

AGITACION

Y

PRO

CEPALINCI

PA

GANDA

ARTISTAS PLASTICOS EN EL CONFLICTO DE FABRIL

A medida que avanza y se profundiza la lucha de liberación en nuestra patria los artistas e intelectuales comienzan a preguntarse por su papel en este proceso. Está claro ya que no pueden ser simples espectadores. Que la firma de declaraciones condenatorias no alcanza. Que el arte " Social " para living-room o galería de arte no cumple ninguna función. Que se impone participar de algún modo. Pero también es cierto que las formas de participación todavía no son claras, y que cada intelectual, en cada campo de trabajo específico debe descubrirlas. Sólo la experimentación podrá ir desarrollándolas y adaptándolas a las necesidades del proceso.

En el mes de Febrero un grupo de artistas plásticos se vinculó al Comité de Huelga de Fabril Financiera para realizar un intento de este tipo. El siguiente reportaje trata de sacar algunas conclusiones acerca de este trabajo:



no se debe de esperar y esperar a ver + abstr

P: Porqué eligieron vincularse a un Comité de Huelga?

R: Por varias razones. Queríamos producir algo que pudiera ser útil en forma inmediata, algo que respondiera a necesidades muy concretas. Que se insertara en proceso de lucha como era la Huelga de Fabril. Queríamos unirnos nosotros mismos a esa lucha para salir del tradicional aislamiento de los artistas y tomar contacto con los activistas sindicales. Es muy diferente hacer una exposición en la calle Florida, aunque el tema sea muy revolucionario, a producir un mensaje que va a funcionar como un estímulo para la acción de un grupo muy preciso en una situación precisa. Se trata de saber con quién quiere uno trabajar, crear, luchar. No hablemos de " arte para el pueblo " sino de " arte con el pueblo " para definirlo de algún modo.

P: Ya que usted ha mencionado la palabra arte, cree que este tipo de cosas son arte.

R: Este es un problema que nos llevaría a planteos más generales y complejos. Lo que sí estamos seguros es que se trata de experiencias culturales de nuevo tipo. Sin embargo creo que hay en estas experiencias una sensibilidad estética, una sensibilidad opuesta a la burguesa. Para la sensibilidad burguesa el arte es un sistema lingüístico cerrado, aislado de la vida, cuyos valores son eternos y responden a las necesidades del régimen. Para nosotros es estético lo que transforme la conciencia del hombre colonizado en una per-



pectiva liberadora, lo que induzaca a una acción liberadora. Desde este punto de vista no puede haber un arte eterno ni valores eternos, sino que esos valores ese arte van siendo transformados, y son validos sólo en la medida en que incidan y se adecúen al proceso liberador.

P: Ustedes que organizaron Tucumán Arde, que diferencia o parecidos ven entre las dos experiencias?

Tucumán Arde constaba de dos partes. Primero un contacto directo con la realidad y luego una exposición donde se analizaban y mostraban los problemas del pueblo tucumano. Se trataba de informar sobre una situación. En el caso de Fabriá se quería reforzar la unidad y la dignidad de los compañeros en huelga, de hacer un llamado a la acción.

P: Como se realizó en concreto esta acción?

R: Algunos de los compañeros del Comité de Huelga, ya nos conocían desde Tucumán Arde y les propusimos colaborar en el Comité de Movilización. Ahí se discutieron los problemas del momento. La empresa había mandado una serie de matones a intimidar en sus casas a los huelguistas, y era necesario evitar que se produjera carnerismo. Algunos días más tarde se iba a realizar una concentración en el barrio y fué preciso propagandearla entre los vecinos y huelguistas. Por supuesto había muy poco dinero y se propusó hacer volantes y afiches. Nos pareció importante variar el volante tradicional que produce poco interés en los lectores y reemplazarlo por una historieta.

P: Qué resultado tuvo la historieta?

R: En principio se leía con mucha más atención que los volantes; además muchos compañeros se llevaban varios para repartirlos en sus casas. Por otro lado estas historietas están impresas a mimeógrafo lo que las hace muy baratas y fáciles de producir. Hay que tener en cuenta el ritmo en que fueron hechas: se discutieron a la tarde, se dibujaron a la noche y al mediodía siguiente ya se repartían. Eso nos impidió perfeccionarlas. Pero la buena acogida que tuvieron nos da la certeza de que la historieta como otros medios visuales pueden ser un arma de difusión política e ideológica de mucha utilidad.

P: Qué otra cosa hicieron?

R: Nos pareció importante anunciar en el barrio que se iba a hacer una concentración por lo que decidimos hacer también afiches. El problema de los afiches es su costo, así que optamos por hacerlo a mano. Salían muy baratos, prácticamente el costo del papel, estaban dibujados con tizones y lápices de cera. Produjeron un efecto tan bueno que se nos ocurrió que el afiche hecho a mano podría ser un medio de comunicación político excelente, a nivel barrial o de fábrica. En Estados Unidos, en los guettos negros existen periódicos murales donde se tratan desde los conflictos del barrio hasta los problemas políticos generales. Los mismos militantes del barrio los realizan y ponen dibujos caricaturas, pegan recortes de los diarios, etc. Se pegan en lugares de mucha circulación cuatro o cinco por barrio.

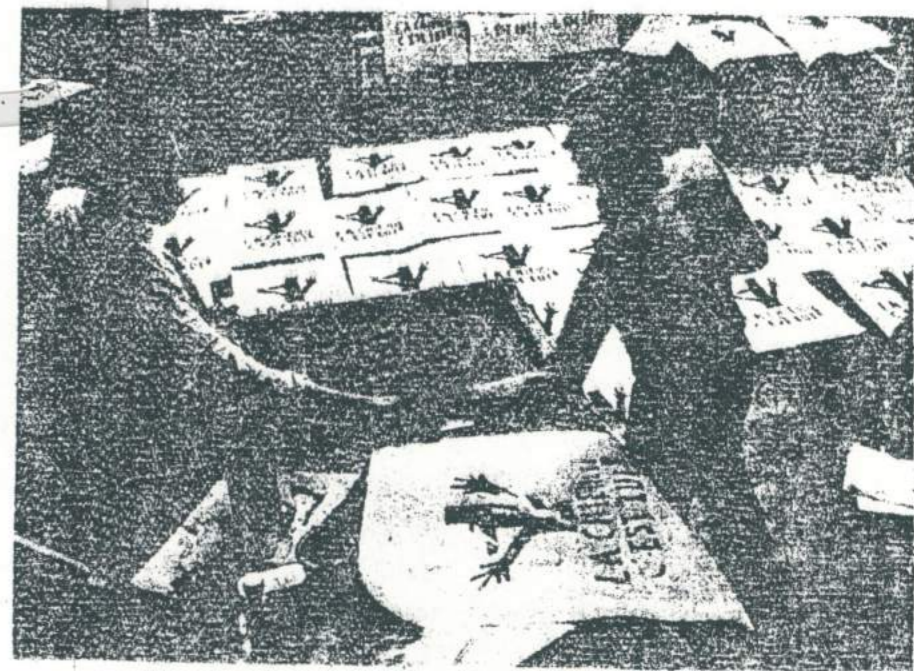
P: Qué piensan seguir haciendo?

R: Este tipo de experiencias en otros niveles. Son formas de creación modestas pero apasionantes. Preferimos hacer pequeños apertus como estos y no obras lujosas que son absorbidas y digeridas por el aparato de dominación. Esto está muy claro para nosotros.



ARTE
Y POLITICA
EN LA REBELION
DE MAYO!!!

He ahí el panorama a principios de Mayo. El pajonal estaba seco. Se incendió sin dificultad. Aún antes que la Escuela Nacional Superior de Bellas Artes fuera ocupada el 14 y que el taller Guillaume-Gillet se disolviera como medida de protesta contra las autoridades, los debates se inician en todos los talleres y surgen proyectos de reforma madurados hace largo tiempo: las Bellas Artes quieren unirse a la Universidad y participar de su movimiento.



UN TALLER POPULAR

la société de
consommation
doit périr de
mort violente

El primer hecho consistió en organizar un taller popular cuyos afiches cubrirán las paredes del Barrio Latino.

"A partir de la ocupación de la Escuela de Bellas Artes, los alumnos y artistas progresistas, en el más absoluto anonimato, ponen sus conocimientos al servicio de las luchas emprendidas diariamente por los trabajadores, cuenta "La Causa del Pueblo", el diario del Frente Popular.

"No es un trabajo de laboratorio: los obreros acuden trayendo las consignas, discuten con los artistas y estudiantes, critican los afiches elaborados o los difunden hacia el exterior.

"En la entrada del taller se puede leer: "Trabajar en el taller popular significa apoyar concretamente el gran movimiento de los trabajadores en huelga que ocupan las fábricas en contra del poder gaullista antipopular. Al poner todos sus conocimientos al servicio de la lucha de los trabajadores, en este taller cada uno trabaja también para sí mismo, ya que a través de su práctica recibe las enseñanzas de las masas populares!"

"Y todos ahora, trabajadores y estudiantes, extranjeros o franceses, acuden a participar con entusiasmo en la producción de afiches.

"Así el estilo burgués de trabajo que se practicaba ha desaparecido por completo: los proyectos de afiches elaborados en común a partir de un análisis político de los acontecimientos de la jornada a partir de las discusiones en las puertas de las fábricas, se proponen democráticamente en una Asamblea general, al terminar el día.

"Se juzga de este modo: el objetivo político es justo? ¿El afiche expresa este objetivo con exactitud?"

"Después los proyectos aceptados son impresos en serigrafía y litografía por equipos que se reúnen noche y día.

"Las pegatinas se organizan por decenas, dirigidas por los Comités de Acción de barrio y los comités de huelga de las fábricas ocupadas, cada uno de los cuales relata sus experiencias y sus discusiones con la población."

"Los equipos que producen afiches populares se instalan en los distintos Comités de Acción de París y de los suburbios; otros se dirigen a la provincia con el objeto de estrechar los vínculos entre estudiantes, obreros y campesinos pobres.

"La lucha continúa.

"Cada vez más, las diferentes capas de la población difunden con sus afiches las ideas justas de los trabajadores. Y los estudiantes y artistas progresistas, al ponerse concretamente al servicio de la lucha del pueblo, se someten a su enseñanza y modifican sus puntos de vista uniéndose a las masas."

MERDE

BOURGEOIS

VOUS

N'AVEZ

RIEN COMPRÉ



EL AFICHE



ЗАПИСАЛСЯ
ДОБРОВОЛЬЦЕМ?

ТЫ РЕ- VOLU- CIO- NARIO

POR
SIMÓN
BOJKO

Varsovia se está constituyendo en un centro internacional del afiche. No sólo porque se sitúa en la convergencia de sistemas sociales económicos y culturales diferentes, sino también porque ocupa un lugar importante en esta disciplina gráfica. Así, la primer Bienal Internacional del Afiche tuvo lugar en Varsovia, el año pasado, con gran repercusión en el mundo entero. Se prolongó con un simposio donde se discutieron varios problemas relacionados con los fenómenos visuales en centros urbanos. Otro hecho, también de carácter internacional, acaba de ser la Exposición del afiche revolucionario, organizado para el Cincuentenario de la Revolución de Octubre.

Con la retrospectiva hemos querido mirar esas obras creadas durante la lucha y en el corazón de las grandes conmociones históricas, tratando de encontrar alguna continuidad de las mismas en el arte contemporáneo.

Empresa tanto más difícil por cuanto que el sentido de la propaganda se ha desprestigiado, que varias consignas e ideas son despreciadas. Quizá hoy sea el pop art quien, después de descubrir el folklore urbano, continúa expresando, en forma inmediata, las inquietudes de la generación de postguerra. Pero también está el ejemplo del pintor dominicano Silvano Lora que, en el momento en que la independencia de su país estaba seriamente amenazada por la intervención norteamericana, subordinó la creación a la agitación y realizó una serie de afiches, reproducidos a mano, con la colaboración de un grupo de pintores. No es acaso la reedición de lo que hiciera Maiakovski con las "Ventanas de la ROSTA (Agencia telefónica rusa)?"

La necesidad de participar en la vida cotidiana, tanto más fuerte por cuanto que consiste en el compromiso activo con las fuerzas progresistas, esa necesidad de expresar su opinión personal "a favor o en contra", si aprobación, su indignación, se manifestó en los años cincuenta y a principios de los años sesenta, en una serie de afiches de Picasso para



el Movimiento de la Paz. Por los mismos motivos, Joan Miró realizó afiches en dos oportunidades: en 1937 en defensa de la República española, y en el año anterior, en homenaje a Antonio Machado. En los Estados Unidos, Ben Shahn y el grupo de gráficos S.A.N.E. defienden continuamente los derechos del hombre y sus afiches denuncian la amenaza de la guerra atómica. En Japón, el célebre gráfico y dibujante Takashi Kono, es el autor de afiches contra los barbaeos norteamericanos a Viet Nam; en Italia, Renato Guttuso, Abe Steiner y Emilio Vedova; en la República Federal Alemana, gráficos como Manfred Vesz y Wolfgang Freitag, manifiestan su indignación contra proyectos de leyes antipopulares. En Checoslovaquia, un grupo de jóvenes gráficos "Flakat" (Afiche) se asigna la tarea de comenzar el diálogo con la sociedad, abordando los problemas más difíciles y complejos de la vida. Finalmente, los gráficos polacos, y en particular Henrych Tomaszewski, Julian Palka, Roman Cieslewicz, Leszek HOLDANOWICZ, emprenden a menudo la lucha por una perspectiva humana del mundo.

Al citar estos ejemplos, que pueden multiplicarse y que prueban que la comunicación social continúa en nuestros días, hay que ser conscientes de las diferencias existentes entre las condiciones socio-psicológicas actuales y aquéllas de los años veinte. El mundo convulsionado por la revolución en Rusia, Alemania, Hungría, no era el mismo de hoy en lo que respecta a la civilización, el nivel de la ciencia, la técnica, y la cultura. Al mismo tiempo, la revolución liberaba fuerzas poderosas. A lo largo de los vastos territorios del antiguo imperio zarista, "millones y decenas de millones de personas, al margen de la política como consecuencia de la terrible opresión del zar y a causa de la explotación de los grandes propietarios hacendados y manufactureros, se despertaron y comenzaron





a interesarse por la política", escribía Lenin a principios de 1917. Aún había cien millones de campesinos, analfabetos o semianalfabetos, que vivían en el campo donde reinaban el patriarcado y relaciones casi primitivas entre los hombres, privados de toda cultura material y espiritual. Los bolcheviques que, al impulsar a todos los campesinos y obreros a la actividad social, asumieron la tarea más difícil, la difusión creciente de la educación, los cambios de conciencia y de conducta de los hombres. En la "politgramota", la propaganda y la agitación, los medios visuales dominaban en cierta medida sobre los medios verbales. La imagen permitía superar fácilmente las barreras del idioma, tan importantes en un país compuesto por varias naciones diferentes. Reemplazaba los comunicados de prensa, el megáfono instalado en la plaza, el orador del meeting. Se puede afirmar que la necesidad de la imagen de contenido didáctico fue determinada por las condiciones históricas. Toda clase de impresos ilustrados, afiches, folletos, revistas satíricas, comenzaron a aparecer en cantidad encreible. Los primeros afiches se aproximaban a los periódicos, libros ilustrados -se leían de cerca- semejantes también a nuestras



"tiras dibujadas". Lissitzky pudo escribir: "El libro tradicional fue deshecho en páginas separadas, ampliadas cien veces, coloreadas y expuestas en la calle en forma de afiche". Los primeros afiches de agitación tuvieron su origen en dos fuentes culturales: la imaginería y el icono. El icono contiene los elementos figurativos, el repertorio de símbolos, el dibujo lineal y la expresión abstracta del color. Los afiches y dibujos semejantes a iconos fueron creados por D.Mobr, autor de un afiche inolvidable: "¡Socorro! ¡Auxilio!" Sabiendo que era un ateaista apasionado, famoso por sus litografías antirreligiosas, ¿no es esta la prueba de que el arte de la iglesia ortodoxa se enraizó profundamente en la conciencia artística?

En ningún lugar de Europa se acentuó este fenómeno con tanta fuerza. Y aunque la actitud de la sociedad soviética es de indiferencia hacia la religión, la nueva generación, harta del arte académico, hoy se fascina con la pintura del medioevo y la de Roublev, Dionisi...La otra fuente, la imaginería, se denomina "louboc". El nombre viene probablemente de Loubianki, lugar donde se grababan dibujos sobre planchas inmediatamente estampadas. Según otra etimología, la palabra "loub" se emplea en el sentido de "madera grabada", especie de imagen del Epinal que se vendía en las ferias y en el campo. Eran obras anónimas, de realismo ingenuo, que expresaban ideas populares sobre "el bien" y "el mal", la justicia y la mentira, la virtud y el crimen. Su rasgo característico era una mezcla de grotesco y fantástico, una actitud irónica hacia las debilidades, las grandezas y la gloria humana.

El interés por el "louboc" coincidía con la influencia de los nuevos movimientos de la vanguardia rusa a principios del siglo XX y notoriamente de los futuristas dirigidos por Maiakovski. Poeta y pintor, concibió figuras semejantes a los dibujos infantiles, que utilizaba en grandes afiches que se llamaron "ventanas" de la ROSTA, porque eran expuestos en las vidrieras vacías de los negocios. Los afiches de Maiakovski, Lebedev, Tcherevnik, y Deni se caracterizaban por su nuevo contenido, pero conservan la espontaneidad de la percepción del mundo, el humor, la rudeza, así como una forma mitad realista mitad metafórica.

Recordemos también que la revolución estética de Malevich, Tatlin, Lissitzky y Rodchenko, después de pasar por las artes aplicadas, contribuyó a pesar de su modesta base técnica, al renacimiento de la tipografía y las artes gráficas en la publicidad y la edición. Las búsquedas de un lenguaje plástico moderno enriquecieron el arte del afiche con el fotomontaje, que en las obras de Lissitzky, Klucis, Rodchenko y los hermanos Stenberg, alcanzan gran calidad formal. También hoy es fácil perdibir que las razones por las cuales "la nueva ola" del arte gráfico soviético recurre a la vanguardia de los años veinte, descubriendo en ella ideales estéticos cercanos a los suyos.

Los acontecimientos revolucionarios, así como los conflictos sociales de Europa, después del tratado de Versalles constituyen el contenido del afiche que acompaña a las manifestaciones de masa y la lucha del proletariado.



Durante los cuarenta y tres días de la República Socialista de Hungría, aparecen obras de una increíble expresión dramática. En esta época, el afiche era la única forma de contacto de los artistas con la sociedad. En Polonia, donde el Partido Comunista trabajaba clandestinamente, donde las organizaciones obreras eran perseguidas, el afiche revolucionario no tenía posibilidades de desarrollo. Sin embargo, algunas obras marcaron profundamente el arte polaco: las de Mieczyslaw Szscuka y de Teresa Zarnower, los primeros representantes del movimiento de vanguardia "Blok". Esas tareas, realizadas con el objetivo inmediato de la propaganda visual, eran la consecuencia lógica de un programa artístico que, no sólo simpatizaba con la revolución socialista de Rusia, sino que también propagandeara una cultura de masas, empezando con los libros y revistas y terminando con la arquitectura.

Limitándose a una revisión somera, se pueden citar a algunos artistas cuyos éxitos son incuestionables. En Francia, a principios de los años veinte ocupaba el primer lugar el continuador de la gran tradición de Daumier y Gavarni: Granjouan, hoy prácticamente olvidado. En Alemania, John Heartfield, pionero del fotomontaje, Kate Kollwitz, y Feri merecen destacarse por la fuerza de sus composiciones. Max Pechstein, Hans Richter, asociados al "November Gruppe", reflejan en sus afiches del período revolucionario de 1919, las preocupaciones e indecisiones del medio intelectual alemán.

El período de la guerra civil de España donde la situación era semejante en ciertos aspectos a la de Rusia en 1917, merece ser tratado aparte. La República amenazada debía hacer un llamado a la conciencia de las masas y a su madurez de ciudadanos. En España, una considerable porción de la población rural era de semianalfabetos que se conmovían más con la imagen plástica. Los estudiantes de las Academias se distinguieron por su entusiasmo revolucionario. El afiche servía realmente como instrumento de lucha al penetrar las masas y la psicología del hombre. Estaba al servicio de los grandes problemas de la nación por su poder de acción.

Los afiches revolucionarios del Japón, China, Irán, India, nos introducen en otro mundo. Ingenuos, tienen su origen en los mitos populares, en un sistema de conceptos y principios de representación inmodificados durante siglos. Pero las ideas que expresan son y serán universales, comprensibles y válidas hasta el momento en que el hombre habrá terminado de luchar por la justicia y la dignidad.



LUCHAR HASTA GANAR!

RESUMEN
EL CONFLICTO LABORAL EN FABRIL LLEVA AL PERSONAL A LA HUELGA. LUEGO DE VARIOS DIAS LA EMPRESA REALIZA UN DESLEAL INTENTO: PERSUADIR BAJO PRESION PARA QUE VUELVAN APROVECHANDO LAS DIFICULTADES QUE SOPORTAN. UN EJEMPLO DEL VALOR QUE LOS ANIMA LO DA PEDRO, UNO DE ...

... LOS HUELGUISTAS, QUE ECHA DE SU CASA A LOS "EMISARIOS"
¡MISERABLES! ¡NO SON MAS QUE LACAYOS DE LA PATRONAL!
YA SE FUERON, PEDRO. TRANQUILIZATE...

NO. NO PUEDO QUEDARME TRANQUILO. NO DEBO PERMANECER QUIETO MIENTRAS ELLOS "COCCINAN" LAS COSAS!

PEDRO SE DETIENE, COMPRENDIENDO QUE SU RABIA DEBE MANIFESTARSE DE OTRO MODO ...
NO TE PREOCUPES, MARTA... AHORA VAMOS A CENAR EN PAZ, DESPUES VOY A IR A LA FEDERACION A VER SI PUEDO AYUDAR EN ALGO

¿EN LA FEDERACION...
¡SI TODOS NOS QUEDAMOS EN CASA NO VA A PASAR NADA. CON RENUNCIAMIENTOS HEROICOS LA GANAN ELLOS!
SI TENEMOS QUE SALIR A LA CALLE PARA QUE LA GENTE SEPA LO QUE OCURRE... ¿CUANDO EMPEZAMOS LA REUNION?

AHORA, AHI LLEGA PEDRO, YA SOMOS BASTANTES, PODEMOS EMPEZAR. LLAMA A LOS DEMAS.
VAMOS

TODOS SE SIENTAN RODANDO LA MESA. UN COMPAÑERO TOMA LA PALABRA...

COMPANEROS, TENEMOS UN IMPERATIVO INMEDIATO: ROMPER EL CERCO DE SILENCIO QUE FABRIL HA CREADO EN TORNO A NUESTRO MOVIMIENTO. LA GENTE TIENE QUE SABER DE NUESTRA LUCHA. ILLEGO LA HORA DE PASAR A LA OFENSIVA!

UN COMPANERO QUE RECIEN SE INTEGRABA A LA LUCHA SE LEVANTA PARA HABLAR...

CON QUEDARNOS EN CASA CRUZADOS DE BRAZOS NO ALCANZA! TENEMOS QUE USAR LA FUERZA DE NUESTRA UNION SI QUEREMOS GANAR LA HUELGA. ¡Y LA VAMOS A GANAR!

CALMA, COMPANEROS, CREO QUE TODOS TENEMOS CLARO QUE LA HUELGA LA VAMOS A GANAR MANTENIENDONOS UNIDOS. AHORA VAYAMOS A LO PRACTICO.
YA SABEN QUE EL ACTO DE SOLIDARIDAD Y PROTESTA SE HACE EL JUEVES 20 A LAS 8 DE LA NOCHE EN MONTES DE OCA Y CALIFORNIA. COMO MIEMBRO DEL COMITE DE MOVILIZACION LES INDICO LAS TAREAS

YO NO ESTOY MUY SEGURO DE QUE NOSOTROS SOLOS PODEMOS CONSEGUIR TODO. ADEMAS NO OLVIDEMOS QUE COMO TECNICOS ESPECIALIZADOS NO NOS PUEDEN REEMPLAZAR Y...
PEDRO LO INTERRUMPE CON VEHEMENCIA ...

...¡ADEMAS NO ESTAMOS SOLOS, MUCHA GENTE SABE QUE HOY ES CONTRA NOSOTROS Y MAÑANA CONTRA ELLOS Y NOS APOYA!

QUE DEBEMOS REALIZAR PARA ASEGURAR EL EXITO DEL ACTO. ¡NO TIENE QUE FALLAR NADIE!

VAMOS A NECESITAR GENTE PARA VOLANTEAR, PINTAR CARTELES Y PAREDES...Y ADEMAS VISITAR A LA GENTE DEL BARRIO PARA QUE SE ENTERE DE LO QUE ESTA HACIENDO FABRIL CON NOSOTROS!
¡SI ES NECESARIO IREMOS CASA POR CASA!
¡SI... TODOS UNIDOS!

...FORMAN EQUIPOS DE TRABAJO. PEDRO SIENDE QUE ALGO SÓLIDO PERO LINDO A LA VEZ LE ANUDA LA GARGANTA...
NO SE QUE VA A PASAR, PERO DE ALGO ESTOY SEGURO... TODO ESTO NOS HACE CADA VEZ MAS HERMANOS Y MAS FUERTES!

RESISTIR HASTA GANAR!

EN EL DIRECTORIO DE FABRIL, UN EJECUTIVO ALECCIONA A LOS "EMISARIOS" DE LA EMPRESA.

...SE VAN CASA POR CASA Y LES EXPLICAN BIEN COMO QUEREMOS LAS COSAS... VAN A VER COMO MAÑANA LOS TENEMOS AQUÍ MANISITOS, TRABAJANDO COMO DIOS MANDA!

MÁS TARDE EN CASA DE PEDRO NO LETOS DE ALLÍ.

DESDE HOY ESTÁN VISITANDO A TODOS LOS COMPAÑEROS, AHÍ VAN A VERLO A RODRÍGUEZ...

NO VAN A CONSEGUIR NADA...

... SI NO AFLOJÓ CON LA ESPOSA QUE TIENE, NO HAY PATRONAL NI MATÓN QUE LO ABLANDE

YA SE CRUZAN PARA A CÁ, VOS ANDÁ A LA COCINA. YO LOS ATIENDO

NO, PEDRO. YO TAMBIÉN QUIERO VER CON QUÉ SE VIENEN

ENTRE TANTO, EN LA FÁBRICA, DOS DIRECTORES TOMAN WHISKY Y CONVERSAN...

NO SE APLICA. ESTOS TIPOS SON MUY DUROS DE FEAR, PERO VAN A TENER QUE ACABAR EL LOMO

SI, CUANDO QUEBREMOS LA HUELGA PONDREMOS EN PRÁCTICA NUESTRO PLAN DE RACIONALIZACIÓN...

ESTAMOS TRABAJANDO POR DOS Y COBRANDO POR UNO! MIRAD A ALBERTO...

...TÉCNICO ESPECIALIZADO... MANEJANDO TAMBIÉN UNA ESCOBA!

MIENTRAS, LLEGAN "VISITAS" A CASA DE PEDRO

MIRE, LE CONVIENE VOLVER AL TRABAJO. YA SE TOMÓ GENTE NUEVA Y EL PERSONAL ESTÁ VOLVIENDO...

¡ESTÁ EQUIVOCADO!

¡PRIMERO HAY QUE SACARSE DE ENCIMA A TODOS ESTOS GRÁFICOS ESPECIALIZADOS QUE TIENEN TANTO ORGULLO PROFESIONAL Y A LOS GREMIALISTAS MOLESTOS, ENTONCES PONDREMOS AL PERSONAL A TRABAJAR COMO NOS CONVIENE!

¡PRIMERO PORQUE A NOSOTROS ES MUY DIFÍCIL REEMPLAZARNOS, Y SEGUNDO, PORQUE NINGÚN GRÁFICO DECENTE DE FABRIL VA A TRAICIONAR SUS INTERESES Y LOS DE SUS COMPAÑEROS ROMPIENDO ESTA HUELGA QUE DEFIENDE NUESTRA ESTABILIDAD Y LAS LEYES SINDICALES!

DÍGAME, SI LAS COSAS VAN TAN BIEN COMO USTED DICE... ¿PARA QUÉ LO VIENEN A BUSCAR A MI MARIDO?

¡USTEDES SABEN QUE VAMOS A SEGUIR LA HUELGA HASTA GANAR! ... Y AHORA, FUERA! ¡NO QUIERO TRAIDORES EN MI CASA!

LA HUELGA...

(CONTINUARA HASTA GANAR)

MAGOYA EXISTE



Onganía tiene razón.

Magoya existe.

Respaldándose en los miles de argentinos que luchan no solo por el pan, sino también por la defensa de la soberanía nacional, la justicia social, y la independencia económica, Magoya negoció.

Lo que consiguió por negociar, constituye la afrenta más cruel al movimiento obrero de los últimos tiempos: 3.000\$ mensuales de aumento.

Pero dentro del movimiento obrero, la consigna es ya no dejar impune esta burla.

Compañeros

NEGOCIAR NO ES NEGOCIO

Negociar ¿con quien? ¿con estos?

Con estos que negocie Magoya

PARA NOSOTROS LA ACCION

DE UN LADO ESTA EL TIEMPO SOCIAL

DE UN LADO ESTA EL DIALOGUISMO

DE UN LADO ESTA LA NEGOCIACION

DE UN LADO ESTA PARTICIPACIONISMO

DE UN LADO ESTAN LAS PARITARIAS

DE UN LADO ESTA LA REVOLUCION
"ARGENTINA"

DE UN LADO ESTA EL DESARROLLISMO

DE UN LADO ESTA LA "PAZ SOCIAL"

DEL OTRO, EL EJERCITO REPRESOR Y
EL CONASE.

DEL OTRO, LAS AMENAZAS DE FUSILA-
MIENTOS MUERTOS Y PRESOS POLITI-
COS!

DEL OTRO, LA REPRESION.

DE OTRO, LA INTERVENCION SINDI-
CAL, Y LA PROSCRIPCION.

DEL OTRO, LAS LIMOSNAS.

DEL OTRO ESTAN EL BID, FMI, LA
ALIANZA PARA EL PROGRESO, ROCKE-
FELLER, ETC.

DEL OTRO, LA UIA, ACIEL, LA SO-
CIEDAD RURAL.

DEL OTRO, LOS CONSEJOS DE GUERRA
Y EL ESTADO DE SITIO.

¿DE QUE LADO ESTA EL GOBIERNO ?



¡OJO!



**EL GOBIERNO
ESTA DE LOS
DOS LADOS**

Los tácticas tiene el sistema desde 1955 y un solo objetivo a través de la siniestra estrategia de sus gobernantes: la desperonización del pueblo.

Dos maneras de aplicar esas tácticas tiene el sistema: la agresiva y la solapada.

Una y otra son usadas alternativamente para castrar el movimiento obrero y distraerlo de su tarea: reconquistar el poder y restablecer nuevamente sus banderas:

JUSTICIA SOCIAL, SOBERANIA POLITICA, INDEPENDENCIA ECONOMICA