impuestos, más privatización -que ha significado hasta hoy **más de 140 mil despidos** afectando alrededor de 700 mil familias- más privatización con aumento del costo del gas y menos peso en los balones, mayor costo del servicio eléctrico y telefónico, menores ingresos y posibilidades de empleo y mayor inseguridad en las relaciones laborales.

El modelo tiene, además, los problemas que se han analizado en el Seminario Taller alrededor de la **crisis de cuenta corriente en la balanza de pagos y el estancamiento productivo**, el mayor endeudamiento e importaciones, ahogamiento de las industrias y sin promoción a la agricultura en medio de todo lo cual, por otro lado, aparece la sensación de que nuestro patrimonio está en riesgo de perderse con la venta de Petroperú, que acarreará más despidos, más alzas y más abuso autoritario.

La idea común en la población es que ya hubo sacrificio, ya se derrotó la inflación y el terrorismo, hay ganancias por vender nuestras empresas; bien, ahora también nos toca a nosotros. Esto es parte de este nuevo sentido común que quiere hacer realidad la promesa de que ahora tenemos la oportunidad, luego de casi dos décadas. Esta lógica se expresa en formas de crítica o resistencia pasiva en muchos sectores de la población, a través de las encuestas, a través de la baja de imagen pública de Fujimori, a través de su derrota en las elecciones municipales en Lima y a través de la reanimación de acciones de protesta sobre todo de sectores organizados de los trabajadores y otros sectores. La gran marcha en Lima del 25 de Abril último fue también expresión de ello.

Este movimiento está encontrando en la lucha contra la privatización de PetroPerú el principal canal para expresar su disconformidad, como expresión de lo que hemos caracterizado como **el inicio del enfriamiento de las expectativas de la población frente al gobierno que conduce Fujimori**. Es también, de manera particular, un movimiento que se ha colocado en el nervio central de la política económica y del autoritarismo del neoliberalismo salvaje.

De alguna manera y a modo de resumen, podemos señalar que esta voluntad ciudadana -que de manera gradual y creciente va adquiriendo niveles organizativos- tiene las posibilidades de ser la base para construir un nuevo tejido político y social que puede a su vez tener perspectivas en las nuevas confrontaciones que tendremos en la larga cruzada contra el neoliberalismo salvaje.

Al lado de señalar estas potencialidades del nuevo movimiento, es indispensable también distinguir que sus principales debilidades son: débil liderazgo político e insuficiente capacidad organizativa. Por el lado político, los actores sociales de este movimiento se encuentra por delante de quienes podrían ser el liderazgo y quienes podrían dar el perfil programático de la resistencia al régimen.

Los representantes de la antigua oposición de partidos están debilitados y desorientados en medio de la sobrevivencia política; algunos de ellos, algunos de sus núcleos están involucrados en la campaña, mas, con las debilidades propias de nuestras alicaídas estructuras. Por el lado del actual sector predominante de quienes buscan ser una representación de centro políticos, hay un gran desfase entre las demandas de este movimiento y la poca altura con que ha reaccionado la "clase política dirigente" absteniéndose de ser real oposición, y con sectores a su interior ganados o neutralizados por el discurso y la fuerza neoliberal del régimen, lo que la ata de manos y le produce retraso en su reacción. Por el lado de quienes se podrían considerar líderes potenciales generados en este movimiento, algunos técnicos sobre todo, tenemos las muestras de la inexperiencia organizativa en el terreno político, pese a su persistencia en la campaña.

Por el lado organizativo, existe un desfase entre esta nueva voluntad ciudadana y la capacidad con los instrumentos adecuados para poder transformarla en voluntad organizada y con un mínimo de movilización. La vida práctica de esta experiencia nos esta mostrando que el camino para comenzar a superar este desfase es apuntalar nuevas formas de organización, que en este caso se condensan en los Comités Cívicos de carácter amplio. Indudablemente que avanzar en la superación de la crisis de los partidos y gremios, será un paso que coadyuve esfuerzos hacia el apuntalamiento de estas nuevas formas de organización que han comenzado a germinar.

Es vital por ello, comprender que los Comités tienen que ser contruidos con criterios amplios y capaces de albergar en su seno a nuevos actores sociales que están mostrando condiciones para asumir este reto que nos demanda la actual situación política. La amplitud no es un problema que se reduce a la ampliación de las fronteras orgánicas sino, y lo que es más importante al nuevo carácter del mensaje del discurso que deben divulgar los Comités Cívicos.

El PUM tiene en este escenario las mejores condiciones para presentar su discurso de renovación, que al lado de orientaciones de orden político debe también expresarse con la suficiente capacidad para dar curso a los problemas técnicos y de modernización productiva, así como los referidos a los aspectos social y cultural.

IV. Desarrollo y perspectivas de la primera fase de la campaña.

1. Balance de la lucha.

Esta lucha ha pasado hasta hoy, por tres momentos.

El primer momento, a inicios del presente año, en el cual son los trabajadores petroleros de Talara los que desarrollan acciones en defensa del trabajo, momento que llegó a un punto máximo con la huelga de hambre de 13 días que desarrollaron. Desafortunadamente, al levantar la huelga en lugar de expandirla por temor a represalias si rechazaban las cartas de renuncia con incentivos, significó una debilidad cuyo costo hay que evaluar en tanto, de más de mil trabajadores presionados por estas cartas, sólo el 5% no ha firmado todavía. El papel de los promotores iniciales del Comité Cívico Nacional, políticos, técnicos y congresistas, fortaleció la decisión del Alcalde talareño a encabezar la defensa de Petroperú ante los pobladores, lo que sirvió como soporte a los efectos del corte de la huelga.

La población de Talara y la de Piura ya han vivido la experiencia de sobreexplotación e inestabilidad del trabajador de las empresas privadas extranjeras que trabajan en el zócalo continental, así como la vida les ha enseñado que más despidos no traen desarrollo sino el aumento de la pobreza y de la competencia laboral entre los pobres. Además, en la región hay antecedentes de la lucha por el canon, que incluyó -hacia marzo del '95- una primera Marcha hacia Lima con proyecto de ley en mano con la fórmula de la mantención mayoritaria en poder del Estado sobre el 60% de acciones y la participación de los trabajadores y la región en parte del resto de acciones.

Como escenario nacional de esta situación ya se vivía favorablemente un descenso en la popularidad de Fujimori y habían brotes protestas locales como la de los tacneños y los pobladores de Huancayo y en Lima también el rebrote de protestas contra los despidos, el desempleo y los bajos ingresos. El nuevo sentido común del que hablamos antes, se expresa en que la gente quiere progresar, *también tenemos derecho y el chino está haciendo lo que quiere*. El antecedente más próximo de esta situación fue la derrota de Yoshiyama en las elecciones municipales de Lima frente a Andrade. Con estas bases pasa a primer plano la lucha por mantener la empresa estatal, el canon por el desarrollo regional y se abren las posibilidades de expandir la lucha más allá, inclusive, de los ámbitos regionales.

El segundo momento de este proceso, ha sido caracterizado por los intentos de ampliar el movimiento, a partir de mediados de febrero. En el se da impulso a movilizaciones y realización de Forums, así como intentos de articulación con las luchas particulares como la que se desarrolló en Tacna por la prohibición intempestiva de la importación de autos usados en la ZOTAC. En este momento se expresa la iniciativa de algunos miembros del Comité Cívico en particular por imprimirle el carácter decisivo a la lucha, teniendo un papel muy relevante nuestros

cc. JDC y Mohme. En esta fase es que los miembros de nuestra dirección se empiezan a involucrar en la problemática y se inicia de manera más coordinada la relación con los diversos frentes locales.

Esta fase ha sido débil en tanto, por un lado, el Alcalde aprista de Piura vaciló para encabezar Cabildos Abiertos, movilizaciones y relaciones fuera de la región, hasta llegar hoy a abstenerse de apoyar la marcha patriótica que los talareños han realizado entre el 24 y 25 de abril; por otro lado, el Comité Cívico Nacional, siendo positivamente un espacio plural, nació con una representación -básicamente- de gremios y políticos, socialistas y apristas, sin el centro político ni importantes intelectuales y líderes de opinión democráticos que se abstuvieron de participar salvo casos como el del Gral. Robles y, finalmente, un último factor -sin embargo- de mucha importancia es el retraso que hay en los representantes políticos para ponerse a la cabeza de un clamor que ya se iba afirmando de manera pasiva pero sostenida a nivel nacional a través de las encuestas; en ello están explicadas las vacilaciones y desmovilización de la UPP.

Un tercer momento, el de impulso del Referéndum, es en el que estamos hoy, que ha implicado un cambio significativo y superior. Está dado por el trabajo -difícil ciertamente- de la conformación de Comités Cívicos provinciales de Defensa de Petroperú, el logro de la FENPETROL para que el JNE apruebe el inicio de recojo de firmas y compra de planillones iniciales, la organización de brigadas de recojo de firmas y la movilización de sectores más organizados a concentrar vía esta campaña otras demandas al gobierno.

La FENPETROL ha adquirido del JNE la cantidad de **135,000 planillones** con la finalidad de cubrir alrededor de **2 millones de firmas** de las cuales -según la ley- por lo menos **deben ser válidas 1'200,000**, sólo para lograr la convocatoria del Referendo luego de un proceso de depuración que -por ley- puede llevar hasta 120 días (4 meses). Estando a fines de Abril, debemos hacer un balance de este proceso de organización de comités, recojo de firmas y control de planillones y procesamiento en disquetes, requisito que también hay que cubrir para entregar al JNE las firmas recogidas.

Como se comprueba en el siguiente cuadro, descontando Lima-districtos:

- de un total de **46 cabezas provinciales social y electoralmente más importantes**, se han constituido comités en menos de la mitad (**12**) lo que se compensa con el hecho que representan alrededor de **2'117 millones de electores** ubicados -salvo Maynas (Iquitos)- en la costa norte y sur del país. Aún en Piura no se han formado en todas sus provincias.
- hay **14 capitales provinciales** que están en proceso de constituir comités y representan **1'015 millones de electores** ubicados entre la costa y sierra norte y -sobre todo- en la sierra sur y sur central del país.
- el saldo negativo son **20 capitales provinciales** sin proceso de constitución de comités que representan **1'669 millones de electores** ubicados en el llamado norte y sur chico de Lima, selva y sierra centro y sur.

- A este último dato hay que agregar el caso de Lima que representa 3'819 mil electores y que se analiza más en detalle luego. De este balance y el cuadro comparativo se pueden sacar conclusiones para priorizar el reajuste de la campaña general.

CONDICION	NORTE	MILES ELECTOR	SELVA	MILES ELECTOR	SUR	MILES ELECTOR	CENTRO	MILES ELECTOR	TOTALES
CONSTITUIDOS en capitales con 2'117 millones electore	Talara, Piura, Tumbes, Paita, Chiclayo, Trujillo, Bagua	1'117	Maynas-Iquitos	177	Ica, Arequipa, Puno	723			12
EN PROCESO en capitales con 1'015 millones de electores	Sullana, Sechura, Lambayeque, Cajamarca, Huaraz, Chancay,	562	Chachapoyas		Qosqo, Cerro, Huancavelica, Hmga-Ayacucho, La Convención, Espinar y Canchis	453			14
NO CONSTITUIDOS en capitales con 1'669 millones de electores	Morropón, San Ignacio, Santa-Chimbote, Barranca, Huaura-Huacho, Sta. Eulalia-Hua	602	Coronel Portillo, Tarapoto-San Martín	183	Cañete, Chincha, Ilo, Tacna, SanRoman-Juliraca, Azangaro	509	Yauli-La Oroya, Huánuco, Andahuaylas, Abancay, Chincheros, Aymaraes	275	20
TOTAL GENERAL									46

2. Posibilidades y dificultades de la campaña

a. En esta primera fase de la campaña, el gobierno se haya a la defensiva.

En este escenario, ha ido en aumento la demanda ciudadana por el referendo (73%) y por la mantención de Petroperú bajo control estatal (70%). Sin desmerecer la posición de fuerza que en general conserva el gobierno, es necesario resaltar la evidencia de sus aspectos débiles para la consecuente acción en ese marco. La crisis en cuenta corriente de la balanza de pagos, la recesión y la depresión de la capacidad adquisitiva ha implicado una delicada situación para Fujimori que se vio con mayor evidencia luego de los resultados electorales municipales pues todos estos factores presentan -como lo reiteramos desde este año- el efecto de un inicial enfriamiento de las expectativas de la población en la política oficial. En este marco, por un lado, la venta de Petroperú obedece a un exacerbado fondomonetarismo del modelo neoliberal fujimorista -pues le permitirá continuar el puntual pago de deuda externa- y por el lado interno, obedece dos cosas: por una parte, a la gran necesidad de sanear parte de la economía con el financiamiento que logre en esta venta y, por otro lado, a un cronograma y plan reeleccionista electoral pues es la empresa que -de ser vendida- le garantizará recursos para manejarse en medio del reajuste al gasto fiscal que ha convenido con los dictados del extranjero.

Como perspectiva debemos prever que a partir de julio probablemente , será la de definición final de la convocatoria o no convocatoria al Referéndum,

como característica central de una segunda fase de campaña. Si logramos que no hayan empresas extranjeras postoras, si logramos consolidar la recolección de firmas y la vinculación de otras luchas (sueldos, empleo, no privatización de puertos, salud, educación, etc.) la lucha en esta etapa tendrá como resultado la posible convocatoria al Referendo. Tiene como plazo probable toda la segunda mitad del año. Hay que considerar además que, luego de la entrega de firmas al JNE, se da el proceso de depuración el cual, por ley, puede durar hasta 120 días (cuatro meses). En todo este proceso habrá el intento de ilegitimar el Referendo por parte del oficialismo, a la vez que tratará por todos los medios de presionar al JNE y hasta boicotear el procesamiento computarizado de los planillones con la finalidad de que no logremos el mínimo requerido de firmas según ley.

b. **Contraofensiva del gobierno. La campaña se da en medio de un complicado y difícil intento de reajuste económico y político en el gobierno.** La contraofensiva inicial del gobierno se ha dado en medio de grandes dificultades y no expresa un consenso necesariamente en el propio núcleo en el poder sino un reacomodo de las propias disputas que hay al interior.

A nivel del Ejecutivo, se reafirma la línea fondomonetarista, extranjerizante en el modelo, lo cual ha implicado el mantenimiento de Camet pero, así mismo la remoción de la cabeza del gabinete con el ex-jefe de la Comisión Especial de Privatización de Petroperú (Pandolfi) como Primer Ministro y encargando al nuevo Ministro de Trabajo (González Izquierdo) la respuesta ideológica (informativa, etc.) para encarar la alta y sostenida opinión ciudadana en contra de la privatización y a favor del referéndum desde su nuevo rol también como Presidente de la Comisión de Promoción a la Inversión Privada (COPRI) desde la cual desarrollará una **guerra sucia desinformativa**. El inicio de ello ha sido la campaña de ofrecer acciones a la población con el mensaje de que esa es la "Participación Ciudadana" que permitirá que "los beneficios de la privatización lleguen a todos los peruanos".

Por otro lado, el gobierno pretende vender la idea de que el impulso del sector energético nacional depende en gran medida de la privatización anunciando que "es segura" la firma del contrato con la Shell para la explotación del Gas de Camisea. Al parecer este contrato está condicionado al proceso de privatización de Petroperú y finalmente, ayer se cumplió el plazo para la firma del contrato y esto no ha ocurrido, postergándose por cuarta vez, aunque han anunciado que se cerraría este 18 de mayo próximo.

☞ **Por el lado del legislativo,** se reafirma el trabajo sucio contra las reglas constitucionales **con el boicot al referendo** asumido desde su cuerpo de congresistas en el arreglo de artimañas legales (leyes Siura-Chávez y chantaje en la conformación del Tribunal de Garantías Constitucionales). Estas últimas medidas, si bien -por un lado- crean un clima de confusión para nuestra campaña, sin embargo ha permitido mayor definición de sectores de oposición democrática ante el autoritario e impune cambio de reglas de juego legal que pretende imponer el gobierno. En esta lucha se hallan -a nivel del Congreso casi todos los sectores: la izquierda, la UPP, el APRA y AP. Este cambio brusco de reglas es un juego riesgoso a nivel de imagen exterior para el gobierno pues, por

un lado puede generarle expectativas como sensación de inseguridad jurídica ante los inversionistas.

☞ **A nivel de la economía popular**, por otro lado, como se preveía, los cambios implican menos ingreso y gasto social y más ingreso fiscal. El aumento de los combustibles es un aviso más que evidente para la población de los riesgos que sufrirán sus expectativas durante el presente año y abona en contra del prestigio del gobierno ya que las medidas no demuestran qué tendrán que ver con el objetivo oficial de disminuir la pobreza al 50%.

c. Es también un cambio cualitativamente importante el referido a **la redefinición de liderazgos en el escenario político de la oposición y se está abriendo la posibilidad de promover un espacio de centro-izquierda más combativo al neoliberalismo.**

☞ En esta fase la UPP termina por tomar una posición oficial mediatizada sin decidirse a apoyar la campaña por el Referéndum, la tensión social acelera definiciones frente al gobierno y a su interior se producen renunciaciones del lado de la derecha e intentos de "renunciar" a los izquierdistas, alentados, por ejemplo, por D'Ornellas desde Expreso.

☞ Hay un problema grave que encarar. Las representaciones políticas, la "clase política" (de izquierda y de derecha) viene sufriendo una **tensión entre la desubicación general**, que produjo el cambio de la vida política en los últimos años, **y la reubicación personal**, que cada uno ha venido realizando como parte de la sobrevivencia política que han podido desarrollar, de tal manera que encontramos gente y direcciones pasmadas, deprimidas y hasta reticentes a la iniciativa frente al neoliberalismo.

☞ Sin embargo, aparece por otro lado, figuras como Andrade con un tipo de resistencia liberal al autoritarismo fujimorista, que expresa un tipo de liderazgo alternativo dentro del esquema liberal, y con perspectiva de ser bien visto por sectores neoliberales como por sectores de izquierda y otros. Hay que resaltar el papel importante que van adquiriendo figuras profesionales como Daniel Saba, ex miembro de la COPRI quien cuestiona de tiempo atrás el mal manejo y pragmatismo con que se aplica la lógica privatizadora de Fujimori, así como el Ing. Nicanor Arteaga, quien ha desarrollado una fundamentación integral para defender la modernización de Petroperú como empresa estatal rentable.

☞ Merece una evaluación particular este tema del liderazgo, en tanto, por ejemplo, la dirección central del APRA tiene la decisión de rearticularse vía este espacio y aprovecharlo, lógicamente, para su campaña de reinscripción para participar en procesos electorales en el JNE, pero que no logra articular a sus diversos núcleos y líderes connotados, como el caso de su Alcalde de Piura quien -luego de actitudes contradictorias- no dispuso apoyo a la Marcha de los talareños para el último 25 de Abril, cabiendo reconocer -sin embargo- que el APRA está focalizando su trabajo en zonas como Iquitos, entre otras provincias.

- Es también sintomático que en la escena vuelvan a aparecer en importantes capitales líderes de izquierda y particularmente de nuestro Movimiento. Sin y sobrevalorar esta iniciativa, damos el reconocimiento debido a nuestros camaradas en tanto confirman con su actuación de que nuestro Movimiento debe ser -al lado de un espacio de promoción de propuestas renovadoras- un núcleo que cumpla con el requisito de desarrollar lo nuevo en la política cotidiana. En política, por lo demás, sólo existe un Movimiento si es que este se "mueve" y con ello genera e influye en el escenario.
- Estas iniciativas en provincias implican, como expresión de la crisis que pasamos, básicamente la acción de líderes y núcleos mariateguistas sin movimiento de base social como referente y que actúan con iniciativa y ganan representatividad con grandes esfuerzos en medio de la debilidad general en los Comités Cívicos, en el Nacional, en Tumbes, Piura, Ica, Iquitos, Puno, Trujillo, Chancay-Huacho, así como en Huancavelica, Qosqo y Arequipa.
- De que es un terreno que hace posible y coherente avanzar en nuestros proyectos de reagrupación, partiendo por nuestros propios núcleos de camaradas para promover el central reagrupamiento de los socialistas renovadores y de la forja de articulación de diversas formas de oposición al régimen, es innegable. Como campaña -es decir, como esfuerzo y voluntad organizada en esta lucha ideológica, programática y organizativa- diversos núcleos mariateguistas, en diversos planos de acción, vienen involucrándose de menos a más en ella. A inicios del año, camaradas de Piura-Talara y desde nuestra única posición en el Congreso, hubieron los primeros esfuerzos.
- El CDP asume darle un curso a esta problemática recién a mediados de Febrero. Pese al retraso inicial, esto ha permitido sin embargo, complementar el esfuerzo de aportar, tanto a la coordinación y elaboración de los proyectos globales de renovación socialista desde las experiencias locales, como en la acción táctica a las iniciales confrontaciones y frustraciones que ya se empezaban a mostrar sectores de la población, incluso en problemas regionales, ante la crisis de empleo e ingresos y el autoritarismo de Fujimori frente a las expectativas que generó en este primer año de su segundo mandato. En la medida que no preveíamos este cambio en el escenario político y por las posibilidades abiertas en medio del retraso que hay en su atención, el involucramiento del organismo de dirección a esta campaña requiere un readecuamiento encaminado a fortalecer la experiencia de renovación en el tránsito que nos hemos propuesto realizar.

e. **Hay que resolver el problema de que Lima es el espacio más débil de organización de la campaña.** El problema se puede enunciar de la siguiente manera: **más de dos tercios (70%) de la población de Lima-capital (4'215 mil personas) y El Callao** estaría dispuesta a apoyar el referendo que prohíba la privatización de Petroperú, pero **se cuenta con insuficiente amplitud de liderazgos y canales institucionales que promuevan, convoquen y movilizen** a otros niveles de expresión esta imponente y sostenida opinión democrática opositora, lo

cual dificulta garantizar y canalizar la recolección centralizada de firmas en estas ciudades que representan el 48% de toda la población electoral nacional.

- ☞ En primer lugar, existe la propia debilidad de las tradicionales organizaciones de base y representación política.
- ☞ En segundo lugar, en Lima hay una situación muy singular. El gobierno central cuenta con casi la mitad (18) de los municipios distritales conducidos por alcaldes de Cambio 90/Nueva Mayoría.
- ☞ En tercer lugar, es muy difícil la posición del Alcalde de Lima pues, ante un Presidente que explícitamente pretende opacar su gestión edil con la presión sobre los pueblos más necesitados y su importante pero apretada victoria en la contienda electoral municipal, el señor Andrade no aspiraría a verse involucrado en un tema de tanta confrontación como es la del Referendo en defensa de Petroperú. Sin embargo, cabe señalar que en Piura y Lima opinó a favor de la defensa del Referendo dos semanas atrás.
- ☞ Finalmente, en cuarto lugar, siendo positivo que los sectores socialistas y socialdemócratas estén impulsando desde un inicio con los trabajadores petroleros y los pueblos del norte la campaña, es obvio que la otra parte de la oposición no se ha involucrado a este esfuerzo activamente, tampoco la intelectualidad en general y es notorio que -habiendo acuerdo en la medida del Referendo- no hay opinión unánime sobre la forma empresarial que debe asumir Petroperú, o empresa pública como propondría el proyecto de ley que resolverá el Referendo o la venta de la empresa pero sin dividirla en varias unidades como proponen otros sectores políticos ante la decisión del gobierno de venderla pero por partes, empezando por el 60% de la refinería La Pampilla, la concesión del Lote 8 y seguir con la Refinería de Talara a fines de Mayo próximo.

f. **La constitución de Comités Cívicos y el recojo de firmas y control organizado de planillones requiere ser potenciado.** Nuestro interés primario son las capitales de los departamentos, y más allá de éstas, toda capital provincial social y electoralmente más importante, en tanto se trata de combinar la potencialidad de organización alrededor de demandas locales que movilizen a la población de la provincia y la subregión circundante y la cantidad de votantes hábiles en tanto la disputa del referéndum es de carácter electoral.

IV. Reajustes a la actual primera fase

1. Resultados a lograr entre Mayo y Julio.

Por el desarrollo de la confrontación la primera fase de esta campaña comprenderá, aproximadamente, hasta fines de Junio. Por todo esto es que, desde nuestro lado, se trata -como orientación de esta fase- de **consolidar la organización de Comités Cívicos, el recojo de firmas, trabar la venta de La Pampilla, logrando su postergación y consolidar la opinión pública democrática, patriótica y de rechazo a más desempleo, alzas y menos servicios para el pueblo que traen las privatizaciones llevadas a cabo hasta hoy.**

Para la actual primera fase, nos proponemos los siguientes resultados:

- a. **Avanzar aceleradamente en la formación de Comités Cívicos**, ubicándola como nuevas formas de organización y como los espacios más adecuados para canalizar la actual voluntad ciudadana. Esta tarea va unida a la de **consolidar la recolección de firmas a nivel nacional**. Estas acciones deben realizarse con los siguientes criterios:
 - Deben ser amplios, flexibles y creativos; en ningún caso deben reducirse en Comités de izquierdistas, de partidos políticos, ni ser exclusivamente una expresión de una aglutinación gremial.
 - Dotarle de estructuras ejecutivas, pequeñas, ágiles y con un grado de eficacia, conformando la Comisión de Organización, Difusión y Economía.
- b. **Desarrollar las acciones que nos permitan entabrar el cronograma de venta de PetroPerú, que tiene como un punto nodal la venta de La Pampilla, programada para el 31 de mayo.** A esta tarea contribuye la carta que enviará el Comité Cívico Nacional a las empresas postoras de la venta, el aceleramiento del recojo de firmas, la constitución de Comités Cívicos a nivel nacional y las jornadas de movilización nacional a realizar en Mayo, en vísperas de la fecha prevista de venta de La Pampilla.
- c. **Consolidar y ampliar la voluntad y opinión pública que hoy se expresa en la defensa de PetroPerú**, para darle proyección y perspectiva a sus potencialidades. Ello significa la necesidad de un discurso renovado capaz de introducirse en el manejo de los problemas económicos, técnicos y sociales. En este sentido, la problemática de PetroPerú nos lleva con relativa facilidad a tratar otros problemas del conjunto del país y que pueden ser expresados como ideas fuerzas:

- Relacionarlo con la democracia directa que se expresa con nitidez en la consecución del referendo, señalando que el JNE debe enlazarse a la voluntad del pueblo.
 - Señalar la relación directa de PetroPerú no solo con el alza de los precios de la gasolina sino con el costo de vida.
 - Indicar que la privatización de PetroPerú implica menos ingresos para el Estado y que se reducen las posibilidades. Del mismo modo, indicar que PetroPerú al ser una empresa rentable tiene grandes posibilidades de aumentar estos ingresos y ligarse al desarrollo de los pueblos.
 - Señalar que la venta de PetroPerú esta directamente relacionada con los mandatos del FMI, quienes exigen el pago puntual y en volúmenes cada vez más elevados de la deuda externa: indicando también que la deuda externa del Perú sigue acrecentándose a tal punto que ya no parece una deuda externa sino una deuda eterna.
- d. **Organizar una segunda jornada de movilización** pero buscando esta vez que los comités cívicos sean los protagonistas centrales de esta movilización, a realizarse el 30 de Mayo. Esta movilización no implica descartar la organización de Paro Cívico propuesto por algunos sectores, ya que puede juntarse con las expresiones de voluntad y de lucha de diferentes sectores de trabajadores.

2. ***Estrategias y acciones de campaña: ideológico-programáticas, políticas y organizativas.***

Nuestro Movimiento y, en particular, el pleno de nuestro CDP, debemos hacer los esfuerzos para comprometernos como colectivo en esta campaña. Sin embargo, teniendo en cuenta nuestras dificultades políticas y organizativas, es indispensable actuar con criterios de prioridad y de concentración de esfuerzos.

En esta primera fase, el logro de estos resultados sólo es posible con un conjunto de estrategias que incluye:

- ☞ EN LO ORGANIZATIVO, la presión de las firmas y de la ciudadanía organizada institucionalmente vía Comités Cívicos priorizando las capitales provinciales social y electoralmente más importantes, particularmente Lima,
- ☞ EN LO POLITICO, la ampliación de una activa y concertadora oposición en defensa del derecho al referendo y la democracia y la presentación de iniciativas para la postergación de la venta de La Pampilla y la concesión del Lote 8, como la de emitir una carta a las empresas postoras (Shell, Mobil, etc.) para que se abstengan de participar en una venta que no brinda seguridad jurídica.
- ☞ EN LO IDEOLOGICO-PROGRAMATICO, la campaña de difusión ideológica y técnica frente a los argumentos del gobierno, centrándose en la rentabilidad real

de la empresa, en su carácter estratégico, demostrando que Fujimori requiere recursos para su campaña reeleccionista y esclarecimiento, además, de la inconstitucionalidad de las leyes Siura y Chávez, y de que éstas no pueden influir en el proceso de Referendo ya iniciado pues no son normas retroactivas.

A. EN LO IDEOLOGICO-PROGRAMATICO

- Se trata vincular la defensa de Petroperú y del Referéndum, con los problemas concretos que la población siente y transformarlos en mensajes que empatan y reafirman el sentido común de la población, haciendo evidente las consecuencias negativas de la privatización:
 - a. **No es posible más desempleo, no aceptamos más despidos por privatización.** Si hay más despidos, los nuevos desempleados compiten con las pocas oportunidades de trabajo que hay cada día. Todas las privatizaciones realizadas han significado 140 mil despedidos hasta hoy. De Petroperú se han quedado **sin empleo 8,000 trabajadores petroleros** desde 1990. Hoy el personal se ha reducido en más de la tercera parte de lo que había en la ex-IPC, quedando sólo 3,450 trabajadores;
 - b. **Más privatizan, más suben los servicios: gas, agua, luz, transporte, fletes, etc.** La venta de **Solgas** significó -en 1992- que el balón de gas pese menos -de 24 a 22 libras- y cueste más -de 5 a 21 soles-. La venta de **grifos** encareció la gasolina y hoy ganan más del triple, 20 céntimos por cada sol. La venta de **los servicios telefónico y eléctrico** elevó las tarifas en casi el 300%;
 - c. **Si venden las refinerías, no habrá regulación de precios**, ya que el Estado perdería esta capacidad que hoy tiene y que favorece a los consumidores.
 - d. **El chino nos está dejando sin patrimonio: ya están vendiendo todo, de allí sigue salud, educación, etc.** Vendiendo Petroperú, el Estado ya no recibiría el 7.5% que le aporta hoy, lo que traerá -para compensarlo- mayores impuestos a la población.
 - e. **El chino hace lo que quiere, tenemos derecho a decidir.** Participación ciudadana es decidir en el Referendum, libre y democráticamente y no engañar al pueblo con la venta de acciones que, para empezar, no están al alcance de la mayoría de peruanos y, finalmente, de una empresa que es patrimonio de toda la nación.
- Afirmar, sostener, la alternativa de la **modernización de Petroperú**, persistiendo en el planteamiento hecho hoy en proyecto de ley de la **exclusión de Petroperú del proceso de privatización** y desarrollando como propuestas:
 - a. Que continúe como empresa integrada bajo control estatal, ya que Petroperú no es monopólica, pues sólo tiene el 1.5% del área

petrolífera del país y vender las refinerías es vender la parte más rentable de esta actividad,

- b. Que se asocie con el capital privado de diversas formas, como son los contratos de riesgo ("join venture") para ampliar nuevas exploraciones y la explotación de las reservas probadas.
- c. Que se renueve tecnológicamente, siendo central en ello el proceso de reconversión laboral de los trabajadores, pues cuenta con los US\$ 330 millones que requiere su modernización, activos por US\$ 3,571 millones y obtuvo utilidades anuales de US\$ 300 millones en 1995.
- d. Que se supervise y exija el cumplimiento de la responsabilidad de Perupetro y las 34 empresas privadas petroleras que operan en el país en la consecución de los US\$ 2,000 mil millones que se requieren para nuevas exploraciones y explotación de yacimientos.
- e. Esclarecer que las privatizaciones realizadas han sido negativas para el país y exigir la devolución a Petroperú de estos lotes:

Maple Gas bajó su producción de 650 a 615 barriles diarios y su refinación de 1,400 barriles a 600 diarios, y subió los precios de combustibles en 15%.

Petrotech bajó la producción en Talara luego de privatizar la explotación en el zócalo de Talara de 21,000 a 17,000 barriles diarios.

Transoceánica ha descapitalizado al país, al haber vendido 4 buques tanques para transporte marítimo de petróleo, apenas se vendió a la empresa chilena Ultragas y redujo su capital de 58 millones a tan sólo 1 millón 800 mil dólares.

- Proponer a la revista *Actualidad Económica* que se abra el espacio de una Mesa de trabajo con profesionales, convocando a partir del economista Oscar Ugarteche, a los profesionales destacados actualmente en esta temática desde la oposición, el Ing. Arteaga, el Ing. Saba, el Ing. Repetto y el Capítulo de Químicos del Colegio de Ingenieros del Perú. La finalidad sería la de profundizar la alternativa de modernización de la empresa y su mayor vinculación con el desarrollo regional, enmarcadas a una estrategia mayor de alternativa de gobierno que desarrolle el soporte y proyección programática de esta temática.
- En otro nivel, se requiere promover pronunciamientos, firmas o declaraciones de artistas, intelectuales y líderes de opinión en general que estén en el país, en algunas regiones o desde el extranjero ante el problema de la violación de las reglas democráticas y del problema nacional de Petroperú. Ya tuvimos la experiencia de la importante labor que realizó Alfredo Bryce Echenique cuando llegó a nuestra patria por un determinado tema y terminó enbanderando una breve pero efectiva campaña contra la impunidad del caso La Cantuta. Huelga comentar del papel de Víctor Delfín, talareño por lo demás. Gente como Ricardo Blume que persiste en difundir artículos críticos al autoritarismo y a los errores del régimen democrático en general, contribuirían a ampliar la cobertura ideológica que necesitamos para la labor a nivel de la opinión pública.

- En esta perspectiva, nos sirve persistir en la idea de un Foro central en Lima que promuevan sectores como El Comercio y otros que pueda asumir la forma de un Intercampus sobre Petróleo.
- Organizar un Intercampus sobre el problema de PetroPerú. En el caso de las provincias organizar a través de los medios de comunicación paneles, entrevistas. Para lo cual las diferentes comisiones de difusión tienen que alimentara sistemáticamente a los medios de información de comunicación y propuestas.
- Como parte de esta labor, se priorizaría Piura-Talara como lugares importantes en que nos interese reforzar el espacio de agrupación y de respuesta a los argumentos del gobierno, en la realización de un Foro local.

B. EN LO POLITICO

- Organizar una campaña específica dirigida a los probables compradores de PetroPerú -Shell, Mobil y otros- en el sentido que el problema de Petroperú es, en primer lugar, un problema que los peruanos tenemos que resolver a través del referendo y que es la única garantía que les puede otorgar seguridad jurídica ya que el proceso de privatización que se vienen amparando en el DL 674 es posterior al DL 034 que señala que sólo una ley específica -que no la hay- puede cambiar el régimen de la empresa petrolera. Estas acciones son las que nos podrían permitir producir un entramamiento de la venta de La Pampilla que esta fijada para el 31 de mayo.
- Hay una recomposición de las fuerzas políticas en general a la cual hay que prestar atención. Este movimiento está dando origen potencial a vincular técnicos, intelectuales y nuevos líderes con antiguos representantes y hay que saber tratar, hacer fluida y fortalecer esas vinculaciones. Promover su participación en eventos y demostrar nuestra seriedad y eficiencia es vital en este proceso.
- En ese terreno, nos interesa establecer relaciones individuales con líderes de partidos de oposición sin que eso signifique un compromiso orgánico entre organizaciones políticas; la actual crisis de decisión política de estas organizaciones impide este tipo de acuerdos, pero sí es posible a nivel personal.
- Organizar en cada provincia pronunciamiento de personalidades, de gremios y de organizaciones sociales; tanto sobre el referendo como sobre la no privatización de PetroPerú.

C. EN LO ORGANIZATIVO

- Acelerar los trabajos y las actividades organizativas para el recojo de firmas en cada lugar buscando su centralización; de modo tal, que nos permita presentar la mayor cantidad de planillones (40%) a la opinión pública como

un hecho político. Esta tarea debe ser realizada en lo posible a fines de mayo. Para que estos trabajos, que deben realizarse mediante brigadas, puedan ser canalizados adecuadamente se deben constuir en esta primera fase por lo menos en las 38 principales provincias del país.

- Plantear a los representantes y fuerzas que participan del Comité Cívico Nacional la necesidad de **lograr la constitución de Comités Cívicos en todas las capitales departamentales para sostener la imagen de amplitud nacional del proceso**. En ese sentido en el Comité Nacional, cada organización miembro debe responsabilizarse de la plasmación de los procesos en curso siguientes: Cajamarca, Chimbote-Huaraz, Pasco, Huancavelica, Huamanga-Ayacucho, Huánuco, Abancay, Tarapoto-San Martín, Puerto Maldonado-Madre de Dios y provincias de Lima: Barranca, Cañete y Huaura.
- En el caso del PUM, nos planteamos priorizar la promoción y fortalecimiento de Comités Cívicos y grupos de brigadistas en las siguientes ciudades: **1° prioridad:** Lima, Piura-Sullana-Talara, Qosqo e Iquitos; **2° prioridad:** Arequipa, Puno, Cajamarca, Ica. Huancavelica, Chancay, Ayacucho, Andahuaylas-Abancay, Chimbote.
- En cada una de estas provincias el partido debe nombrar un miembro a tiempo completo y constituir una brigada de por lo menos de 5 miembros, quienes mediante un plan específico deben peinar las zonas para el recojo de firmas. Las actividades de estos miembros deben de ser financiadas por lo menos sus refrigerios y pasajes.
- Es indispensable indicar que el principal problema organizativo que tenemos es Lima Metropolitana, donde la crisis de representación de los partidos y gremios tiene su expresión más elevada. Es también en esta misma ciudad donde el partido tiene su más profunda crisis organizativa. Ante ello, solo nos proponemos a contribuir a construir comités cívicos, sostener brigadas y promover la ampliación de fuerzas en los distritos de:
 - Cono Norte: Independencia y Rímac
 - Cono Sur: Villa El Salvador
 - Cercado: Margen Izquierda del Río Rímac
 - Cono Este: Ate
- En cada una de estas zonas debe construirse un responsable a tiempo completo, una brigada de 10 miembros y finalmente una brigada central para cubrir las zona de alta movilización poblacional del Cercado. Esta responsabilidad debe recaer en la Comisión PetroPum.
- Reproducir masivamente el encarte que se va a publicar en el diario La República.
- La principal consigna que viabiliza la campaña deben ser:
!! PETROLEO PARA EL PERU: REFERENDO NACIONAL !!

Consignas complementarias:

!! PETROPERU PATRIMONIO NACIONAL !!

!! ESCUCHA FUJIMORI LA PATRIA NO SE VENDE, LA PATRIA SE
DEFIENDE !!

!!REFERENDO NACIONAL, DEMOCRACIA POPULAR !!

!! REFERENDO SI, DICTADURA NO!!

!! TODO EL PUEBLO A DECIDIR: REFERENDO NACIONAL !!

!! BASTA YA DE SOPORTAR, TODO EL PUEBLO A LUCHAR !!

- Editar 10 mil afiches para la actividad de nuestros militantes en esta campaña. Del mismo modo, editar 100 mil palomas para expresar la posición del partido frente a la venta de PetroPerú.
- Seguir dando continuidad al trabajo de centralización con las principales ONGs vinculadas a nuestro Movimiento, pero dentro de un espacio más amplio, vinculando en primer instancia a Ongs que tienen una antigua relación con nosotros.
- Organizar una campaña económica que permita tener recursos para el movimiento de nuestros equipos.

04-1996

I. Objetivos:

- Organizar la opinión ciudadana alrededor del proyecto que prohíbe la privatización de Petroperú, proponiendo y luchando por su mantención y modernización desde el Estado, pues es nuestra principal empresa y patrimonio, es rentable, aporta al desarrollo, la descentralización y la defensa nacionales.
- Reunir un mínimo de 1'200 millones de firmas que permitan la convocatoria al Referéndum Nacional *para aprobar una ley que prohíba la privatización de Petroperú*, para lo cual están siendo distribuidos 150,000 planillones a nivel nacional, que deben reunir 2 millones de firmas para su procesamiento computarizado, y posterior entrega y depuración en el Jurado Nacional de Elecciones.

II. Pasos y criterios en la constitución de los Comités Cívicos:

1. **Un Comité Cívico está conformado por ciudadanos y por instituciones** de diversa índole que estén de acuerdo en la defensa de Petroperú a través del Referendo. **Debe ser amplio**; es un espacio para que participen autoridades, intelectuales, comités de desarrollo, gremios, partidos, colegios profesionales centros de educación, etc., es decir, tanto individuos como organizaciones representativas. La campaña de Referendo se ampara en la Constitución, y en la autorización del Jurado Nacional de Elecciones.
Consolidemos la conformación de Comités Cívicos con una composición plural, de tal manera que -siendo importante y necesaria nuestra presencia como socialistas- en lo posible co-participemos la representación con otras figuras representativas, democráticas, progresistas con actitud amplia.
2. Lo primero que hay que hacer es que, desde un comité organizador o promotor, se converse y luego se convoque públicamente esta amplitud de participantes con una fecha definida. En dicha reunión pública y en lo posible masiva se puede iniciar la recolección de firmas en una plaza o zona principal de la localidad, invitar medios de comunicación, autoridades, etc.
Los Comités Cívicos siguen **permanentemente abiertos a la incorporación de otros miembros** a cualesquiera de sus instancias.
3. En segundo lugar, hay que darle una estructura al Comité; en ella se sostiene:
 - 3.1 Organismo de Representación: se conformará una **Comisión Coordinadora o Comité Ejecutivo** con un(a) presidente y vicepresidente(s), etc. según se convenga necesario.
 - 3.2 Organismos de Ejecución: **Comisión de Organización, Comisión de Difusión o Prensa y Comisión de Economía.**
Los mariateguistas nos reunimos y nos distribuimos en qué comisión o brigada vamos a participar y hacernos responsables de esa tarea en concreto. En ese sentido, la Comisión de Organización es central, ya que tiene que hacer un mapeo de cómo encarar masivamente la recolección de firmas, la centralización de los planillones, así como tiene que capacitar a las brigadas.

4. **La Comisión de Organización:**

- Planifica la campaña en el ámbito local, sectorializando el lugar según prioridades. Además organiza fórums, etc. y un grupo de charlistas o conferencistas locales, que se preparan revisando los materiales de campaña para sustentar en dichos eventos ya que no es posible que cc. de Lima asistan a todos los lugares del país.
- Organiza, registra y capacita detalladamente las Brigadas de recolección de firmas, por lo menos con 5 miembros y en lo posible con un manual.
- Distribuye, recupera y procesa los planillones. Si se cuenta con los medios necesarios, conformará una secretaría de cómputo para procesar los planillones y vaciarlos en diskettes, según los programas y formato que solicitará a la oficina central. Sino es posible esta función de cómputo, enviará directamente a la oficina central de Lima los planillones recuperados.
- Los planillones se distribuyen con un registro incluyendo los datos de la persona que lo recibe (nombres, apellidos, L.E, dirección) y la cantidad entregada (números de folios).
- Programa la atención de los locales en que funcionarán Mesas y se impulsa la campaña.
- Formas de recolección de firmas:
Cuando instalemos mesas en lugares importantes, con dos personas que recojen y su cartel o pancarta tras la mesa;
Recojo puerta por puerta o masivo organizando, por lo menos, una brigada de recolección de firmas previo mapeo de lugares prioritarios en la localidad.

5. **La Comisión de Difusión:**

- Organiza la confección de carteles, banderolas en lugares importantes.
- Organiza el perifoneo de la campaña
- Promueve pronunciamientos de instituciones y personalidades locales. Redacta pronunciamientos ágiles, amplios, de carácter cívico (no partidario).
- Organiza la presencia de medios de comunicación en los actos públicos del Comité, así como notas de prensa.
- Organiza la participación de artistas, grupos de teatro, etc. en la difusión de la campaña.

6. **La Comisión de Economía:**

- Organiza el apoyo en refrigerios a los brigadistas en las jornadas de recolección de firmas.
- Organiza bolsas de apoyo de empresas, instituciones, etc. con reuniones bilaterales o conjuntas para ello.
- Organiza la venta de los bonos que el Comité Cívico Nacional enviará y reporta con responsabilidad los fondos recaudados.

7. En el caso del PUM, nos planteamos priorizar la promoción y fortalecimiento de Comités Cívicos y sostener grupos de brigadistas en las siguientes ciudades:

1° prioridad: Lima, Piura-Sullana-Talara, Qosqo e Iquitos;

2° prioridad: Arequipa, Puno, Cajamarca, Ica, Huancavelica, Chancay, Ayacucho, Andahuaylas-Abancay, Chimbote.

En Lima: - **Cono Norte:** Independencia y Rimac, - **Cono Sur:** Villa El Salvador o Villa María del Triunfo

- **Cercado:** Margen Izquierda del Río Rimac/- **Cono Este:** Ate.

Aclaración necesaria sobre el uso de los planillones: Los planillones no son volantes a repartir, sino una vital herramienta de esta campaña, por lo cual se requiere insistir en llevar un registro de entrega y de devolución, además de capacitar al brigadista o responsable del planillón en que **el brigadista es quien llena los datos, pidiendo y copiando de la L.E del ciudadano adherente tal y cómo están. Los adherentes sólo firman.**

CAMPAÑA NACIONAL CONTRA LA PRIVATIZACION DEL PETROLEO Y POR LA DEFENSA DE LA SOBERANÍA NACIONAL

(COMITE - CÍVICO POR LA DEFENSA DE PETRO-PERÚ)

I. OBJETIVO:

- Impulsar la creacion de un Gran Frente Nacional en Defensa de PETRO-PERÚ, el mismo que debe buscar la participacion de diferentes sectores políticos, sindicales y sociales y establecer bases de apoyo a nivel nacional.
- Motivar a la opinión publica para que participe activamente contra la política privatizadora del gobierno, la misma que se viene ejecutando sin tener en cuenta criterios técnicos ni estratégicos, por lo cual se ve afectada nuestra soberanía y se pone en riesgo la seguridad naciona.l
- Implementar la campaña de recolección de firmas para presentar ante la ONPE, a fin de exigir al gobierno la convocatoria a un REFERÉNDUM que impida la privatizacion de Petro-Perú.

II. META:

- Alcanzar un millon docientas mil firmas validas, lo que implica presentar ante el JNE, un total aproximado de 2'000,000 de adherentes.

III. DE LOS RESPONSABLES DE LA CAMPAÑA:

- Son responsables de la campaña, los miembros que forman parte del "Comite Cívico por la Defensa del petroleo" los mismos que pertenecen a diferentes sectores políticos y sociales entre ellos:
 - FENPETROL
 - C.C.P.
 - COLEGIOS PROFESIONALES
 - PARTIDOS POLITICOS DE OPOSICION.
 - ETC.
 - C. GTP
 - C.T.P.

IV. DE LA ESTRUCTURA DEL COMANDO DE CAMPAÑA.

- El comando Nacional de campaña tiene una estructura funcional en función a tres direcciones:

1) DIRECCION NACIONAL DE ORGANIZACION: esta constituida por tres sub comisiones

A) SUB-DIRECCION NACIONAL DE CAPACITACION.- Estara encargada de brindar capacitacion a los brigadistas sobre la recoleccion de firmas, lo cual concistira en la forma del llenado de planillones, el proposito de la campaña, los alcances legales que sustentan nuestro accionar y sobre la forma de conducta frente a la poblacion a fin de evitar no responder a las provocaciones que se pudieran dar en las jornadas de trabajo.

B) SUB-DIRECCION NACIONAL DE MOVILIZACION.- Esta encargada de la constitucion de los "Comites de Apoyo " en Lima Metropolitana y al interior de la Republica. Ademas deberan definir los lugares estrategicos , empadronar a los activistas y coordinar la ubicacion de las mesas de trabajo

C) SUB-DIRECCION DE ADMINISTRACION DE DATOS.- Esta encargada del procesamiento de la informacion obtenida, del tipeo de los nombres y numeros de Libretas Electorales de los adherentes de acuerdo a lo que solicita el Jurado Nacional de Elecciones.

2) DIRECCION NACIONAL DE PRENSA Y DIFUSION.- Esta encargada de tres tareas fundamentales:

A) Confeccionar material didactico sobre los objetivos de la Campaña. Explicando a la ciudadanía los inconvenientes de la privatizacion del petroleo y la necesidad de su defensa como medio de salvaguardar la soberania y la seguridad nacional.

B) Mantener contacto permanente con los Medios de Comunicacion a fin de tenerlos informados permanentemente sobre las actividades que ha de desarrollar el Comite por la defensa del Petroleo.

C) Organizar debates, forum, conferencias, actos politicos-culturales, y demas actividades tendientes a llamar la atencion de la poblacion.

3). DIRECCION NACIONAL DE ECONOMIA.- Siendo la finalidad de esta comision la recaudacion de fondos economicos para la obtencion de los planillones, la movilizacion de los activistas, los gastos de prensa y demas que demande la campaña se ha de abrir una cuenta corriente en un banco local, ademas de desarrollar actividades pro-fondos.

ADEMAS, de las direcciones Nacionales Mencionadas, se hace necesario contar con un secretariado permanente que se encargue de atender a tiempo completo la comunicacion con provincias instituciones ETC.c.

V. DE LA MODALIDAD DE LA CAMPAÑA

- Para efectos de la campaña se ha de constituir brigadas de trabajo encargadas de la recolección de firmas, las mismas que actuaran en mesas instaladas en los principales puntos de la ciudad, locales de organizaciones políticas, sindicales, gremiales, estudiantiles y sociales.

Así mismo, se ha de recolectar firmas en jornadas de trabajo por las principales calles de la ciudad.

IV. DE LAS MESAS HA INSTALARSE PARA LA RECOLECCIÓN DE FIRMAS

MESAS EN LOCALES:

- 1) Centrales sindicales, Federaciones y bases: CGTP, CCP, CITE, CTP, Construccion civil, Luz Y Fuerza, Telefonicos, FENTEPU, Textiles, Fetramun, SUTEP, Federacion de Trabajadores Graficos, Hoteleros, Federacion de Empleados Bancarios (FEB), Casa comunal de los mineros (COCOMI), etc.
- 2) Partido Aprista Peruano. Sede Central y Bases Distritales de: Miraflores, Barranco, Pueblo Libre, Chorrillos, San Miguel, Magdalena. San Juan, Villa, el Salvador, Villa Maria, San Martín de Porras, Comas, Independencia, San Juan de Lurigancho, etc.
- 3) Universidad Nacionales y Privadas: San Marcos, Villarreal, Cantuta, UNI, Callao, Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Catolica, San Martín.
- 4) Colegio Profesionales: Ingenieros, Abogados, Medicos, Farmaceuticos, Periodistas.
- 5) Club de Madres y Comites del Vaso de Leche.
- 6) Jubilados y cesantes.

PLAZAS DONDE INSTALAR MESAS

- 1) Plaza Bolívar.
- 2) Plaza San Martín.
- 3) Parque Universitario.
- 4) Plaza Francia.
- 5) Plaza Bolognesi.
- 6) Plaza "Dos de Mayo"
- 7) Plaza Grau.
- 8) Jirón de la Unión.
- 9) 28 de Julio.
- 10) Centro Cívico

OTROS LUGARES ESTRATÉGICOS.

- 1) Sede Principal de Petro Perú (san Isidro)
- 2) Plaza Manco Capac (La victoria)
- 3) Municipalidad distrital de Lince.
- 4) Óvalo Larco (Miraflores)
- 5) Parque Municipal de Barranco.
- 6) Plaza San Miguel.
- 7) Parque San José (Jesús María)
- 8) Hospital Santa Rosa (Pueblo Libre)
- 9) Mercados Distritales.

IV. SEDES DE CORDINACION

- Para efectos de la coordinacion de la campaña, (proporcionamiento de Padrones, Entrega de planillones nuevos, apertura de nuevas mesas y demas asuntos relacionados, se han establecido las siguientes sedes:

- 1). CAPECO..... Telefonos:
- 2). FENPETROL..... " : 4452-664

COMITE CIVICO POR LA
DEFENSA DE PETRO PERU

LIMA, MARZO DE 1996

**PROVINCIAS DE MAYOR POBLACION
ELECTORAL EN EL PERU.**

PROVINCIA	POB. ELEC.	10%	ESPECTATIVA
1. LIMA	3' 819,205.	381,923	700,000
2. AREQUIPA	449,057.	44,906	70,000
3. CALLAO	382,221	38,222	100,000
4. TRUJILLO	379,313	37,931	70,000
5. CHICLAYO.	347,091	34,709	70,000
6. HUANCAYO.	229,156	22,916	25,000
7. PIURA.	254,738	25,474	80,000
8. SANTA.	206,766	20,767	35,000
9. MAYNAS.	176,594	17,659	50,000
10. CUZCO.	166,468	16,649	25,000
11. ICA.	156,869	15,670	30,000
12. SULLANA.	126,352	12,635	30,000
13. CRNL, PORTILLO.	117,728	11,773	25,000
14. PUNO.	116,545	11,655	12,000
15. CAJAMARCA.	114,304	11,430	15,000
16. LAMBAYEQUE.	111,834	11,184	35,000
17. HUANUCO.	106,743	10,674	15,000
18. HUAURA	101,839	10,184	15,000
19. TACNA.	100,929	10,093	20,000
20. CHINCHA.	94,290	9,429	10,000
21. HUAMANGA	92,504	9,250	12,000
22. CAÑETE	89,543	8,954	10,000
23. HUARAL.	81,331	8,133	10,000
24. JAEN.	79,398	7,940	30,000
25. BARRANCA.	77,562	7,756	10,000

7'975,380

797,538

PARTIDO UNIFICADO MARIATEGUISTA

DEFENDAMOS PETROPERU, NUESTRA SOBERANIA Y EL PATRIMONIO NACIONAL

(Plan y Orientaciones del Comité Directivo Permanente, 16 de Febrero de 1996)

I. DERROTEMOS A LA EXTRANJERIZACION, EL DESCUARTIZAMIENTO Y LA DESAPARICION DE PETROPERU

La Dirección Nacional saluda a los cc. pumistas de toda la nación y en particular a los de la Región Grau en estos momentos de difícil responsabilidad que tenemos que asumir como peruanos y como socialistas ante la autoritaria, injustificada y extranjerizante decisión de Fujimori de vender, descuartizar y hacer desaparecer Petroperú. Felicitamos y recogemos aspectos centrales desarrollados por los cc. de Piura en los dos comunicados que ha emitido, lo cual nos exige mayor concreción en el presente plan:

1. La posición de rechazo a la venta de Petroperú por los mariateguistas es:
 - a. Porque la empresa ha demostrado que es rentable y aporta recursos al país, como es el caso del canon y sobrecanon, que en 1995 se vio favorecido con 52 millones de regalías. Porque se esconde que lo que se requiere son nuevas exploraciones ya que Petroperú sólo tiene el 2% de áreas petroleras y el 30% de la producción, mientras no hay nada nuevo en exploración, explotación y refinado.
 - b. Porque la venta de la empresa hace peligrar el canon y por lo tanto un importantísimo financiamiento de los municipios y la región, ya que puede desaparecer, tomando en cuenta la baja de la producción que seguirá si continúan fracasando las actuales empresas privadas, sin fiscalización o bien, porque en el futuro las nuevas dueñas extranjeras pueden decidir importar crudo.
 - c. Porque la presencia del Estado en el control de ella se ha justificado, tanto en momentos de emergencia militar por la seguridad nacional como fue el caso del último conflicto con Ecuador, y también por ser un recurso energético central para el desarrollo del país y el progreso de los peruanos.
 - d. Porque eliminar el control del Estado es dejar a los extranjeros que dirijan estos aspectos claves de nuestro desarrollo y soberanía.
 - e. Porque su descuartizamiento o venta en 9 unidades, traerá el encarecimiento

de precios de combustibles y gases de uso doméstico y productivo.

f. Porque el Estado peruano puede ser consecuente con renovar tecnológicamente a la empresa, capacitar y mejorar la calidad de la fuerza laboral y las condiciones de trabajo de los trabajadores petroleros, establecer relación de empresa mixta con el capital privado, manteniendo un control mayoritario y estableciendo asociaciones diversas y contratos de alto riesgo (join venture) con estos capitales foráneos.

g. Porque democráticamente diversos sectores exigen defensa de Petroperú, como defensa del patrimonio nacional y la soberanía, desde el ciudadano común hasta intelectuales, instituciones profesionales, religiosas, políticos y militares nacionalistas, y el gobierno debe aceptar la propuesta de Referéndum Nacional en este tema.

2. EL marco en que el gobierno se ha planteado la privatización de Petroperú está caracterizado por:

a. Las dificultades que está teniendo el programa económico, por el lado de las divisas, la brecha externa y por la presión del FMI y de las transnacionales Mobil, Shell entre otras.

b. No es descartable que hacia los próximos dos años se vaya incubando cada vez más la posibilidad de una crisis en la balanza de pagos. En todo caso es evidente los problemas que ya tiene en el crecimiento del PIB y la brecha externa abierta.

c. Se ha abierto varios frentes de conflicto simultáneos: puertos, industria en la selva y fronteras, con la reposición del impuesto selectivo vía los municipios. En la Zotac (Tacna) arbitrariamente prohíbe las importaciones de vehículos usados. Con los azucareros al forzar su venta y abandonar a los trabajadores. En Huancayo, Arequipa y otros lugares por el alza de tarifas.

d. Hay, en medio de este cuadro, un incipiente pero importante nivel de retoma de iniciativa de bolsones de protesta organizada, en medio de las cuales se dio la Marcha de la CGTP. La victoria parcial de Andrade en Lima es significativa en la medida que el gobierno pretende copar y evitar liderazgos alternativos partidistas o "independientes" no alineados a su control. Esto señala el incipiente desgaste del fujimorismo con el enfriamiento de las expectativas de la población y de -inclusive- sectores neoliberales sobre el "modelo Fujimori" en el manejo económico.

II. BALANCE DE LA LUCHA

1. **Talara en pie de lucha.** El motor de la acción son los trabajadores del Sindicato de Obreros y los trabajadores jubilados, que llegaron hasta la huelga de los trabajadores petroleros forzados con cartas de renuncia, acción fortalecida con la importante labor propagandística y movilizadora de la Federación Nacional de Trabajadores Petroleros, FENPETROL, el Municipio talareño se convierte en un importante elemento dinamizador del amplio movimiento de lucha que abarca desde los defensores de los derechos de los trabajadores (en particular empleo y estabilidad laboral), pasando por otros sectores preocupados también por el desarrollo local y nacional con soberanía, del canon regional, de las reservas energéticas estratégicas, del no aumento de los precios del gas y combustibles domésticos que pagan los consumidores, hasta sectores que también ven afectada la defensa de la seguridad nacional fronteriza.

Todo ello confirma que el movimiento obrero-cívico local está contra la privatización, en el sentido de que el Estado mantenga el control de la empresa frente a la intención de Fujimori de entregarla al capital privado extranjero y descuartizándola por sus unidades.

2. Sin embargo, este movimiento tiene dificultades:

- a. **NECESITA EXPANDIR EL MOVIMIENTO A LA REGIÓN.** La fuerza central, el Sindicato con la decisiva participación del Municipio talareños, desarrollan su acción casi encerrados en Talara. Se pierde en expansión del movimiento al no hacer una labor provincia por provincia en la región, municipio por municipio, sector por sector; sea laboral, profesional, universitario, empresarial, comercial o político partidario. Hay que explicar, esclarecer, las consecuencias negativas que tendrá el plan privatizador de venta que tiene el gobierno, en cuanto a la desaparición de esta empresa que ha demostrado ser rentable, en la disminución de los recursos municipales y regionales por canon, en el mayor desempleo y pobreza, en la pérdida de soberanía y en el impedimento de los esfuerzos descentralistas de los pueblos.
- b. **NECESITA PRECISAR EL MENSAJE DEL GOBIERNO LOCAL SIN CONFUSIONES.** Hay un gran enredo bajo la común consigna general de DEFENSA DE PETROPERU:

Desde los trabajadores se rechaza la venta de Petroperú, sea esta fraccionada o integrada. Ensayan propuestas como "capitalizar" Petroperú al estilo Colombia, etc. y que el capital privado se concentre en exploración (*folleto de Bolo Bancayán, asesor del Sindicato*).

El Encuentro de Alcaldes y organizaciones sociales en Talara, planteó

mantener un accionariado estatal mayoritario, 70%, y 30% para el capital privado; además, dentro del 70% estatal, 10% para los trabajadores y 10% para los municipios de la región.

El Alcalde de Piura está por revisar la propuesta del Gobierno de mantener una participación minoritaria del 40% frente al 60% que se vendería a capitales privados. Otros sectores plantean el mismo porcentaje pero a la inversa. Finalmente, nuestros cc. del PUM-Piura plantean la lógica de modernizar y potenciar la empresa con participación de inversión privada en condiciones en que los peruanos no dejemos de tener la preeminencia.

Por otro lado, cabe señalar que las dos cabezas que ocuparon el segundo y tercer lugar en las elecciones municipales en Talara (Romero Agurto del APRA y Núñez Taiman de la Unión Socialista del Norte, ex-PS) van a contracorriente del movimiento; el primero a favor de la privatización y el segundo sin comprometerse con la lucha; sin embargo los dos se han abstenido de difundir sus opiniones.

Finalmente, las posiciones de otros municipios de la región se dan según sea la presión o beneficios de rentas que reciban de parte del Gobierno central. Tal es el caso del Alcalde de Tumbes al que le llegarán 12 millones de soles y el de Sullana luego de ser absuelto de la acusación que la Contraloría tenía contra él, habiéndose pronunciado ambos a favor de la medida privatizadora; mientras tanto otros concejos municipales no se han pronunciado todavía.

3. **Piura tiene una opinión favorable a la no privatización pero una actitud pasiva en términos de movilización.**
 - a. **Los alcaldes provinciales de Piura y Paita y algunos de sus distritos han asumido un rol positivo inicial** unificándose a los de Talara y convocando a un Cabildo Abierto para el próximo 23 de Febrero, pero tienen límites por la presión del gobierno.

La más importante es la presión de la denuncia que la Contraloría tiene contra el Alcalde Aguilar de Piura. Además, obviamente, del ofrecimiento o recorte de recursos a los municipios distritales en la región.

Todo esto los lleva a tener posiciones vacilantes. Esto explica que al inicio del conflicto y luego de la exposición de Camet, Aguilar ha tenido opiniones contradictorias en cuanto a la continuidad del liderazgo a la protesta popular desde el gobierno local. Aguilar ha llegado a vacilar sobre la realización del Cabildo; sin embargo le ha llamado la atención el APRA -su partido- que ha recuperado espacio con él con listas independientes en Piura.

- b. A esto se suma la Cruzada solidaria con los trabajadores y los intereses de los pueblos y demanda de apertura democrática del gobierno por parte del Obispado regional de la Iglesia Católica. Desde Lima, también el Arzobispo hizo un llamado a la reflexión al gobierno en los primeros días del conflicto.
 - c. No haber formado el Comité Cívico en Piura sin embargo resta -también aquí- amplitud y extensión a la lucha.
4. El impacto de la ofensiva del gobierno en la población en el país y los sectores políticos:

- a. Lo primero en importancia es el **RECHAZO MAYORITARIO** de diversos sectores de la ciudadanía limeña a la venta de nuestra principal empresa estatal, así como de los puertos y de Centromin Perú.
- b. En cuanto a los partidos y movimientos de oposición.

UPP tiene dos posiciones, la minoritaria y que ha sido derrotada es -sobre todo- de algunos izquierdistas (Mujme y Estrada) a favor de la mantención del control estatal sobre la empresa y de la defensa de los derechos laborales y el otro -ratificado ahora por Pérez de Cuéllar, y como la opinión oficial de la UPP desde su evento en Ica el fin de semana- aprobando la venta de la empresa cuestionando por el lado de las formas de cómo se realizaría el proceso privatizador.

AP apoya el proceso privatizador cuestionando la venta por partes y la falta de oportunidad a capitales nacionales. El APRA está en contra de la medida. Los congresistas de las diversas oposiciones, como muestra de ejemplo, se presentaron en Talara aunque sin haber continuado en organizar la movilización y, en el Paro de 48 horas de Tacna en esta semana, sólo JDC, Jorge del Castillo y Xavier Barrón participaron.

- c. Es positiva la constitución del **Comité Patriótico por la defensa de Petroperú, la soberanía y el patrimonio nacional** el último martes de los corrientes, aunque su nacimiento no estuvo a la altura de las expectativas, por la ausencia de importantes intelectuales, altos oficiales en retiro y otros sectores políticos que se comprometieron en conformarlo. Finalmente habiéndose comprometido previamente.
- d. Es necesario resaltar junto a todos ellos el pronunciamiento de **defensa de la soberanía, la seguridad nacional, los recursos estratégicos y el control estatal de la empresa por parte de altos oficiales de las FF.AA en situación de retiro** ayer viernes 16.

5. Posibilidades y limitaciones políticas, ideológicas y organizativas de la oposición y en el movimiento de resistencia de los petroleros

- a. Una primera conclusión es que falta deficiencias claras, elemento que daría soporte político-ideológico a esta lucha, ya que el rechazo de la población requiere también fortalecerse frente a los argumentos y control de los medios de comunicación por parte del Gobierno central. La situación exige mejorar las condiciones para encarar un esclarecimiento a este nivel.

El propio diario *El Comercio* ha asumido, positivamente, el reto de defensa de Petroperú porque "...deshacernos... por un prurito privatizador de importantes recursos de interés nacional, constituye más una posición ideológica que científica y técnica. Hay también fundamentalismo en la economía neoliberal..."

Mientras que lo que se requiere es no vacilar -superar el temor al Fujimori, defender política, técnica e ideológicamente una propuesta energética nacional modernizada tecnológicamente, bajo control estatal asociado como empresa mixta con capitales privados minoritarios- el problema central de estas conductas en la oposición (desde izquierdistas hasta neoliberales "moderados") es la sorprendente pasividad y/o lentitud política. Esta situación es parte de la victoria ideológica del proyecto neoliberal en el mito formado, a partir de su posición real de fuerza, de que todo lo puede capear, todo lo puede controlar por mucho esfuerzo y alternativas que se pueda empeñar en contra.

En algunos, la disposición de los personajes es más a opinar y solidarizarse pero más difícilmente a organizar el sostenimiento de las luchas de nuestros pueblos. En otros, la confusión de reducir el problema a las formas de cómo privatizar la empresa o de cómo se "garantiza" -de manera formal o sólo con la palabra oficialista- los derechos de los trabajadores. Finalmente, para algunos el tema es básicamente que no se abre espacios de debate democrático para esclarecer a la población de lo justo o no de la medida.

- a. Una segunda conclusión y la más importante es que está débil el centro organizador de la lucha; como hemos dicho, los talareños tienen que salir de Talara a expandir su lucha y los mariateguistas tenemos que hacer un esfuerzo por ser parte activa de estos núcleos en Talara, en Piura, en Tumbes, en Lima y en diversos espacios.

Sin querer ser voluntaristas, el año 97 señala un proceso de enfriamiento de las expectativas de la población en la política fujimorista en diversos aspectos: la privatización de puertos, petróleo, azucareros, la brecha externa y el ahogamiento que pretende los

municipios elegidos no alineados a su alrededor. La situación hace revalorar el espacio de la acción política organizada y -en medio de nuestras conocidas debilidades- debemos reanimar donde no las haya y fortalecerlas donde sí se den iniciativas de acciones de nuestro Movimiento o de núcleos de pumistas, en particular en Talara, Piura y Tumbes. Obviamente, nuestra Dirección Nacional se compromete activamente en este impulso.

La contraofensiva del gobierno con la presentación del Premier en el Congreso le ha dado réditos a nivel de la representación política de la oposición y genera dudas -naturalmente- a la reacción inicial en sectores de la población. Los opositores neoliberales de la UPP y otros congresistas -hasta hoy vacilantes o con críticas secundarias- han reforzado la posición de que lo que falta ahora es difundir y aclarar a la opinión pública las dudas y temores que tiene en la medida.

- c. **Pese a estas dificultades, se han abierto condiciones de expandir y coordinar diversos movimientos que apuntan a enfrentarse al mismo enemigo.**

Las posibilidades de una **Marcha Patriótica de Tacna y Piura hacia Lima, buscando confluir con otros sectores como los cañeros** es un aspecto central para retomar la iniciativa frente a la contraofensiva del gobierno con la presentación que ha hecho el Premier en el Congreso en estos días.

El logro de los trabajadores en Talara de que el Juez haya ordenado a la empresa el retiro de las cartas de despido, orden que hasta hoy desacata, el acuerdo de Paros escalonados semanales en Talara para el martes 20 de los corrientes y la reafirmación de la necesidad de un referéndum abren posibilidades de organizar salidas ante las dificultades para desconcentrarse, expandirse y no vacilar que viven los trabajadores, los Alcaldes y políticos de oposición.

II. PLAN DE ACCION

1. Formas de organización y lucha del Movimiento de Talara

a. **Un solo mensaje:**

Nuestra posición se puede resumir en que luchemos por:

- * que se excluya de la Ley de Promoción de la Inversión Privada a PetroPerú y los Puertos ya que el sector energético es estratégico tanto para el desarrollo como para la seguridad nacionales,

- * que se retiren las 1,114 cartas de renuncia con que la actual administración chantajea a los trabajadores,
- * que Petroperú se mantenga bajo control estatal,
- * que siga como empresa integrada y no descuartizada,
- * que se asocie con el capital privado de diversas formas:
 - como empresa mixta que integra espacios minoritarios a la inversión privada,
 - con contratos de alto riesgo ("join venture") para ampliar nuevas exploraciones y las reservas probadas,
- * que se renueve tecnológicamente incluyendo la reconversión laboral de los trabajadores y reasignándole los lotes en que el capital privado ha fracasado,
- * que se esclarezca con el debate técnico y el Referéndum político la decisión de su futuro.

b. Continuar y retomar el movimiento huelguístico a través de paros escalonados e intempestivos

- Organizar una **marcha de los trabajadores despedidos a Piura**, durante la **presente semana** para hacer acciones de propaganda, solidaridad y agitación en Piura, los distritos y presionando y motivando la realización del **Cabildo Abierto del 23 de Febrero**, de un **Paro Regional**, y una **Marcha Patriótica hacia Lima** de los trabajadores, municipios y autoridades y organizaciones sociales de la región.
- Formar **Brigadas de propaganda y agitación** para salir en giras a las demás provincias y la región.

c. Organizar el Referéndum

Esta medida es, ante todo, para abrir y expandir el espacio de movilización de las Brigadas, la difusión y la solidaridad de otros sectores de la población, la política, los profesionales, etc. sobre el tema. Apunta a insistir en la exigencia de debate democrático.

Estando a puertas del inicio de la legislatura ordinaria el 1º de Marzo la medida debe ser fortalecida desde el Comité Patriótico formado en Lima pero sobre todo, en cualquier caso, debemos impulsar que el Sindicato de Talara y su Municipio tomen la iniciativa de lograr que este Comité Cívico empiece la gestión de la consulta por el Referéndum.

3. Formas de organización y lucha del movimiento regional

- a. Organizar el **Cabildo Abierto del 23 de Febrero**, evitando que sea una reunión burocrática de Alcaldes. Deben participar la mayor capacidad de organizaciones sociales y populares.

b. **Proponer que el Cabildo Abierto apruebe:**

- La marcha patriótica a Lima en coordinación con Tacna, los puertos y el movimiento azucarero.

La CGTP debe ser la fuerza que en Lima organice la recepción y las marchas locales en la capital.

- Impulsar el Referéndum. El Comité Patriótico formado en Lima es un espacio adecuado para dar la iniciativa en gestionar la consulta y los planillones ante el JNE para oponerse a la venta de la empresa.
- Impulsar y consultar la organización del Paro Regional.
- Conformar el Comité Cívico Patriótico en Piura con la mayor representatividad laboral, cívica, política y militar.

4. **Formas de organización y de propaganda de los núcleos en Talara y Piura**

- a. Conformar un núcleo promotor-organizador en Talara y Piura de carácter plural, tomando como base a la Unión Socialista del Norte y el PUM de Piura
- b. Promover que el Sindicato y el Municipio propongan las preguntas del Referéndum y que inicien una campaña de Bolsa Regional y Nacional para financiar la compra de planillones, sostener las medidas de lucha de los trabajadores y las giras locales.
- c. Organizar charlas en universidades y municipios, colegios profesionales
- d. Organizar en Piura, jornadas de agitación para recorrer mercados y puntos de concentración poblacional.
- e. Editar folletos más simples que los actuales respondiendo a la campaña del gobierno:

El gobierno quiere o dice:	La verdad es que:	Por eso el pueblo propone:

- e. Motivar que el Concejo Provincial de Talara que invite a intelectuales con autoridad reconocida, en el mismo sentido a militares en retiro reconocidos y a personas referentes del mundo de la cultura, los derechos, etc. en la Campaña de Defensa de Petroperú

4. Tareas organizativas y de propaganda desde Lima

- a. Organizar un Grupo de Apoyo que debe tratar de ligarse al Comité Patriótico para las tareas de difusión, elaboración de material de propaganda, comunicación y promoción de charlas, encuentros, etc. sobre el tema, que son muy necesarios.
- b. Mantener enlace con la CGTP, el Alcalde de Lima, viajar a Tacna, concertar con los azucareros de Chiclayo y otro tipo de sectores para que juegue un rol importante en la Marcha Patriótica.
- c. Editar folletos para contrarestar la campaña del gobierno y la confusión de las posiciones vacilantes en Piura y Talara.
- d. Reforzar el enlace con Tacna, Chiclayo y otros. El Equipo de Coordinación Ejecutiva destacará cc. para esta labor en la oficina parlamentaria.

5. Tareas del Movimiento pumista

- a. Realizar la gira programada a Piura por la Dirección con los dos objetivos propuestos por el CDP: fortalecer la rearticular a los pumistas y las Asambleas Locales de nuestro Movimiento y relacionarse y presentar las propuestas de renovación y de campañas políticas con otros sectores. Para esta tarea se complementarán con JDC durante los días.....
- b. Editar y financiar un folleto ágil que combata y esclarezca las tesis políticas y técnicas del gobierno así como aclare las confusas posiciones de algunos sectores de la oposición.
- c. Reforzar desde el Equipo de Coordinación la comunicación y seguimiento al presente Plan de Acción para lo cual se destaca a Tania en la oficina parlamentaria.
- c. Contribuir a reunir una Bolsa para viajes y viáticos para nuestros cc. que participen de los núcleos promotores de Talara y Piura. La base para reunirla pueden ser múltiples. El CDP asume esta tarea.

Comité de Defensa del Petróleo

Plan de acción

I. Objetivos:

- Sensibilizar a la opinión pública sobre la importancia de que Petroperú siga siendo una empresa de todos los peruanos.
- Reunir 1'200,000 firmas validas para lograr se convóque a referéndum. Lo que equivale a obtener 2 millones de firmas, es decir 100,000 planillones, para lo cual se requiere 10,000 brigadistas a un promedio de 10 planillones por cada uno.
- Evaluar el proceso de privatización realizado hasta ahora, en función de los intereses populares.

II Nivel parlamentario:

- Interpelación al Ministro de Energía y Minas
 - Se requiere de 18 firmas
 - Colaborarán en el pliego interpelatorio técnicos y abogados especialistas en el tema, el miércoles 13/3 a las 12 del día se consolidará las preguntas.
- Seguimiento de la ley presentada por 17 congresistas pidiendo que se modifique la ley de Petroperú a fin de que el Estado pueda mantener el 60% de las acciones
- Propiciar otras indicativas legislativas a fin de presionar sobre el tema y mantenerlo como punto de agenda.
- Pedir comisiones de investigación sobre las empresas del sector petrolero ya privatizadas, como Solgas, Petromar, Transoceánica. Las solicitudes deben ser planteadas con sustento técnico. El objetivo es mostrar al país que esas privatizaciones no han sido conveniente para los peruanos. Formar comisiones que preparen los expedientes.
- Presentar un proyecto de ley solicitando Referendúm.

III Organización del Comité Nacional de Defensa del Petróleo

Además del secretariado, forman parte del Comité de Defensa, las organizaciones gremiales, políticas e instituciones que deseen participar, las cuales nombraran delegados permanentes a fin que se incorporen a las comisiones de trabajo.

Existirán 3 comisiones nacionales de trabajo: Organización, Economía, y Difusión, las cuales coordinaran directamente con el secretariado.

A nivel de Lima se formarán comités distritales y a nivel de nacional comites provinciales, lo cuales dependerán directamente del secretariado.

3.1 Secretariado: María Cabredo, Javier Diez Canseco, Rodolfo Robles, Miguel Freitas y Gustavo Mohme.

Mientras dure la campaña en defensa del Petróleo (recolección de firmas y campaña del referéndum), las reuniones del Comité Nacional serán los lunes a las 7:00 pm en el local de Fenpetrol (Recabarren 189, Miraflores).

3.2 Comisiones Nacionales:

A. Organización , encargada de:

- Planificar la campaña de recolección de firmas a nivel nacional (Priorizar zonas, sectores sociales, instituciones).
- Capacitación y formación de los brigadistas.
- Registro de Brigadistas (datos).
- Elaboración del Manual del Brigadista que oriente su actuación y la organización de las brigadas.
- Manejar el local central de campaña.
- Distribución de los planillones.
- Centralización de los planillones llenos y procesamiento computarizado.
- Conformar o promover Comités de Defensa del petróleo:
 - * En provincias, comités provinciales.
 - * En Lima, comités distritales o por conos (varios distritos), según sea el caso.
- Organizar las brigadas de recolección en Lima
- Apoyar a los comités provinciales y distritales en conseguir e implementar sus locales.

Los comités de defensa del petróleo serán amplios, multipartidarios, multidisciplinarios y abiertos a la participación de los gremios e instituciones que deseen incorporarse.

B. Economía: Sus funciones serán:

- Recaudar fondos mediante:
 - Emisión de Bonos a nivel nacional
 - Solicitar aportes y donaciones directos a personas e instituciones.
 - Organizar eventos para conseguir recursos a nivel de Lima (remates, festivales musicales, etc.).
- Administrar los fondos.

C. Difusión: Sus funciones serán:

- Preparación de materiales de difusión:
 - El ABC del petróleo, tiraje 100,000 ejemplares
 - Manual del Brigadista, tiraje 10,000 ejemplares
 - Ponencias técnicas y documentos, tiraje 4,000 ejemplares c.u.
 - Volantes diversos
- Contactos con la Prensa y los medios de comunicación.
- Preparación de notas de prensa
- Organizar debates públicos, presentaciones, fórum, etc.
- Orientar a los comités provinciales a fin de que organicen eventos similares.

Lugar de trabajo de las comisiones nacionales:

Oficinas del cuarto piso de Capeco.

3.3 Comités de Defensa del Petróleo Provinciales y Distritales

Los comités de defensa provinciales y distritales replicarán, en los que sea aplicable, la organización de nivel nacional. Como mínimo deberá formarse 3 secretarías de trabajo:

A. Organización, encargada de:

- Planificar la campaña de recolección de firmas (Priorizar zonas, sectores sociales, instituciones).
- Capacitación y formación de los brigadistas.
- Registro de Brigadistas (datos).
- Organización de las brigadas.
- Manejar el local central de campaña.
- Distribución de los planillones.
- Centralización de los planillones llenos y procesamiento computarizado.
- Conformar o promover Comités de defensa del petróleo:

Los comités de defensa del petróleo serán amplios, multipartidarios, multidisciplinarios y abiertos a la participación de los gremios e instituciones que deseen incorporarse.

B. Economía, encargada de

- Recaudar fondos mediante:
 - Venta de Bonos
 - Solicitar aportes y donaciones en efectivo o bienes directos a personas e instituciones.
 - Organizar eventos para conseguir recursos
- Administrar los fondos.

C. Difusión:

- Preparación de materiales de difusión específicos para su ámbito, volantes
- Distribuir los materiales
- Contactos con la prensa local y los corresponsales
- Preparación de notas de prensa a nivel local
- Organizar debates públicos, presentaciones, fórum, etc.

IV Otros

- Inicio de la Campaña

La campaña se iniciará formalmente con una conferencia de prensa con presencia de brigadistas, reparto del manual del brigadista y el ABC del petróleo. Se realizará inmediatamente después de retirar los planillones del Jurado Electoral.

- Marcha de Talara a Lima

Como parte de la campaña de sensibilización y de recolección de firmas, se organizará una marcha de trabajadores y pobladores desde Talara a Lima.

La idea es que se combine marchas con traslados en ómnibus y eventos de recepción (mitines, conferencias de prensa, entrevistas, etc.), con lo cual la marcha se haría en menor tiempo y permitiría mayor flexibilidad.

- Marcha Nacional en defensa del Petróleo

Se realizaría en una fecha posterior a la conferencia de prensa. La marcha debe ser de carácter cívico, a nivel nacional, con la bandera específica de "No a la Privatización de Petroperú". Fecha sugerida: 4 de abril

- **Manual del Brigadista**

- Recomendaciones generales,
- Aspectos importantes a tener en cuenta sobre el llenado de los padrones: número de la libreta electoral, claridad en el nombre, firma.
- Como rendir informes y canalizar los planillones llenos.

- **Movilizaciones laborales previstas**

- 26 de marzo Marcha de Telefónicos
- 28 de marzo Marcha de Construcción Civil por su pliego de reclamos
- 25 de abril Marcha Nacional de la CGTP

- **Otros locales ofrecidos**

- Local de la DC en la Avenida España
- Local de la Federación Bancaria en Piura (Javier López)

COMITÉ CÍVICO DE DEFENSA DE PETROPERU, EL PATRIMONIO NACIONAL Y LA DEMOCRACIA PIURA

PLAN DE ACCIÓN

I OBJETIVOS

- Sensibilizar a la opinión pública sobre la importancia de que PetroPerú siga siendo una empresa de todos los peruanos.
- Contribuir a recabar 1'200,000 firmas válidas para lograr se convoque a Reféndum. Lo que equivale a obtener 2 millones de firmas, es decir 100,000 planillones, para lo cual se requiere 20,000 voluntarios a un promedio de 5 planillones por cada uno.
- Evaluar el proceso de privatización realizado hasta ahora, en función de los intereses nacionales, regional y populares.

II NIVEL PARLAMENTARIO

- Seguimiento de la ley presentada por 17 congresistas pidiendo que se modifique la ley de PetroPerú a fin de que el Estado pueda mantener el 60 % de las acciones.
- Propiciar otras iniciativas legislativas a fin de que el tema se mantenga como punto de agenda.
- Pedir comisiones de investigación sobre las empresas del sector petrolero ya privatizadas, como Solgas, Petromar, Transoceánica. Las solicitudes deben ser planteadas con sustento técnico. Formar comisiones que preparen los expedientes.
- Del proyecto de Ley por el que se solicita Referéndum, ante el JNE, explicar los fundamentos.

III ORGANIZACIÓN DEL COMITÉ CÍVICO DE DEFENSA DE PETROPERU, EL PATRIMONIO NACIONAL Y LA DEMOCRACIA

Además del Comité Directivo, forman parte del Comité Cívico, las organizaciones gremiales, políticas e instituciones que deseen participar, las cuales nombrarán delegados permanentes a fin que se incorporen a las comisiones de trabajo.

De entre los miembros del Comité Cívico, se elegirá un Comité Ejecutivo de 4. Un presidente y 3 Vice Presidentes.

Existirán 4 comisiones de trabajo: Organización, Economía, Difusión y Tercera legal, las cuales coordinarán directamente con el Ejecutivo.

A nivel de la provincia se formarán comités distritales, los cuales se relacionen directamente con el Ejecutivo.

3.1 Comité Directivo y Ejecutivo

Mientras dure la campaña de defensa del Petróleo (recolección de firmas y campaña del Referéndum), las reuniones del Comité Piura serán los sábados a las 10.00 a.m. en el local del Sindicato Único de Trabajadores de Petróleos del Perú - Operaciones Oleoducto Piura, Jr. Junín 1130. En el mismo local, el Ejecutivo se declara en sesión permanente.

3.2. Comisiones

a Organización, encargada de :

- Planificar la campaña de recolección de firmas (priorizar zonas, sectores sociales, institucionales).
- Capacitación y formación de los voluntarios
- Registro de voluntarios (datos)
- Elaboración del Manual de voluntarios que oriente su actuación y su organización.
- Manejar el local central de campaña
- Distribución de los planillones
- Centralización de los planillones llenos y procesamiento computarizado
- Conformar o promover Comités Cívicos
En distritos, comités distritales
En Piura, por zonas o por distritos según el caso
- Organizar voluntarios para la recolección en Piura
- Apoyar a los comités distritales en conseguir e implementar sus locales.

b Economía : sus funciones serán :

- Recaudar fondos mediante :
Emisión de bonos a nivel provincial
Solicitar aportes y donaciones directos a personas e instituciones
Organizar eventos para conseguir recursos a nivel de Piura (remates, festivales musicales, etc).
- Administrar los fondos

c **Difusión**, sus funciones serán :

- Preparación de materiales de difusión :
El ABC del petróleo (fundamentos)
Manual del voluntario
Ponencias técnicas y documentos
Volantes diversos
- Contactos con la prensa y los medios de comunicación
- Preparación de notas de prensa
- Organizar debates públicos presentaciones, fórum, etc
- Orientar a los comités distritales a fin de que organicen eventos similares

d **Técnica legal**, sus funciones serán :

- Fundamentar en el terreno técnico y legal los fundamentos de la campaña de Defensa de PetroPerú y el Referéndum, poniendo a disposición del Comité Directivo los trabajos producidos.

Lugar de trabajo de las comisiones

Oficinas del Sindicato Único de Trabajadores de Petróleos del Perú
Oleoducto y Federación de Empleados Bancarios.

IV OTROS

Inicio de la campaña

La campaña se iniciará formalmente con una conferencia de prensa con presencia de voluntarios, reparto del manual de voluntarios y el ABC del Petróleo (Fundamentos).

Se realizará inmediatamente después de reiterar los planillones del Jurado Nacional de Elecciones y en lo posible con presencia de miembros del Comité Nacional.

Marcha Nacional de defensa del Petróleo

Se realizará en una fecha posterior a la conferencia de prensa. La marcha debe ser de carácter cívico a nivel nacional, con la bandera específica de "No a la Privatización de PetroPerú", los peruanos decimos: Referéndum y punto.

Manual del Voluntario

- Recomendaciones generales
- Aspectos importantes a tener en cuenta sobre el llenado de los padrones : número de la libreta electoral, claridad en el nombre, firma.

- Como rendir informes y canalizar los planillones llenos.

Otros locales ofrecidos

- Local de la Federación de Empleados Bancarios de Piura.

- ojo - C-P
- mundo cc - C
- Farby y familia
- Comerciantes mercados.

- Alcaldes.
- Misioneros
- Juventud.
- Ps. De UPP. Aprm Pura

11 Carr.
6 "

Torquem - 4
Jullona 3
Alcalde 2