

SANTIAGO, 11 de Febrero 1987

cop 27 (33)

Señor
RICARDO RIVADENEIRA MONREAL
Presidente Renovación Nacional
Presente

De mi consideración:

Adhiriendo a los principios fundacionales de la colectividad de la cual ud. fué designado presidente y felicitándole por dicha nominación, me dirijo para sugerir la creación de una Dirección Nacional de Propaganda y Comunicaciones. Organismo asesor y ejecutivo, que debería depender, directamente, de sus máximas jerarquías y que es consustancial a todo partido político moderno, que aspire a ser mayoría, en una sociedad libertaria de masas.

Dicha Dirección Nacional de Propaganda y Comunicaciones, la visualizo con cuatro jefaturas: comunicaciones intrapartidarias, infraestructura, comunicación social y capacitación.

Comunicaciones intrapartidarias, velaría por la fluída y eficiente información del mando hacia las bases y cuerpos orgánicos, controlando un sistema de correo directo, postas telefónicas, revista noticiosa y doctrinaria interna y lo que es muy importante -inicialmente- las campañas de reclutamiento de nueva militancia.

Infraestructura, se preocupará de desarrollar y administrar un conjunto de bienes productivos, que sirvan de apoyo a las labores permanentes de propaganda y difusión y muy particularmente, que constituyan la logística propia, en todos los comicios que deban enfrentarse. Serán en consecuencia, ámbito de su acción, las imprentas, fábricas de pintura, talleres serigráficos, productoras de artículos promocionales y de apoyo financiero (insignias, banderines, poleras, autoadhesivos, estampillas, etc.), la organización de eventos especiales como convenciones, concentraciones, encuentros diversos y en general todos aquellos elementos propagandísticos que resulten más rentable de controlar directamente.

Comunicación Social, tendría la dirección general de los MCS propios, así como también, la búsqueda del acceso al amplio universo de todos los MCS del país, utilizando diferentes recursos, entre los que consigno un "Club de Prensa". Para cubrir las necesidades de cobertura internacional, habría que formar a su vez, un "Club de Correspondentes" y editar, entre otras cosas, un Boletín Internacional (inglés-español). Anexo a Comunicación Social, debería funcionar una unidad de análisis y sondeos de opinión pública, para aplicación de marketing político.

CESAR HIDALGO CALVO
PUBLICISTA

Capacitación, sería la escuela formadora de los dirigentes especializados en propaganda y agitación y en específicos medios, como afiches, concentraciones y marchas, producción de lienzos, folletería, etc. Debiendo apoyar los militantes idóneos para apoyar los requerimientos tácticos electorales de Renovación Nacional, (federaciones estudiantiles, colegios profesionales, gremios y sindicatos), etc.

Los procesos de formación de la opinión pública y de estructuración de imágenes, son hoy por hoy dinámicos y complejos. El éxito es fruto de una planificación creativa y minuciosa. En la propaganda política contemporánea, no triunfan los "genios iluminados", sino que muy por el contrario, el trabajo de equipo, arduo e imaginativo. Por ende, lo expuesto lo incluyo dentro de un minucioso Plan de Comunicaciones, Propaganda, Adoctrinamiento y Cultura.

A grandes trazos, lo indicado es como el suscrito percibe una Dirección Nacional de Propaganda y Comunicaciones, de un partido, que se ha autoimpuesto las grandes y serias responsabilidades cívicas de la colectividad que usted preside. Por ahora, sólo quedo a la espera de vuestra atenta evaluación técnica y de lo que resuelva al respecto la mesa directiva de Renovación Nacional.

Saludándoles muy cordialmente,

CESAR HIDALGO CALVO