

A black and white line drawing of a hand holding a large red folder. The background shows a library with bookshelves filled with books. The folder is the central focus, with the title text printed on it in white.

EL ARTE DE LA REVOLUCIÓN SERÁ INTERNACIONALISTA



Dossier nº15
Instituto Tricontinental de Investigación Social
abril 2019

De una chispa se encenderá el fuego.

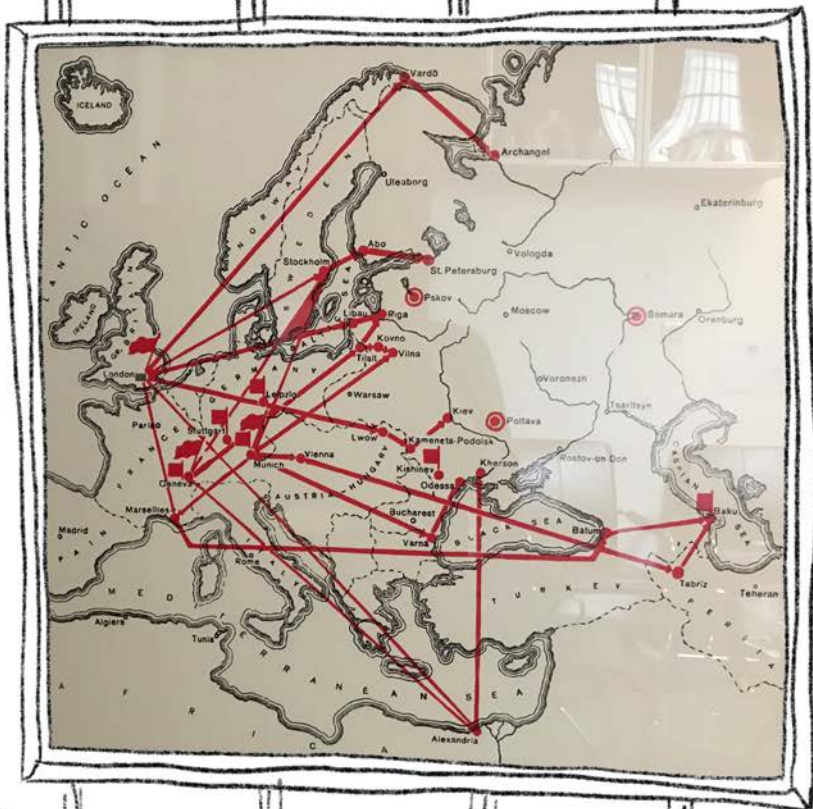
—consigna de *Iskra*

Mariana está enterrada entre pilas de carteles en el húmedo sótano de la Biblioteca Memorial y Escuela de Trabajadores Marx de Londres. Es la voluntaria responsable de digitalizar el vasto archivo de carteles de la biblioteca. Arriba hay una pequeña oficina donde Lenin pasó dos años de su exilio escribiendo para Iskra («La Chispa»), el periódico bolchevique clandestino y el corazón ideológico del partido.

Sobre Iskra, Lenin había dicho «Un periódico no es solo un dispositivo colectivo de agitación y propaganda, sino también un organizador colectivo. La agitación política es imposible sin un periódico regular y ampliamente distribuido. Sus aportes y distribuidores formaron el núcleo del futuro partido». Hay un mapa enmarcado en la pared, con flechas rojas que detallan la distribución del periódico por toda Rusia y Europa, un recordatorio de las muchas vidas que se arriesgaron para que la publicación llegue a sus lectorxs.

Un tomo en el pequeño escritorio recoge los viejos números de Iskra. El apretado texto cirílico es visualmente conmovedor. La frugalidad del espacio en la publicación parece un testamento de las condiciones políticas y materiales extremadamente difíciles en las cuales se produjo. Como si la hazaña de leerlo fuera tan grande como la de producirlo. Sería un desafío para cualquier activista serio de la era actual de Instagram, leer un número entero de Iskra.

Pero no vinimos aquí por el compañero Lenin. Hemos venido a echar un vistazo a la colección del archivo de carteles y publicaciones producidos por la Organización de Solidaridad con los Pueblos de Asia, África y América Latina (OSPAAAL).



Tricontinentalismo

En enero de 1966, Cuba acogió a la Tricontinental, una conferencia que unió a movimientos revolucionarios de Asia, África y América Latina. La histórica reunión – con más de 500 delegados y 200 observadores de 82 países de 3 continentes – había surgido de dos formaciones anticoloniales: el Movimiento de Países No Alineados (MNOAL), más conciliador, y la Afro-Asian People's Solidarity Organization (AAPSO) [Organización de Solidaridad de los Pueblos Afroasiáticos], más radical.

La celebración de la conferencia en La Habana consolidó la orientación internacionalista del joven gobierno revolucionario, mientras que la presencia de invitados internacionales ayudó a legitimar la Revolución. Poco antes de la conferencia, su organizador clave, el militante marroquí Mahdi Ben Barka fue secuestrado y asesinado. Su muerte – entre otros acontecimientos – confirmó la urgencia y los grandes desafíos de las luchas antiimperialistas.

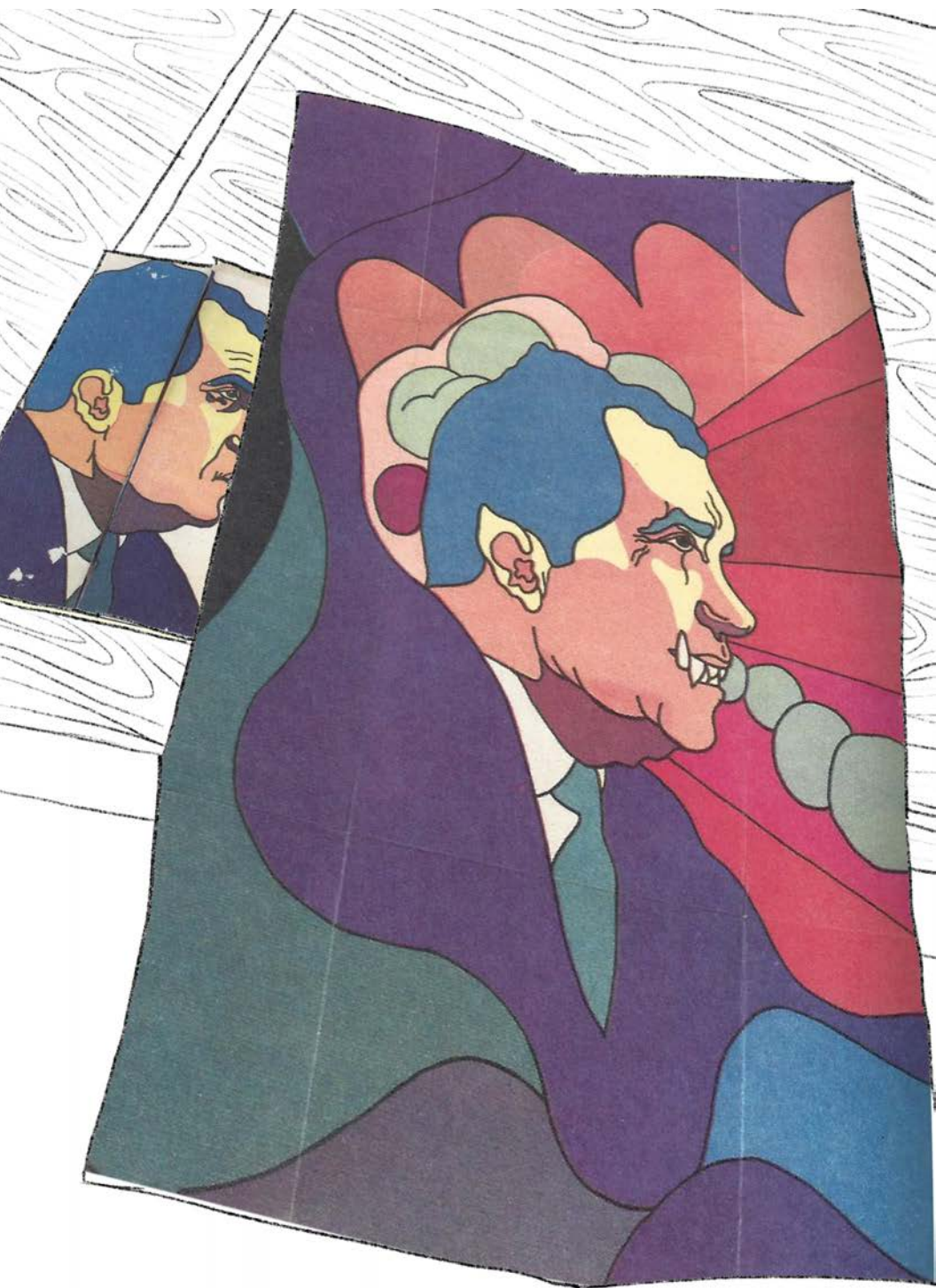
La OSPAAAL surgió de esta conferencia como una organización permanente, su secretaría aún tiene sede en La Habana, con el antimperialismo y el socialismo como sus objetivos. Durante su período cumbre, la OSPAAAL sirvió como un puente clave para los movimientos de liberación de los tres continentes. Uno de los principales proyectos de la OSPAAAL fueron sus publicaciones: el *Boletín Tricontinental* mensual orientado a las noticias y la *Revista Tricontinental* bimensual, de naturaleza más analítica y teórica.



El líder del Partido de las Panteras Negras, Stocky Carmichael, llamaba a la Revista Tricontinental «una biblia en los círculos revolucionarios». En un informe sobre la Conferencia Tricontinental, la Organización de Estados Americanos (OEA), la organización interestatal creada en 1948 que ha defendido la hegemonía estadounidense en la región, llamó a la OSPAAAL «la amenaza más peligrosa que el comunismo internacional ha hecho hasta ahora contra el sistema interamericano», con su «deseo inconfundible de crear un impacto propagandístico efectivo mediante la rápida publicación de una gran cantidad de documentos, discursos y material informativo sobre el evento, y su amplia difusión a través de todos los medios de comunicación disponibles». Entendieron bien la guerra de palabras e imágenes que libró la OSPAAAL.

Impacto. Persuasión. Repetición.

Desde la década de 1940, Cuba se convirtió en la capital de los medios de comunicación de América Latina. El ambiente de los medios: radio, televisión, prensa, estaba estrechamente ligado a los intereses del gobierno y del capital estadounidenses. Cuba había sido un laboratorio clave para las empresas multinacionales que llevaban a cabo estudios de mercado sobre nuevos productos tanto entre lxs pobres como entre lxs ricos de la isla.



Aunque el establecimiento de las agencias de publicidad estadounidenses en América Latina comenzó temprano en el siglo XX, emergieron con toda su fuerza en torno a la Segunda Guerra Mundial. Estas agencias servían al propósito de asegurar la hegemonía económica y cultural del imperio estadounidense. En cada anuncio vendían el «sueño americano» y promovían los intereses de corporaciones multinacionales estadounidenses como la infame United Fruit Company. Mientras tanto, la educación sobre publicidad se formalizaba y la industria se profesionalizaba. Las tecnologías de los medios de comunicación como la radio y la televisión comerciales ganaban impulso.

Este fue el apogeo de la industria publicitaria. El arte y la ciencia de la publicidad se estaban consolidando y el consumo – confundido con la modernidad y el desarrollo– era su mantra. Estudiando el auge de la industria de la radiodifusión cubana en esta época, Yeidy M. Riveiro escribe: «Las agencias de publicidad estadounidenses en la isla crearon un conjunto de publicistas quienes, después de estudiar en Estados Unidos o en la Escuela de Publicidad de La Habana, o de trabajar en filiales de publicidad cubanas-estadounidenses o en agencias independientes locales, fueron capacitados para adaptar las estrategias publicitarias estadounidenses al entorno económico y cultural cubano y latinoamericano». En 1959, la Revolución heredaría algunos de esos vestigios del imperialismo estadounidense, por ejemplo, su desarrollado sistema de medios de comunicación y su fuerza de trabajo de creativos y técnicos experimentados y los volvería contra el imperio mismo.



CLIK

AHORRO DE ELECTRICIDAD ES AHORRO DE PETROLEO

De madmen¹ a artistas revolucionarios

McCann-Erickson (ahora McCann Worldgroup), un gigante global de la publicidad abrió por primera vez sus oficinas en La Habana el 1 de agosto de 1944. La compañía consolidó su presencia en Cuba y México con la adquisición de Publicidad Guastella en 1951, convirtiéndose en Publicidad Guastella-McCann Erickson (con 65 empleados en La Habana y 45 en Ciudad de México). Esto fue un año antes de que el dictador Fulgencio Batista, respaldado por Estados Unidos, regresara al poder como presidente de la isla. Poco después de su regreso, como parte de un esfuerzo por impulsar el turismo estadounidense y restaurar la isla a su «antigua gloria», Batista contrató a la agencia para crear un programa de educación cívica. El objetivo era enseñar a lxs cubanxs los beneficios del turismo, a ser anfitriones más amigables. Batista se acercó al secretario general de la Confederación de Trabajadores Cubanos (integrada por 1.800 sindicatos), Eusebio Mujal, y aseguró el crecimiento económico a expensas del aumento de la explotación de lxs trabajadorxs. En su estudio sobre la relación entre el turismo y el imperio estadounidense en América Latina, Dennis Merrill escribe, «A finales de la década, sin embargo, lxs sindicalistas, privados de derechos, constituyeron una fuerza central dentro del Movimiento 26 de Julio de Fidel Castro», el movimiento que llevaría a Cuba a la Revolución.

Ese mismo año, Félix Beltrán comenzó a trabajar en la agencia. Tenía 15 años. Tres años más tarde se trasladó a la ciudad de Nueva York para estudiar diseño gráfico, pintura y litografía. A su regreso a la Cuba posrevolucionaria en 1962, Beltrán aplicaría su educación a la Revolución. Desafió la escasez

¹Alusión a la serie de televisión estadounidense *Madmen*, que trata sobre las principales agencias publicitarias de ese país en la década de 1960, cuando estaban ubicadas en la Avenida Madison en la ciudad de Nueva York. El título de la serie es un juego de palabras entre mad (loco, demente) y abreviatura de Madison y men (hombres). *Madmen* se puede leer como hombres locos o como hombres de la calle Madison.

material impuesta por el bloqueo económico estadounidense con las mismas herramientas, capacidades y conocimientos de la maquinaria publicitaria estadounidense. Beltrán, el adolescente que entró en el mundo de la publicidad, se convertiría en el futuro jefe de diseño gráfico del departamento de propaganda del Partido Comunista de Cuba.

Al igual que Beltrán, muchos de lxs artistas gráficxs cubanos habían recibido educación formal como diseñadores o pintores antes de la Revolución. Afilaron sus dientes en agencias de publicidad creando imágenes, – a menudo en el medio preferido de la serigrafía – para vender peleas de box, productos de tabaco, los últimos perfumes. De la noche a la mañana, su contexto cambió. Recordando este momento en *What is Real and Marvellous in a Pencil* [Lo que es real y maravilloso en un lápiz], Rafael Morante escribe «De repente, en 1959, los artistas gráficos cubanos nos vimos obligados a aceptar un fenómeno que hasta entonces había sido desconocido para casi todos nosotrxs. La mayoría de nosotrxs habíamos comenzado nuestra carrera en la publicidad y creo que esto contribuyó mucho a alimentar el crecimiento dinámico de una nueva forma de comunicación». Se convertirían en los *madmen* de la revolución.

Nuestros carteles eran armas de guerra.

—Olivia Martínez

la Guinée
Guinea



la Guinée
Guinea



DSPAAL

يوم التضامن العالمي (دعوة إيمانية) من ٣٠ آب - ٣١ آب
3 de agosto DIA DE SOLIDARIDAD MUNDIAL
CON LA LUCHA DEL PUEBLO DE GUINEA
(LLAMADA PORTUGUESA) Y LAS ISLAS DE CABO VERDE

WORLD DAY OF SOLIDARITY WITH THE STRUGGLE
OF THE PEOPLE OF THE SO-CALLED
PORTUGUESE GUINEA AND THE CAPE VERDE ISLANDS

3 août JOURNÉE DE SOLIDARITÉ MONDIALE AVEC
LA LUTTE DU PEUPLE DE GUINÉE (DITE PORTUGAISE)
ET LES ÎLES DU CAP VERT

Hay algunas pilas de *Revistas y Boletines Tricontinentales* en el archivo. Estos objetos hablan del paso del tiempo, en sus condiciones históricas específicas. Las primeras publicaciones a dos colores se imprimieron en papel tan delgado como el de arroz, lo que hacía que la tinta pasara al otro lado. Las últimas publicaciones tenían portadas a todo color en papel de alta calidad y estaban perfectamente encuadradas. Al ojear uno de los números, un pedazo de papel doblado dentro de sus páginas se desliza. El cartel, una vez desplegado, anuncia la «Día de Solidaridad Mundial con la Lucha del Pueblo de Guinea (llamada Portuguesa) y las Islas de Cabo Verde». Mariana, que proviene de otra antigua colonia portuguesa, Brasil, comparte esta sencilla alegría de descubrir el cartel tal como fue diseñado para ser descubierto. Hay que tomar una decisión difícil: mantener el poster en el volumen original o enviarlo al archivo de carteles. Esta última opción fue su destino.

«Escribir sobre los carteles de la OSPAAAL es como hablar de una vieja historia de amor», dice el artista de la OSPAAAL, Olivio Martínez. Es difícil hablar de la Revolución Cubana sin deleitarse con su producción visual: sus carteles son ampliamente comprados y vendidos en los mercados de arte, bien estudiados y suficientemente admirados. Entonces, ¿qué hay que aprender al recordar esta historia ahora?

Los afiches comerciales ya tenían una vida vibrante en Cuba antes de la Revolución. Como el nuevo Estado no tenía interés en vender productos, el afiche comercial fue reorientado para vender las ideas y programas de la Revolución. Se convertiría en el «anti-anuncio» como lo llamó el director creativo del *Tricontinental*,

Alfredo Rostgaard. Estos afiches fueron creados para informar, educar e inspirar. Mostraban brigadas de salud en motocicleta, proyecciones de películas de Akira Kurosawa en barrios, la participación de la juventud en la zafra de la caña, una campaña de ahorro de electricidad. El uso cubano de afiches políticos recuerda, como escribió Susan Sontag, «el objetivo comunista humanista de crear mejores tipos de seres humanos».

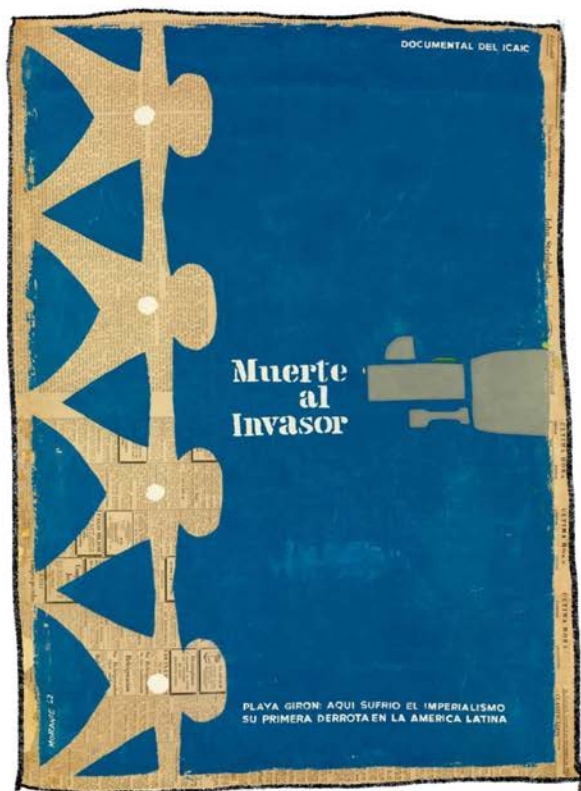
Los afiches rompen las dicotomías del arte comercial frente a las bellas artes, del alto arte frente a la cultura popular. A diferencia de la tradición muralista que surgió de la Revolución Mexicana de 1910, los carteles fueron promovidos en el contexto cubano como una forma de arte más flexible y económica, mas sensible a las necesidades cambiantes del momento. A diferencia de 1910, esta fue la era de reproducción y comunicación digital masiva. Los carteles se convirtieron en una constante renovación de la vida pública visual, desde las calles de La Habana hasta los murales de las aldeas rurales, pasando por las salas de estar de trabajadorxs que antes nunca antes habían podido poseer «arte». El cartel era una forma accesible de autoafirmación, cultura material viva.

La decisión del gobierno cubano de priorizar la producción de carteles sobre otras formas de arte más caras y menos accesibles fue también un acto de autoafirmación, una reivindicación de su independencia económica, política y cultural de Estados Unidos, a sólo 150 km de sus costas. Fue una lucha por el poder y por la creación de sentido. Como escribe el historiador de arte David Kunzle, «la nación era lo suficientemente fuerte como para volver contra el enemigo sus propias armas culturales, adaptando

selectivamente los estilos y reutilizando contenidos en una refutación satírica».

Las principales instituciones responsables por la rica producción cubana de afiches incluyen la Editora Política (antes COR, el departamento oficial de publicaciones del Partido Comunista Cubano), el ICAIC, Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficos y la OSPAAAL. Muchos de los artistas trabajaban primariamente para una institución, mientras que a veces producían algunos trabajos para las demás. Una de sus invenciones creativas fue el afiche que se deslizó entre las páginas de cada número de la *Revista Tricontinental* y fue enviado a todo el mundo.

Los carteles ayudaron a difundir las ideas de la Revolución Cubana por todo el mundo. Como dijo Félix Beltrán, diseñador gráfico jefe del departamento de propaganda del Partido Comunista de Cuba, «el cartel podía circular en países donde no se permite que un funcionario hable de las ideas de la revolución». La revista y su afiche, multilingüe y doblado en tres, exportó la visión de la Revolución al mundo, con una circulación de aproximadamente 50.000 ejemplares cada una. El afiche doblado, tal y como describe Martínez, era uno de «los diversos disfraces, todos inventados con el objetivo de evitar la supresión que el imperio intentaba con cada una de las publicaciones que producíamos». Desde su creación, *Tricontinental* ha producido un estimado de nueve millones de carteles distribuidos en 60 países. Esta cifra se vuelve aún más impresionante si se tiene en cuenta la escasez material impuesta por el bloqueo económico establecido por los Estados



DOCUMENTAL DEL ICAIC

Muerte al Invasor

PLAYA GIRON: AQUI SUFRIO EL IMPERIALISMO SU PRIMERA DERROTA EN LA AMERICA LATINA



Unidos y sostenido por su aliado Israel, que ha oprimido a la isla desde la Revolución.

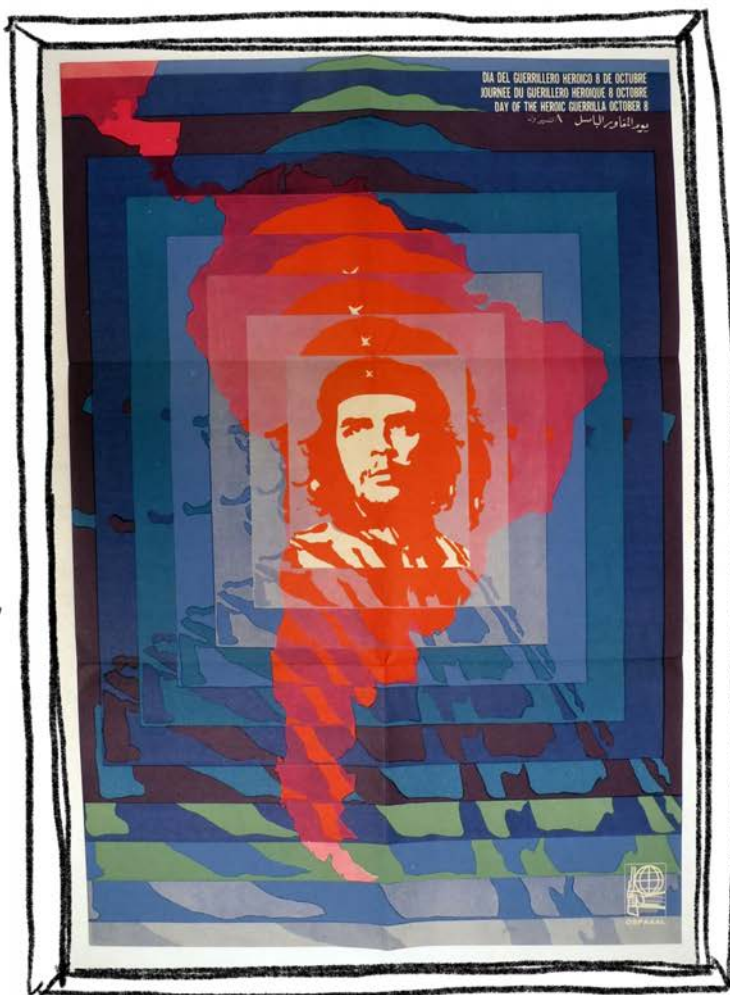
El Bloqueo

Hay un resumen especial de Tricontinental dedicado al Che Guevara. No tiene fecha, pero probablemente data de la época de su asesinato en la selva boliviana respaldado por la CIA. Es un homenaje al comandante a través de los muchos carteles que la OSPAAAL y Casa de las Américas hicieron de él. Los estilos son tan diversos como los disfraces del Che. Fue impreso a todo color. Un cartel por página con amplios márgenes. Los espacios generosos en la diagramación ofrecen lugar para la reflexión y para respirar. La calidad del papel y el lujo de la tinta utilizada es impresionante, y más aún cuando se piensa en el embargo. Este artefacto impreso, a través de la mano de obra y los materiales que hay detrás de su producción es, en sí mismo una afirmación antiimperialista.

El bloqueo impuesto por Estados Unidos a Cuba, que comenzó con un embargo a la venta de armas a Cuba en 1958, se extendió a casi todas las exportaciones en 1962. A pesar de violar el derecho internacional y a pesar de la oposición de la mayoría de los países del mundo – incluida la resolución anual de la Asamblea General de la ONU que condena el embargo– este estrangulamiento económico continúa hasta hoy en día. Es impresionante que en

un país con tales restricciones, donde la gran mayoría del papel era importado, la producción materialmente intensiva de medios impresos fuera priorizada y distribuida no solo localmente sino en todo el mundo. Rafael Morante, el artista gráfico del ICAIC y de la OSPAAAL, cubano nacido en Madrid, recuerda que «hubo un tiempo en el que hubo escasez de todo: la pintura para los pintores, las existencias de colores, las tintas de impresión y a veces incluso el papel».

Con otra perspectiva, el director creativo de *Tricontinental*, Alfredo Rostgaard, reflexiona sobre como el bloqueo «ayudó [a los artistas] en la búsqueda de nuestras propias formas de expresión... Esto había limitado la llegada de materiales para diseño y, por lo tanto, desde la necesidad de resolver nuestros propios problemas materiales, empezamos a descubrir nuevas formas». Apenas tres décadas antes, en Moscú, VKuTEMAS, la escuela soviética de arte y tecnología había fundado sus numerosas innovaciones pedagógicas y culturales debido a restricciones materiales similares. Con un acceso limitado al papel, el departamento de arquitectura de Moscú utilizó la arcilla como material principal de aprendizaje. Como resultado, lxs estudiantes modelaron sus construcciones directamente en tres dimensiones, una comprensión táctil de la forma y la estructura que se deshizo de la mediación del dibujo proyectivo bidimensional. La escasez de materiales en Cuba obligó a los diseñadores e impresores a encontrar soluciones ingeniosas con resultados poco ortodoxos: letras recortadas a mano de revistas, collages de imágenes de catálogos de impresores e impresiones en la parte de atrás de números anteriores de periódicos.



Nuestros enemigos son los capitalistas y los imperialistas, no el arte abstracto.

—Fidel Castro

Mucho se puede decir, y se ha dicho, sobre las especificidades de los carteles cubanos: su diseño, composición, color, estilo y contenido. Se distinguen de otras producciones de afiches socialistas y comunistas. No hay obreros de fábrica musculosos, ni campesinos nobles ni realismo socialista. En cambio, hay humor y dolor, ira y resistencia, derramamiento de sangre y esperanza – hay humanidad, como si la belleza realmente pudiera ser un método ideológico. A menudo se comenta que los artistas cubanos recibieron una libertad artística que raramente se encuentra en el mundo del arte comercial, el cual está estrechamente ligado a concepciones de un estilo individual y comercial. Los artistas cubanos también disfrutaron de una libertad creativa inédita en otras sociedades socialistas, donde el realismo socialista sostenido por la línea partidaria fue hegemónico. Este estilo, desarrollado en la era post leninista de la Unión Soviética, prefirió una representación clásica, pintoresca e idealizada del campesinado y del proletariado.

En su condena de la estrechez del realismo socialista, el Che Guevara señaló los orígenes de clase burgueses del realismo socialista. Advirtió que:

«No se puede oponer al realismo socialista «la libertad», porque ésta no existe todavía, no existirá hasta el completo desarrollo de la sociedad nueva; pero no se pretenda condenar a todas las formas de arte posteriores a la primera mitad del siglo XIX desde el trono pontificio del realismo a ultranza, pues se caería en un error proudhoniano

de retorno al pasado, poniéndole camisa de fuerza a la expresión artística del hombre que nace y se construye hoy. Falta el desarrollo de un mecanismo ideológico cultural que permita la investigación y desbroce la mala hierba, tan fácilmente multiplicable en el terreno abonado de la subvención estatal.»

En el proceso de hacerse a sí mismos, lxs artistas cubanxs desplegaron todas las herramientas visuales a su disposición.

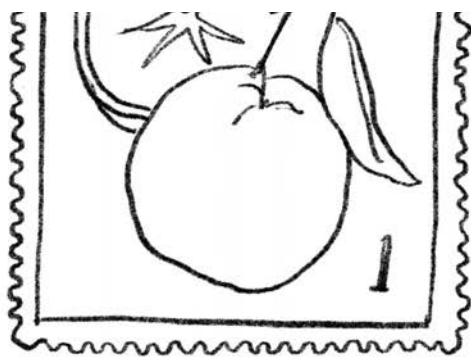
«Queríamos crear un medio de comunicación que fuera inmediato, directo o indirecto, pero al mismo tiempo original», dijo Rostgaard en Das trikontinentale Solidaritätsplakat de Richard Frick. «No rechazamos ningún método o técnica que hiciera que nuestros carteles fueran eficaces y modernos». Hubo de todo, desde montaje constructivista hasta arte pop, desde cubismo hasta simbolismo afrocubano, desde el arte psicodélico hasta la iconografía pre-colonial de los tres continentes. Debido a su orientación internacional, los carteles de Tricontinental favorecieron la imagen sobre el texto, un efecto que no requiere alfabetización. Los afiches serigrafados a color plano a menudo incluían abstracción y reducción, alto contraste, colores vívidos, líneas reducidas y simplificación visual. Se apropiaron de símbolos para burlarse del imperialismo estadounidense, utilizaron colores para significar la solidaridad entre pueblos oprimidos, y reorientaron los mismos estilos desplegados por el capitalismo contra él.

El arte de la revolución será internacionalista

“El arte de la Revolución será internacionalista, al mismo tiempo que está unido fuertemente a las raíces nacionales. Vamos a alentar las expresiones culturales legítimas y combativas de América Latina, Asia y África que el imperialismo trata de destruir. Nuestras instituciones culturales deberán ser los vehículos de los verdaderos artistas de estos continentes, de los abandonados, de los perseguidos, de los que no se dejan domesticar por el colonialismo cultural y luchan junto a su pueblo contra el imperialismo”

– Declaración del Congreso de Educación y Cultura en Cuba, 1971 (Kunzle, 1975).

Incluso en un breve estudio de los carteles de la OSPAAAL, el compromiso de Cuba con el internacionalismo parece tan grande, si no mayor, que sus ambiciones nacionalistas. El cartel, como relata Olivio Martínez «fue la respuesta a un objetivo fundamental: el de apoyar la lucha de los movimientos de liberación. Y esto no solo ocurrió en muchos países del Tercer Mundo, los horizontes se ampliaron pronto para llevar solidaridad incluso a Estados Unidos... superando las fronteras representadas por las tres ‘A’ en el nombre de la organización (Asia, África, América Latina) o simplemente denunciando episodios de violencia, brutalidad y crueldad por parte de los gobernantes y las fuerzas militares que subrayan sus ansiedades coloniales y depredadoras en tierras lejanas como Vietnam o Sudáfrica»



Además del contenido abiertamente internacionalista de los gráficos de la OSPAAAL – como la serie de posters sobre «Días de Solidaridad», el valor del internacionalismo también se cultivó cuidadosamente en la práctica. Los artistas gráficos colaboraron estrechamente con el departamento de propaganda del partido, así como con especialistas de diversas áreas. El diálogo constante entre los países miembros de la organización hizo que los artistas gráficos desarrollaran su trabajo en intercambio con delegados de movimientos revolucionarios de todo el mundo. Un ejemplo de ello es Jane Norling, la única artista estadounidense que produjo un cartel para la OSPAAAL, en solidaridad con Puerto Rico, durante sus meses de trabajo en Cuba. René Mederos, jefe del equipo de diseño del Departamento de Orientación Revolucionaria, fue enviado a Vietnam por unos meses para experimentar la guerra sobre el terreno, marchando junto a las fuerzas de liberación por el sendero de Ho Chi Minh. Regresó con una serie de pinturas – representaciones poéticas y coloridas de resistencia en la vida cotidiana, que se yuxtaponían a la violencia y la brutalidad del imperialismo. Estas pinturas se convirtieron en imágenes serigrafiadas, y luego en sellos postales cubanos. Eran retratos que miraban hacia la promesa revolucionaria de Ho Chi Minh de un «Vietnam diez veces más bello». El contenido internacionalista de los carteles de la OSPAAAL y la práctica por detrás de su producción recuerdan que la solidaridad es realmente un verbo.



Elevar y complejizar la conciencia – el objetivo más elevado de la revolución en sí misma.

—SusanSontag

Se está creando una imagen como bandera para la nueva organización que estamos a punto de lanzar, el Instituto Tricontinental de Investigación Social, un espacio de investigación del sur global, promovido por los movimientos, inspirado en el legado de la Conferencia Tricontinental. El cartel de René Mederos diseñado para el décimo aniversario de la Revolución Cubana muestra un grupo de soldados encabezados por Fidel que sostienen sus rifles en el aire con la bandera cubana como telón de fondo. ¿Cuáles son nuestras armas en la batalla de ideas hoy? El nuevo boceto es una fusión, los rifles se reemplazaron por plumas, pinceles y libros. Los soldados se reemplazaron con estudiantes, madres y niñas.

En el 60° aniversario de la Revolución Cubana, puede que no necesitemos la lucha armada en la mayoría de nuestros contextos, pero con certeza necesitamos mucho más que plumas, pinceles y libros para librar la guerra contra el capitalismo global, el fascismo en ascenso y el colapso climático. La batalla ideológica librada por los movimientos sociales y políticos de hoy debe ser librada no solo con palabras, sino también con cultura visual. En una batalla cada vez más intensa sobre lo visual, necesitamos pintorxs que pinten la historia de donde venimos, para imaginar hacia donde vamos y como vamos a llegar hasta allí.

Al igual que lxs expertxs en publicidad y los chicos de escuelas de arte convertidos en artistas gráficos de la Revolución Cubana, necesitamos todxs lxs trabajadorxs culturales de hoy, desde diseñadorxs gráficxs hasta caricaturistas, desde programadorxs a poetas, desde psicólogxs a creadorxs de memes, para tomar lo que sabemos para soñar y construir un mundo que no es solo posible, sino necesario.

*Nosotrxs, en el **Instituto Tricontinental de Investigación Social** invitamos a artistas y diseñadorxs autodidactas y profesionales, en particular a aquellxs involucradxs con movimientos a unirse a nuestra Red de Artistas y Diseñadorxs.*

Esperamos que se una a nosotrxs.





Tricontinental: Institute for Social Research
*is an international, movement-driven institution
focused on stimulating intellectual debate that serves
people's aspirations.*

www.thetricontinental.org

Instituto Tricontinental de Investigación Social
*es una institución promovida por los movimientos,
dedicada a estimular el debate intelectual al servicio
de las aspiraciones del pueblo.*

www.eltricontinental.org

Instituto Tricontinental de Pesquisa Social
*é uma instituição internacional, organizado por
movimentos, com foco em estimular o debate
intelectual para o serviço das aspirações do povo.*

www.otricontinental.org