

# Mememes y arte en el mundo contemporáneo

## El peligro de los relatos únicos

José Antonio Motilla Chávez

Universidad Autónoma de San Luis Potosí

Luis Manuel Sánchez Leija

Artista e investigador independiente

*Mememes and Art in the Contemporary World  
The Danger of Single Narratives*

Recepción: 13 de enero de 2021

Aceptación: 7 de julio de 2021

## Resumen

El presente texto tiene por objetivo reflexionar sobre el meme como uno de los dispositivos de comunicación con mayor presencia en el mundo contemporáneo. Se revisa el papel que desempeñan los agentes que detentan una gran centralidad dentro del universo digital, quienes, por medio del planteamiento de determinados conceptos, que son diseminados por medio de *hashtags*, *likes* e iconotextos, son apropiados por grandes audiencias, lo que da pie a la construcción de determinados sentidos. El artículo establece la hipótesis de que a partir de la existencia de este tipo de agentes, y de sus redes de seguidores, se teje una gran narración que establece la manera en que se interpretan los procesos coyunturales. Es decir, estas cuentas o *influencers* se convierten en los artífices de los relatos que dan sentido a su campo discursivo.

## Palabras clave

Meme, arte contemporáneo, viralidad, estética, iconotexto

## Abstract

This text aims to study the meme as one of the most common communication devices in the contemporary world. It seeks to analyze how this element constitutes one of the ways through which society builds an explanation of the world. There is a revision of the role played by agents that have a great centrality within the digital universe, who, by approaching certain concepts that are disseminated through hashtags and iconotexts, are in turn appropriated by large audiences, which gives rise to the construction of certain meanings. There is an emphasis on the construction of aesthetic experiences within the field of contemporary art, through the mediation of influencers. The hypothesis is that in a digital world, the existence of these kind of agents with great centrality, who generate and replicate content from different producers through “likes”, and publications shared by their followers, establishes the way conjunctural processes are interpreted. In other words,

these accounts or influencers become the architects of the stories that give meaning to their discursive field.

**Key words**

Meme, contemporary art, virality, aesthetics, iconotext

## Viralidad e imagen contemporánea

LA IMAGEN CONTEMPORÁNEA ES CONSTRUIDA DESDE UNA LÓGICA QUE CAMBIA SUSTANCIAMENTE la manera en que históricamente se entendía la iconografía, la cual, de acuerdo con Joan Fontcuberta, constituye un nuevo orden conformado por tres factores: su inmaterialidad y transmitibilidad; su profusión y disponibilidad; y su aporte decisivo a la enciclopedización del saber y de la comunicación.<sup>1</sup>

La imagen circula de manera acelerada en un sistema complejo que está marcado por la inmediatez, la aceleración, y por supuesto, la viralidad. Una de las manifestaciones visuales con mayor impacto dentro de la digitalidad actual son los memes que, en términos generales, los podemos definir como imágenes, principalmente de carácter “estático”, aunque bien pueden presentarse de forma animada en formato de video o GIF (Formato de Intercambio de Gráficos, por sus siglas en inglés), que transmiten un mensaje o una idea, por lo general por medio de la combinación de imágenes y textos.<sup>2</sup>

Los memes son una de las formas creativas con mayor presencia en el mundo contemporáneo, y tal como lo señala An Xiao Mina, nacen dentro de la cultura digital y dialogan con la vida análoga, abarcando cualquier tema dentro del espectro de la cultura contemporánea. Pueden ser adscritos a la tradición del “*remix*” y el “*remake*”, lo que los vincula a la pintura, el *street art*, el *hip-hop*, entre otras manifestaciones culturales de esta categoría, pero, a diferencia de éstas, circula en un ambiente interconectado cuyo alcance a nivel mundial es inmediato.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Fontcuberta, *La furia...*, 9.

<sup>2</sup> El término fue acuñado por Richard Dawkins en su libro *El gen egoísta* y definido como “un sustantivo que conlleve la idea de unidad de transmisión cultural, o una unidad de imitación”. En una conferencia titulada “Just for hits”, Dawkins sostiene que los memes pueden ser “buenas ideas, buenas melodías, buenos poemas, así como mantras vibrantes, cualquier cosa que se distribuya por medio de la imitación”. Cfr. Dawkins, *El gen egoísta* y “Just for hits”.

<sup>3</sup> Cfr. Mina, *Memes to movements*, edición electrónica.

Este tipo de comunicación se caracteriza por su potencial político, al tener la capacidad de incorporarse de manera prácticamente inmediata a las discusiones y disputas marcadas por la coyuntura. Es decir, la capacidad de reacción de los memes es tal, que en ocasiones son generados prácticamente de manera instantánea en el momento en que está sucediendo determinado fenómeno.

La cuestión de la apropiación es un elemento esencial del meme, ya que su viralidad implica que al dar “me gusta”, o compartirlo desde su cuenta de determinada red social, el usuario asume una posición política, es decir, el meme es un elemento que evidencia posturas ideológicas. En este sentido, la cuestión de la construcción de una identidad propia dentro del mundo digital por medio de la toma de posición a través de los contenidos generados o apropiados por medio del acto de compartirlos, como es el caso de los memes, es una práctica esencial en la construcción del perfil digital de determinado individuo. En palabras del creador de *Facebook* al momento de presentar la función *Timeline* para su plataforma, señaló que “es la historia de sus vidas —explica Mark Zuckerberg—; *Timeline* es una nueva manera de expresar quiénes son ustedes”.<sup>4</sup>

El meme es el “síntoma” de los nuevos caminos que la comunicación ha tomado en un mundo por demás complejo y desbordado en información. Si la realidad es un sistema dinámico, si los fenómenos son el resultado de la multiplicidad de combinaciones, si la información es infinita en una red de redes que es un entramado que hoy en día tiene vida propia, el meme, esa imagen concreta que en un cuadro permite compartir una idea, una broma, “tomar posición”, se convierte en la vía que hace posible el entendimiento del mundo.

A fenómenos complejos, respuestas concretas, que es lo mismo que ante discursos y procesos cada día más complicados, la imagen como respuesta, como posición, como concreción, como resultado. Tal vez este tipo de

<sup>4</sup> Sadin, *La Humanidad aumentada*, 95.

fenómenos nos permiten entender “ahí donde la imagen arde” y, como el mismo Georges Didi-Huberman lo ha señalado:

la imagen es algo muy distinto de un simple recorte realizado sobre los aspectos visibles del mundo. Es una huella, un surco, una estela visual del tiempo lo que ella deseó tocar, pero también tiempos suplementarios —fatalmente anacrónicos y heterogéneos entre sí— que no puede, en calidad de arte de la memoria, dejar de aglutinar. Es ceniza mezclada, hasta cierto punto caliente, que proviene de múltiples hogueras.<sup>5</sup>

De este modo, el meme se convierte en el síntoma del cambio en las formas de enunciación, de la manera en que el iconotexto irrumpe y se convierte en la vía privilegiada de comunicación y conocimiento. Así, el meme posiblemente es el dispositivo discursivo que logra la mayor difusión e impacto en el mundo contemporáneo.

Ahora bien, uno de los cambios de sentido fundamentales en los memes es que se construyen desde una lógica que no implica el seguimiento de determinadas reglas; cualquiera puede ser “memero”, el éxito de la imagen depende, por un lado, de la lectura de la coyuntura y, por otro, de las redes en las que el productor de las imágenes esté inmerso.

Sin embargo, está construido por una tensión fundamental; por un lado, la dimensión estética, por lo cual la imagen responde a determinados códigos y funcionamientos discursivos; y por el otro, comprende una *performance* informativa, “donde la gravitación de la veracidad es cuestionada, pero donde también se pueden construir otras narrativas más allá del poder de los medios”.<sup>6</sup>

An Xiao Mina propone que los memes contienen las “semillas de las narrativas” que pueden convertirse en historias más grandes. Es decir, un meme

<sup>5</sup> Didi-Huberman, *Arde la imagen*, 42.

<sup>6</sup> Martínez y Sánchez (coords.), *Viralidad*, 14.

es, en potencia, un elemento que tiene las posibilidades de convertirse en parte fundamental de un relato; esto es, ser un elemento esencial en la construcción de sentido de determinado campo discursivo.

Es posible que por sus características lúdicas, por su inmediatez o su condición como elemento que emerge en un complejo entramado viral, no se considere a un meme como elemento indispensable en la construcción de sentido; sin embargo, los memes dentro de su campo discursivo específico (por ejemplo, memes de arte, de política, de programación, de *anime*, etcétera), se constituyen como elementos que son parte de un campo semántico que en sí mismo conforma una tradición.

Xiao Mina sostiene que algunas de las narrativas sociales más poderosas del siglo *xxi* han surgido precisamente de esta manera, de un relato construido por memes mediante un procedimiento de “interacción y experimentación”. Así, poco a poco se conforma un corpus constituido por estos elementos visuales, que en conjunto construyen una narración.

Como lo ha referido Jorge Carrión a partir de una cita de Susan Sontag: “‘Mallarmé afirmó que en el mundo todo existe para culminar en libro. Hoy todo existe para culminar en una fotografía’, escribió Susan Sontag en 1977. A juzgar por los contenidos que más circulan por nuestras bandas anchas, se podría afirmar que en 2020 todo existe para culminar en un meme”.<sup>7</sup>

Lo anterior nos permite sostener que, al contrario de lo que podría creerse por sus características inherentes (inmediatez, viralidad), el meme no es un elemento efímero, ya que se instala en el imaginario de la sociedad, circula y crece de manera orgánica en la red. Así, se convierte en el elemento central para la construcción de los nuevos relatos que dan sentido a determinadas prácticas; en este caso, a la manera en que se entiende el arte contemporáneo.

<sup>7</sup> Cfr. Carrión, “Política y estética del meme”.

Pero, ¿qué relación tiene este fenómeno con las artes? Si bien la producción de memes no es en sí misma una práctica de carácter artístico, es importante tener en cuenta que el amplio consumo de este tipo de imágenes lo ha convertido en un elemento inherente a la cultura contemporánea, es decir, en el imaginario visual de la humanidad está presente el fenómeno “meme”, al convertirse no sólo en un medio de entretenimiento, sino en una vía de comunicación y difusión de contenidos de todo tipo, lo que, por supuesto, impacta en la manera en que se consume y produce el arte contemporáneo.

Ya no es la “obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica y mecánica”, sino que es la imagen acelerada como el resultado de la modernidad tardía, que ha aumentado sus posibilidades al infinito. Desde el aceleracionismo<sup>8</sup> se podría creer que la producción indiscriminada de imágenes y su abrumadora distribución prácticamente instantánea, podría lograr el colapso del sistema, de las dinámicas de consumo visual; sin embargo, esta imagen acelerada, desapropiada, ha dado pie a modos completamente novedosos de relacionarse. Es ella, y especialmente el meme, la tecnología fundamental de construcción de sentido. No es la condición autoral sino la posibilidad de la reproducción conceptual lo que detona su alta viralidad.

En 1982 el sociólogo Howard Becker, a partir de su concepto “mundos del arte”, planteó cómo las revoluciones artísticas son experimentadas en el momento de su irrupción como un ataque a las convenciones estéticas, e incluso morales. Así, los “innovadores” en el mundo del arte, “están en guerra con los sistemas jerárquicos existentes en los mundos cuyas convenciones atacan e intentan reemplazar”.<sup>9</sup>

<sup>8</sup> De acuerdo con Avanessian y Reis, el aceleracionismo es “una herejía política: la insistencia en que la única respuesta política radical al capitalismo no es protestar, agitar, criticar, ni tampoco esperar su colapso en manos de sus propias contradicciones, sino acelerar sus tendencias al desarraigo, alienantes, descodificantes, abstractivas”. Avanessian y Reus (comps.), *Aceleracionismo*, 9.

<sup>9</sup> Becker, *Los mundos del arte*, 343.



El meme funciona en el mismo sentido señalado por Walter Benjamin como “la edad de la imagen”, en la cual “la fotografía no apunta a agrandar y a sugerir, sino a entregar una experiencia y una enseñanza”.<sup>10</sup> En este tenor es importante tomar en cuenta que una de las características esenciales del meme y que lo pone en tensión con la noción tradicional de arte, es que “su estética incluye todo aquello que prescriben en principio las bellas artes: la fealdad, el reciclaje icónico, la falta de ortografía, el pixel”.<sup>11</sup>

El meme, como el resultado de un proceso de apropiación de ideas, imágenes y conceptos de diversos autores y fuentes de información, se convierte en una suerte de *collage*, el cual, de acuerdo con Jonathan Lethem, es la forma característica del arte del siglo xx y xxi.<sup>12</sup> En este sentido, el autor considera que “la cita, la alusión y la colaboración sublimada forman una especie de *sine qua non* del acto creativo y atraviesan todas las formas y géneros en el ámbito de la producción cultural”.<sup>13</sup>

Así, se vuelve casi inevitable dimensionar los mundos de los memes que confluyen en los mundos del arte, de alguna manera también en guerra, creando narrativas que atacan, que cuestionan, que marcan nuevas formas de hacer y de proceder.

### **Memes, arte contemporáneo y la construcción de sentido**

Si bien el meme puede ser creado por cualquiera, en toda sociedad existen agentes con gran peso que influyen decisivamente en la construcción discursiva. En el caso del mundo digital, la presencia de *influencers* o cuentas con gran centralidad,<sup>14</sup> que generan y replican contenido de diferentes pro-

<sup>10</sup> Didi-Huberman, *Arde la imagen*, 26-27.

<sup>11</sup> Cfr. Carrión, “Política y estética del meme”.

<sup>12</sup> Lethem, *Contra la originalidad*, 14-15.

<sup>13</sup> Lethem, *Contra la originalidad*, 15.

<sup>14</sup> En la teoría de redes, el concepto de centralidad establece que los actores que gozan de esta cualidad tienen mayor acceso a los demás individuos involucrados en determinado entramado social, con el cual controlan más información y están en posibilidad de ejercer control en el flujo de otros actores hacia ellos. Freeman, “Centrality...”, 215–239.

ductores, por medio de “likes”, “hashtags”, y de publicaciones compartidas por sus seguidores, se teje una gran narración que establece la manera en que se interpretan los procesos coyunturales.

Es decir, estos actores se convierten en los artífices de los relatos que dan sentido a su campo discursivo. Para Xia Mina:

los memes contienen el elemento central de las narrativas y la habilidad para retarlas. Si las estrategias de atención nos llevan a hablar de algo en el momento, a nuevas interpretaciones sobre la sociedad, sobre el mundo que nos rodea, llevando nuestra atención a un largo plazo y moldea nuestras conversaciones por los meses o años por venir [...] la narrativa es un camino poderoso por medio del cual vemos el mundo.<sup>15</sup>

Lo anterior supone el peligro de la construcción de una narración desde una posición hegemónica, en la cual es el agente central el que dicta, mediante un ejercicio de selección y por lo tanto de exclusión, la manera en que las historias son contadas, y por lo tanto serán recordadas. Sin embargo, consideramos que el peligro o el problema es mayor, ya que estas ideas que, como hemos insistido, moldean la percepción y construcción de la realidad por parte de la sociedad sobre determinado fenómeno, es dictada en tiempo “real” mediante una guerra de imágenes, que refuerza determinada idea de los productores de contenido.

En este tenor es importante tener en cuenta que la enunciación misma de las imágenes responde a una postura política de los distintos autores, la cual es construida desde una posición ideológica que, como tal, responde a agendas específicas.

Así, la conformación de un campo discursivo a partir de pocos actores nos remite a la noción de “single story” o historia simple o individual propuesta

<sup>15</sup> Cfr. Mina, *Memes to movements*.

por Chimamanda Ngozi Adichie, con la que sostiene que “el relato único crea estereotipos, y el problema con los estereotipos no es que sean falsos, sino que son incompletos. Convierten un relato en el único relato”.<sup>16</sup>

En este sentido podemos identificar agentes que, si bien su función dentro de la red no es necesariamente la de crear o compartir memes, sus ideas, posturas y prácticas son diseminadas bajo lógicas de la viralidad; posicionan conceptos que son apropiados y multiplicados por sus comunidades de seguidores.

Tal es el caso de Antonio García Villarán, “artista plástico, profesor y *you-tube*”, quien es uno de los creadores de contenido referente al arte con mayor presencia en redes sociales. La metodología seguida por este personaje se puede sintetizar en la manera en que el autor presenta su libro *El arte de no tener talento. La revolución Hamparte*: “con el concepto Hamparte (creado por él mismo a partir de las palabras ‘hampa’ y ‘arte’) como hilo conductor, plantea desde un punto de vista crítico la validez de los criterios actuales para encumbrar a autores españoles de la talla de Dalí, Miró o Chillida, e internacionales como Yoko Ono, Damien Hirst o Jeff Koons”. García Villarán sostiene que busca “poner en duda los cánones establecidos a la hora de valorar el arte”.<sup>17</sup>

En términos concretos, “hamparte” señala a todos aquellos productos culturales de carácter artístico que, de acuerdo con sus criterios, no cumplen las características de una manifestación estética de alta complejidad técnica, apegada a la definición tradicional de las “bellas artes”, y que esté alejada de “conceptualismos”, o prácticas en las que la dimensión discursiva sea predominante, tal como sucede con el arte contemporáneo.<sup>18</sup>

La popularidad de los videos de este autor —en gran medida gracias a que ofrece a sus seguidores un ejercicio de “desmitificación” del arte a través

<sup>16</sup> Cfr. Ngozi, *El peligro de la historia única*, 9.

<sup>17</sup> Sitio web de Antonio García Villarán, <https://www.antonioarciavillaran.es>.

<sup>18</sup> El autor publicó su “Manifiesto hamparte”. Cfr. García, *Manifiesto hamparte*.

de su concepto, con el cual señala cuál es el “arte verdadero” y cuál no lo es— ha logrado construir una gran comunidad cuya lectura o visión del arte está mediada por sus planteamientos. Esto ha detonado la viralidad del *hashtag* “#hamparte”, con el cual circulan una gran cantidad de contenidos, por supuesto, incluyendo muchos memes.<sup>19</sup>

Su alcance es impresionante. Sólo en *Facebook* existen grupos de seguidores de este *youtuber* que se reúnen en torno al concepto “hamparte”. Por ejemplo, el grupo denominado “Revolución Hamparte”, que cuenta con 39.3 mil miembros, sostiene que:

la finalidad principal de este grupo es el análisis, la creación y la divulgación cultural y (hamp)artística. Además de establecer un contacto más organizado con el maestro Antonio García Villarán y de esta manera poder poner en marcha proyectos como convivencias, eventos e incluso la llegada del Hamparte show a tierras latinoamericanas.<sup>20</sup>

De tal suerte que la viralidad del concepto ha llevado a su rápida apropiación por los seguidores del *youtuber*, y algunos de ellos lo han tomado como un estandarte para desmitificar las expresiones estéticas que no cumplen con las características del arte no “hampartista”, convirtiendo este “movimiento” en una especie de cruzada.

El concepto en cuestión guarda amplias similitudes con el término de “arte VIP”, planteado por la columnista Avelina Lésper, quien si bien no utiliza cuentas de redes sociales, tiene presencia en la red por medio de los textos que escribe en el periódico *Milenio*, de videoentrevistas que ha hecho para

<sup>19</sup> La influencia de García Villarán se puede medir por la gran presencia que tiene en redes sociales. En el caso de Instagram, para el 10 de enero de 2020, el “hashtag” #hamparte contaba con un total de 15,800 mil entradas, mientras que en el caso de Avelina Lésper, su presencia es mucho menor, con un total 1,100 publicaciones. Las alusiones a Lésper son mucho menores debido a su presencia marginal en redes sociales.

<sup>20</sup> “Revolución Hamparte”, grupo de *Facebook*.

el mismo medio y que circulan por medio de *YouTube*, y de un blog.<sup>21</sup> Para Lésper, el concepto “arte VIP”, sintetiza las prácticas estéticas del video, instalación y *performance*, que para ella son “basura”.<sup>22</sup>

Esta autora, que al igual que García Villarán se han hecho de seguidores por medio de la polémica y el uso de términos reduccionistas con los cuales ofrecen explicaciones o definiciones sobre productos artísticos, se hizo de gran popularidad por una videoentrevista a una joven artista emergente en el contexto de la feria de arte Zona Maco. En ese video conocido popularmente como “las cubetas”, la comunicadora critica severamente la obra de la artista e intentar dejarla en ridículo.

Este suceso se instaló en el imaginario de la sociedad como uno de los grandes argumentos con los que se explica el arte contemporáneo. Así, y de manera “natural”, sectores del mundo digital tienden a reducir cualquier fenómeno artístico de carácter contemporáneo, es decir, aquello no objetual, performático, instalativo, etcétera, a una simple manifestación de “hamparte” o “arte VIP” (fig. 1).

La penetración tan profunda que ha tenido esta perspectiva, por lo menos en el mundo hispanohablante, ha provocado que amplias comunidades asocien de inmediato cualquier manifestación del arte contemporáneo con esas categorías. Es decir, para determinados sectores, cualquier producto artístico contemporáneo es “hamparte”, hasta que demuestre lo contrario.

Bajo esta premisa, este fenómeno viral ha convertido al arte contemporáneo en un meme; es decir, toda manifestación estética de este tipo en sí misma es una representación de “hamparte”, al entenderla como elemento con pretensiones artísticas que, en el fondo, lo que busca es engañar al tratar de vender o hacer pasar una práctica o producto engañoso por un elemento con valores “verdaderamente” artísticos.

<sup>21</sup> Sitio web de Avelina Lesper, <https://www.avelinalesper.com>.

<sup>22</sup> Lesper es autora del libro *El fraude del arte contemporáneo*, en el cual argumenta su oposición a algunas de las prácticas artísticas contemporáneas. Cfr. Lesper, *El fraude del arte contemporáneo*.

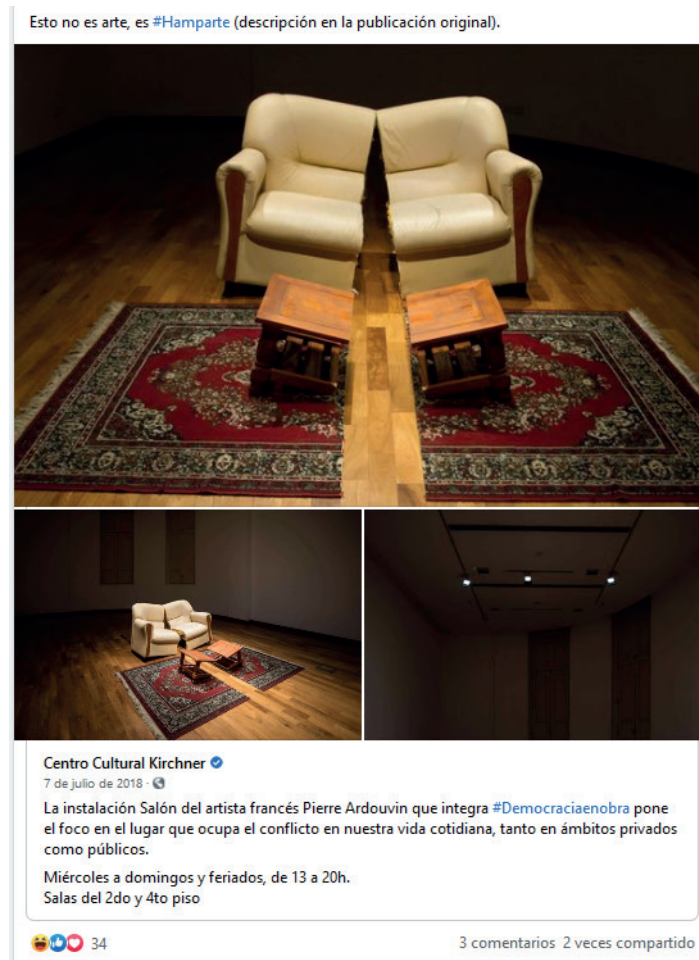


Figura 1. Publicación de la página de *Facebook* “Hamparte”, de la página del cck que reproduce una imagen de la exposición de Pierre Arduvin. Imagen digital, [https://www.facebook.com/permalink.php?story\\_fbid=2288894301150993&id=2222889171084840](https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=2288894301150993&id=2222889171084840) (consultado el 7 de enero de 2021).

De esta manera los conceptos “hamparte” y “arte VIP” se establecen como la verdad, como una categoría irreductible que explica la totalidad de un fenómeno, en este caso, la historia del arte y la práctica artística.

Ahora bien, ¿cuál es el alcance de la influencia de personas como García Villarán?, ¿qué consigue con el establecimiento de una narrativa que interpreta la totalidad del fenómeno artístico a partir de un concepto simplista, reduccionista y equivocado como es el término “hamparte”? En una reflexión que García Villarán comparte a finales de 2020 en su cuenta de Instagram, que cuenta con más de 270 mil seguidores, comunica lo siguiente:

Mi canal de Youtube está a punto de llegar al millón de suscriptores. He empezado un nuevo proyecto en Twitch y un canal secundario, y mi obra se está moviendo mucho. Cada vez hay más cuadros y dibujos míos en todas partes del mundo. Este año han salido de mi estudio más de 100 [...].<sup>23</sup>

Es evidente que hay claros ganadores y, por supuesto, no es la pluralidad de visiones, la diversidad, la tolerancia y la posibilidad de adentrarse verdaderamente en los fenómenos estéticos. Tal vez, como lo señala Pablo Helguera, la fórmula para salir de este entramado de interpretaciones unilaterales, esté en “tomar la radical decisión de dejar de ver Youtube e ir a ver arte en persona, leer libros, y —a pesar de lo duro que pueda resultar para algunos— reintegrarse a la realidad”.<sup>24</sup>

En contraposición a lo que realizan las figuras anteriormente referidas, y en un sentido crítico, existen otros actores que desde el mismo mundo digital confrontan y buscan desmitificar las prácticas de agentes como García Villarán y del funcionamiento del mundo del arte. En el caso mexicano, el perfil de *Facebook* “Kurizambutto”, de Javier Pulido Gándara y Mariana Aguirre, es un proyecto que se define como “un experimento social y artístico que lúdicamente pone en evidencia los vicios formales, estructurales y discursivos del arte contemporáneo”.<sup>25</sup> El nombre del proyecto alude a la galería Kurimanzutto, la cual representa artistas como Gabriel Orozco,

<sup>23</sup> Cfr. García, publicación en Instagram.

<sup>24</sup> Cfr. Helguera, “Consultas al Dr. Estético”.

<sup>25</sup> Aguirre y Pulido, “Kurizambutto”, 105-124.

Abraham Cruzvillega y Minerva Cuevas, entre otros; espacio expositivo que se ha convertido en actor preponderante del arte mexicano. La crítica que Kurizambutto hace del mundo del arte, con especial énfasis en los actores con mayor influencia dentro del campo, es realizado por medio de recursos propios del mundo digital, tales como memes.

En agosto de 2020, con motivo de la entrada en vigor en México de la Norma Oficial Mexicana 051, conocida como el “nuevo etiquetado de alimentos procesados”, implementado por la Secretaría de Salud del gobierno de México, Kurizambutto publicó en su perfil: “Ya les tenemos el nuevo etiquetado para el arte contemporáneo... úselo a discreción”, en la que incluyó una serie de imágenes referentes a dicho etiquetado, pero con textos alusivos a la crítica del mundo de arte que realizan en ese perfil. A partir de ese ejercicio, en las siguientes publicaciones se referenció a diferentes actores del mundo del arte, entre ellos a García Villarán, Avelina Lésper, Ai Wei Wei, y a Gabriel Orozco.

En el caso de García Villarán, Kurizambutto publicó un meme acompañado de un texto (fig. 2) en el que señalaban “no sabemos cómo se llama este tipo (ni nos importa) pero es recurrente que despistados que además se sienten conocedores utilicen el terminajo de ‘hamparte’. Todo su postulado un dechado de ignorancia y prejuicios. Además, no puedes ser tan malo y pretender ‘criticar’”.<sup>26</sup>

La reacción a la publicación nos permite constatar la gran influencia que ejerce Villarán en la lectura que mucha gente hace del arte contemporáneo. Si bien la mayoría de los comentarios se sumaron a la crítica y burla que hace la página, es interesante lo señalado por algunos usuarios. Uno de ellos expresa: “yo estoy con él [Antonio García Villarán] y aunque no concuerdo con todo por lo general los que se ofenden a las críticas de Antonio son: ignorantes que basan su mediocridad en retórica rebuscada y

<sup>26</sup> Cfr. Kurizambutto, publicación en Facebook. Disponible en <https://www.facebook.com/Kurizambutto/photos/a.678539765666752/1461144727406248>.





Figura 2. Publicación de la página de Facebook “Kurizambutto”, imagen digital, <https://www.facebook.com/Kurizambutto/posts/1461144750739579> (consultado el 24 de septiembre de 2021).

estúpida. No tienen talento y se dan palmadas autocomplacientes creyendo en su propia genialidad [...]”.<sup>27</sup>

El comentario anteriormente referido es sintomático de la gran influencia que Villarán ha ejercido en la lectura del fenómeno artístico y más allá de señalar que los seguidores o suscriptores del concepto carecen de un conocimiento sobre la historia del arte y la dinámica de la práctica artística contemporánea, la realidad es que el concepto “hamparte” se ha instalado profundamente y para amplios públicos supone el concepto definitivo para “desmitificar” y entender la “verdadera” historia del arte.

En uno de los comentarios del video en YouTube “*Manifiesto hamparte ¿Qué es arte y qué no es arte? Definición y ejemplos*”,<sup>28</sup> una usuaria sostiene “cómo me alegro de todo esto, tu aportación al mundo del arte con este

<sup>27</sup> Publicación de la página de Facebook Kurizambutto. Disponible en <https://www.facebook.com/Kurizambutto/photos/a.678539765666752/1461144727406248>.

<sup>28</sup> Cfr. García, *Manifiesto hamparte*.

concepto sí que reescribirá la historia del arte!!”. El comentario, que por supuesto es la visión personal de una seguidora del autor, cuenta con 1,400 *likes*, es decir, más de mil cuatrocientos usuarios que vieron el video suscriben tal aseveración, incluyendo, por supuesto, al mismo García Villarán.

Como lo hemos señalado líneas arriba, la construcción discursiva del autor está articulada a partir de la afirmación de tener la “verdad”, la cual reduce las demás interpretaciones o versiones a una categoría de mentira, falsedad o de “*fake*”. Así podemos ver en los títulos de sus videos y en el discurso mismo, aseveraciones como “La verdad sobre el mercado del arte ¿Quién crea los artistas?”, “¿De dónde vienen estos ángeles? Toda la verdad sobre el arte de los querubines de la Madonna Sixtina”, o “El mayor estafador del arte era *fake*! La verdad sobre Elmyr de Hory”.

Hablar de verdad en pleno siglo XXI, cuando sabemos que la realidad es un sistema complejo que descarta las posibilidades o definiciones únicas, no es más que una falacia. Sin embargo, al ser las categorías “*hamparte*” y “arte VIP” el resultado de visiones parciales, sin argumentos suficientes, y apropiadas acríticamente por miles de seguidores, bajo el supuesto de ser “verdaderas”, es pertinente entenderlas bajo el fenómeno de la posverdad que, de acuerdo con la Real Academia de la Lengua Española, es una “distorsión deliberada de una realidad, que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales”.<sup>29</sup> Para García Villarán, el concepto es tan “verdadero” que, como lo señala en su “manifiesto”, espera que un día la Real Academia de la Lengua lo integre a su diccionario.<sup>30</sup>

Como lo señala Ricardo Forster, “en la era de la posverdad todo puede ser dicho y convertido en ‘verdad irrefutable’. Romper esta nueva forma de hechizo constituye el desafío más arduo y difícil de todo proyecto de liberación”.<sup>31</sup> Tal vez, la “verdad” sobre este fenómeno nos la ofrece Pablo

<sup>29</sup> Cfr. DELRAE, “Posverdad”.

<sup>30</sup> Cfr. García, *Manifiesto hamparte*.

<sup>31</sup> Cfr. Forster, “El semiocapitalismo”.

Helguera en su columna “Dr. Estético”: “decir que una obra que no entra dentro de las definiciones arbitrarias de un *youtuber* no es arte, es igual que afirmar que los idiomas que uno habla no existen por el hecho de que uno no los entiende”.<sup>32</sup>

Como sostiene An Xiao Mina, los memes contienen el elemento central de las narrativas; es decir, son decisivos en la construcción de sentido de los diferentes campos discursivos. Ahora bien, estas narrativas se conforman a partir de visiones o perspectivas que son planteadas por actores con gran centralidad, tal como sucede con los *influencers*. En este contexto, la emergencia de conceptos o ideas que ofrecen explicaciones totales, inmediatas y que permiten definir fenómenos complejos de una manera reduccionista o que son diseminadas en la red de manera viral, edifican relatos totales que anulan la posibilidad de otras explicaciones.

El caso del concepto “hamparte”, convertido en un elemento viral, ha provocado la lectura del fenómeno artístico contemporáneo como una simple manifestación de arte “falso”, engañoso, que no cumple con las características del “arte verdadero”. Así, para amplias audiencias, este término ha convertido a la práctica artística en un meme, al ser cualquier imagen de una obra de carácter contemporáneo, la representación de la falsedad, de la mentira y del engaño. Esto ha dado como resultado la simplificación de un fenómeno complejo al convertirse en un prejuicio, en un elemento que evita el acercamiento del público al conocimiento crítico, informado y reflexivo del arte contemporáneo.

Del mismo modo, son la viralidad y las comunidades digitales las que permiten recurrir a las imágenes, a los memes, como estrategias discursivas para hacer frente a los relatos hegemónicos, unidireccionales, buscando, de esta manera, la desarticulación de falsas proposiciones que buscan establecerse como lo “verdadero”. El continuo análisis de las comunidades digitales y su cultura visual permite agregar a los análisis del arte contem-

<sup>32</sup> Cfr. Helguera, “Consultas al Dr. Estético”.

poráneo estrategias de interpretación de las dimensiones del posicionamiento político y estético. Esto permitirá dar pie al desmantelamiento de proyectos de carácter hegemónico que busquen establecer una sola posibilidad de sentido.

## Bibliografía

- Aguirre, Mariana y Javier Pulido. "Kurizambutto: la crítica de arte en la era de las redes sociales". En *Pensar internet*, VV.AA., Ciudad de México: Universidad Iberoamericana, 2016, 105-124.
- Avanessian, Armen y Mauro Reis (comps.). *Aceleracionismo*. Buenos Aires: Caja Negra, 2017.
- Becker, Howard. *Los mundos del arte: sociología del trabajo artístico*. Buenos Aires: Bernal/Universidad Nacional de Quilmes, 2008.
- Dawkins, Richard. *El gen egoísta*. Barcelona: Salvat, 1993.
- Didi-Huberman, Georges. *Arde la imagen*. Ciudad de México: Ediciones Ve / Fundación Televisa, 2019.
- Fontcuberta, Joan. *La furia de las imágenes: Notas sobre postfotografía*. Barcelona: Galaxia Gutenberg, 2020.
- Freeman, Linton. "Centrality in Social Networks Conceptual Clarification". *Social Networks* vol.1 (1979): 215–239.
- Lésper, Avelina. *El fraude del arte contemporáneo*. Bogotá: Malpensante, 2016.
- Lethem, Jonathan. *Contra la originalidad*. Ciudad de México: Tumbona Ediciones / CONACULTA, 2008.
- Martínez Noriega, Dulce A. y José Alberto Sánchez Martínez (coords.). *Viralidad: Política y estética de las imágenes digitales*. Ciudad de México: Gedisa / UAM, 2019.
- Mina, An Xiao. *Memes to Movements: How the World's Most Viral Media is Changing Social Protest and Power*. Boston: Beacon Press, 2019.
- Ngozi Adiche, Chimamanda. *El peligro de la historia única*. Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial, 2018.
- Sadin, Éric. *La Humanidad aumentada: La administración digital del mundo*. Buenos Aires: Caja Negra, 2017.

### Recursos electrónicos

- Carrión, Jorge. “Política y estética del meme”. *The New York Times*, 30 de agosto de 2020. Disponible en <https://www.nytimes.com/es/2020/08/30/espanol/opinion/que-es-un-meme-internet.html> (consultado el 6 de enero de 2021).
- Dawkins, Richard. “*Just for hits Richard Dawkins*” Video en Youtube. Disponible en <https://youtu.be/T5DOiZ8Y3bs> (consultado el 24 de septiembre de 2021).
- Diccionario de la Lengua Española, Real Academia Española. “Posverdad.” Versión electrónica. Disponible en <https://dle.rae.es/posverdad> (consultado el 6 de enero de 2021).
- Forster, Ricardo. “El semiocapitalismo.” Suplemento Página 12, *El País*, 28 de julio, 2017. Disponible en <https://www.pagina12.com.ar/52897-el-semiocapitalismo> (consultado el 6 de enero de 2021).
- García Villarán, Antonio. *Manifiesto hamparte: ¿Qué es arte y qué no es arte? Definición y ejemplos*. Video en Youtube. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=XHtfmngQ7aA> (consultado el 6 de enero de 2021).
- García Villarán, Antonio. Sitio web personal. Disponible en <https://www.antonioarciavillaran.es/> (consultado el 6 de enero de 2021).
- García Villarán, Antonio. Perfil en *Instagram*: “antoniocrea13”. Disponible en <https://www.instagram.com/antoniocrea13/>.
- Helguera, Pablo. “Consultas al Dr. Estético. De hampartistas y artistas pobres.” Columna en sitio web de *Código*, 29 de mayo de 2019. Disponible en <https://revistacodigo.com/dr-estetico-junio-artistas-pobres> (consultado el 20 de diciembre de 2020).
- Kurizambutto. Perfil en *Facebook*: “Kurizambutto”. Disponible en <https://www.facebook.com/Kurizambutto/>.
- Lésper, Avelina. Sitio web personal. Disponible en <https://www.avelinale-sper.com/> (consultado el 6 de enero de 2021).
- “Revolución Hamparte.” Grupo de *Facebook*. Disponible en <https://www.facebook.com/groups/1213079902174984/> (consultado el 24 de septiembre de 2021).



**José Antonio Motilla Chávez**

Doctor en Historia por la Universidad Nacional Autónoma de México. Profesor investigador de tiempo completo de la Facultad del Hábitat de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México. Miembro de la Asociación Internacional de Críticos de Arte (AICA) capítulo México.



**Luis Manuel Sánchez Leija**

Licenciado en Psicología, estudiante de la maestría en Historia por la Universidad Autónoma de Zacatecas. Presidente de la Gran Comisión de Cultura de la Gran Logia del Estado Soberano e Independiente “El Potosí”.