



Memes: el arte de pertenecer

por **Anónimo García**

Los memes no son solo chistes: son arte popular, ritual comunitario y herramienta de identificación. Este texto propone una teoría del postarte: una estética participativa que se entiende mejor por cómo se comunica que por sus criterios formales.

El arte reúne. Tal vez esta sea su función más sutil y profunda. La congregación se prepara para el rezo frente a la estatua; la audiencia altera su ánimo con la música del concierto; las personas aisladas se reconocen a través del libro que ha atravesado ciertas barreras morales.

Internet es la tecnología de reunión por excelencia. Su naturaleza ha alterado las expresiones artísticas preexistentes y a la vez ha propiciado nuevas prácticas en las que los roles de creador y espectador son intercambiables. Posibilita creaciones concebidas para ser compartidas y alteradas, cuyo valor reside, precisamente, en la reacción y la relación interpersonal. Conquistaban por sí mismas un lugar como piezas de arte, pero es infructuoso observarlas con el mismo prisma con el que miramos un cuadro de Fra Angelico. Necesitamos un nuevo punto de vista.



A lo largo del texto pondremos ejemplos de memes políticos de distinto signo.

1. La estética de lo bárbaro

Desde principios del siglo xx la función estética de la obra de arte ha sido accesoria. Prima el impacto sobre la belleza. Las creaciones digitales siguen esa estela, marcadas por la volatilidad y la urgencia de su ecosistema.

Se hace evidente en el meme político, que presenta un contraste crudo entre la espontaneidad de su mensaje y la fealdad de su forma, la simpleza de su contenido y lo grotesco de su continente, la ingenuidad de su ética y lo abigarrado de su estética.

Podemos rastrear las raíces de su estética en las piezas de comunicación popular, como los carteles de bares, los periódicos de barrio o los avisos en la pared. Son piezas que basculan entre lo sencillo y lo grotesco, lo cotidiano y lo fascinante, lo tosco y lo maravilloso, lo involuntario y lo imperceptible. Las reconocemos por un detalle contrapuesto, un patrón extremo, un elemento incoherente. Conforman la *estética de lo bárbaro*.

Entre la ingente producción comunicativa del siglo xxi, la estética de lo bárbaro nos permite reconocer lo genuino, subjetivo, honesto y auténtico. Frente a ella, la *estética civilizada* representa el simulacro: los mensajes y diseños que elaboran los equipos de marketing, cuyo paradigma es la franquicia.

Internet ha roto el hechizo que mantenía la estética bárbara invisible a pesar de su ubicuidad. Se ha desbordado de composiciones populares, de tradición bárbara, en las que prima el contenido sobre el continente, que el Pueblo realiza empoderado por las tecnologías de comunicación digital. A estas piezas el ultrarracionalismo las denomina *postarte*.



La estética de lo bárbaro nos permite reconocer lo genuino.

2. La coconstrucción

El contenido verdadero del arte no debe buscarse en la técnica o la forma, nos recuerda Walter Benjamin, sino en la experiencia de quien lo contempla en el presente. Si el arte se consume en su recepción, en el postarte la recepción no consume el hecho artístico, sino que invita a prolongarlo mediante alteraciones.

Benjamin describió tres funciones rituales de la obra de arte: (i) la mágico-religiosa, vinculada a su uso en el tiempo y lugar para los que fue concebida; (ii) la artística, centrada en su admiración en el museo; y (iii) la política, relacionada con la difusión ideológica gracias a la reproducción en masa.

Por el paradigma técnico que lo hace posible, el postarte añade una cuarta función ritual: la coconstrucción. En el postarte la interacción entre autor y público es horizontal, simultánea y reactiva; el hecho artístico se produce con megustas, comentarios, comparticiones y remezclas. La función de reunir del arte se vuelve manifiesta.

De ese modo, el postarte adopta dos cualidades fundamentales. En clave subjetiva, su calidad no se mide por cánones formales, sino por la afinidad ideológica con el espectador. En clave objetiva, es arte en tanto produce una reacción significativa en quien lo contempla, sea esta positiva o negativa. Ambas dimensiones conviven y se condicionan mutuamente.

Solo en el punto de la recepción sentimental del espectador podemos hacer distinción entre inclinaciones ideológicas. Por lo demás, el postarte es constante en cuanto a la forma y contenido.



El postarte es constante en cuanto a forma y contenido, independientemente de la ideología.



El valor del postarte no se mide por cánones formales sino por la afinidad ideológica con el espectador.



Cuarta función ritual de la obra de arte: identificación, comunicación y relación comunitaria mediante megustas, comentarios y alteraciones.

3. La resignificación

Una obra es una máquina de significar, escribió Octavio Paz. El postarte une de forma inesperada elementos cargados de sentido: algunos principales, como banderas, líderes políticos o logotipos de partidos, con otros accesorios, como animales, cuerpos femeninos o paisajes hermosos. Al presentarse juntos, los elementos accesorios derraman su carga simbólica sobre los principales. Los situacionistas llamaron a esta práctica *détournement menor*. Cuando se yuxtaponen símbolos principales, la resignificación es mutua; en ese caso se trata de *détournement fraudulento*.

El *détournement* es el corazón del postarte, que hace de estos desplazamientos y resignificaciones el motor de sus funciones como obra de arte.



Détournement: la unión inesperada de elementos cargados de sentido.

4. La emancipación caótica

Dos factores politizaron la vida cotidiana: la democratización de internet a lo largo de la década de los 2000 y la crisis económica de 2008. Ecllosionaron en las expresiones de descontento popular que ocurrieron alrededor del globo en 2011. Comenzó entonces la etapa del debate público en la que se realiza por fin un viejo sueño revolucionario: dar voz al Pueblo.

En esta etapa es en la que florece el postarte. También en la que el filtro de información deja de ser humano: los algoritmos de las plataformas digitales desbancan progresivamente a los editores de prensa. Personalizan quirúrgicamente el contenido a cada espectador en atención a un criterio puramente comercial (maximizar los beneficios de sus gestores) y para ello las convicciones morales son su filón de oro. Llevado por el oleaje de su medio, el postarte tiende hacia la hiperespecialización moral.

Pero, como casi todas las formas de arte y comunicación pública, el postarte ya está sufriendo una profunda transformación con la democratización de la inteligencia artificial a partir de 2023. Entramos en un estado de doble hiperrealidad, donde la participación humana pasa a ser residual tanto en la difusión como en la creación de contenido. Supongo que alguien ya le habrá dado nombre a esta etapa, pero le he preguntado a la IA cómo la llamaría y me ha sugerido *ultrarrealidad*.

En la ultrarrealidad, el postarte seguirá siendo una expresión de lo auténtico. Si el arte y la estética civilizada usan las más modernas técnicas para asociar bagatelas con símbolos positivos y convertirlas así en fetiche, el postarte y la estética bárbara continuarán siendo la guía de la emancipación caótica, inconsciente y liberadora frente al imperio de los símbolos.



Los algoritmos de las plataformas digitales desbancan progresivamente a los editores de prensa como filtro de información.



El postarte y la estética bárbara son la guía de la emancipación caótica, inconsciente y liberadora frente al imperio de los símbolos.

5. La intención de crear

El arte no nace de la intención de hacer arte, sino de la de crear. La profesora Nicole Everaert-Desmedt describe el proceso artístico: el creador se extraña ante lo real, imagina lo posible y lo muestra a otros. Esta construcción es, por definición, una experiencia personal y subjetiva, y su examen permite separar al artista del *fabricante de arte*: el primero sigue un impulso personal, el segundo está a merced de quien le financia. Estos mecenas marcan unos claros límites en el proceso artístico, de forma que la resignificación de símbolos sea puramente propagandística, pero dé

la apariencia de novedosa o revolucionaria, como ocurre en el ámbito publicitario.

De ese modo ocurre una curiosa paradoja. A menudo, lo que las instituciones denominan arte no es más que propaganda, ya que no nace del creador, sino del financiador, y no cumple la función de reunir, sino la de convencer. El postarte, en cambio, nace de la necesidad subjetiva genuina de crear y relacionarse. Tiene una abierta intención propagandística y, sin embargo, no convence.



El postarte nace de la necesidad de crear y relacionarse, no de la voluntad de hacer arte.

6. El acto de pertenecer

La narrativa del postarte es siempre la misma, independientemente de su signo político. Sintetiza tres elementos

fundamentales: un pasado kitschificado, un salvador que lo restituirá y un enemigo que seduce a los incautos. Son los tres ingredientes que conforman las historias con las que se ha transmitido el conocimiento moral a través de los tiempos. Es en esta función moral donde encontramos el sentido último e inconsciente de estas composiciones: la necesidad atávica de pertenecer.

La moralidad define los límites de la comunidad, y es en la comunidad donde el ser humano encuentra la trascendencia. Los tótems que congregan a los individuos, ya sean religiosos, ideológicos, artísticos o de otra índole, actúan como ejes simbólicos de pertenencia. Es mediante la comunión con los demás que nuestro espíritu se eleva por encima de la mera individualidad, y en ese vínculo compartido es donde emerge el sentido profundo de nuestra existencia.

No necesitamos expresar nuestra necesidad de liberación, como esperaban los intelectuales revolucionarios, porque lo que queremos es integrarnos. Si reunir es la función sutil y profunda del arte, el postarte, que se materializa precisamente en la interacción, encuentra su hecho artístico en el propio acto de pertenecer.~



ANÓNIMO GARCÍA es escritor. Fundó el colectivo Homo Velamine y la editorial Aguas Mayores.