



INTERNET MEMES: UNA RELACIÓN VISUAL CONTEMPORÁNEA

INTERNET MEMES: A CONTEMPORARY VISUAL RELATION

Greta Winckler

Universidad de Buenos Aires

Recibido: 02 04 2019

Aceptado: 14 07 2019

Publicado: 30 09 2019

Cómo citar este artículo

Winckler, G. (2019) "Internet Memes: Una relación visual contemporánea" en: Zarza Núñez, T. & Sánchez-Moñita, M. (Eds.). *Los Flujos de la imagen*. ASRI.17: Págs. 1-11. Eumed.net-URJC. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/ays/>

Resumen

El siguiente trabajo se propone pensar un tipo de imagen contemporánea: el meme. Como parte de nuestra economía visual actual, se da cuenta de su impacto y genealogía que se presenta no sólo como hilo histórico sino como necesaria para entender por qué los memes son tan eficaces y populares. Se propone pensar en particular a los memes políticos, anclados en la tradición de la sátira, planteando a estas imágenes "pobres" no como una emergencia totalmente nueva sino

más bien desde una continuidad con artefactos visuales que las precedieron.

Palabras Clave

imágenes pobres - memes - genealogía

Abstract

This article aims to think over a particular type of contemporary image: the Internet-meme. As a part of our visual economy, it is intended to expose its impact as well as its genealogy to understand why memes are so popular and efficient nowadays. This piece focuses on political

memes, as belonging to a satirical tradition of images, implying that these so-called “poor” images are not a totally new phenomenon but, on the contrary, a continuity with preceding visual artifacts.

Keywords

poor images - memes - genealogy

I. Introducción

Cuál es tu relación visual

En su escrito “En defensa de la imagen pobre”, la filósofa Hito Steyerl (2016) propone dos elementos que serán centrales para este artículo: por un lado, que con y a partir de las imágenes que son parte de la economía visual que habitamos generamos “relaciones visuales”, *sensu* Dziga Vertov; y que la que nos es contemporánea está signada por la presencia de lo que la autora llama “imágenes pobres” -de baja calidad y resolución, rípeadas, de dudosa genealogía y gran poder de infiltración social. Si Vertov pensaba que las relaciones visuales ordenaban subjetividades de espectadores y espectadoras, Steyerl recupera esa misma idea a partir de la circulación de estas imágenes anónimas, producidas y consumidas por un público disperso, que alimentan tanto los grandes montajes mediáticos del tardocapitalismo así como circuitos alternativos que intentan resistir a los primeros. La imagen pobre y su circulación son un capítulo más en la genealogía de los circuitos comunicacionales y tiene además su propia trayectoria visual que es, como se propone aquí, absolutamente multiforme. Steyerl (2016) nos propone un ejercicio de imaginación: “Imagínate a alguien que viene del pasado [...] preguntándote: ‘Camarada, ¿cuál es hoy tu relación visual?’. Podrías responder: es el vínculo con el presente” (p. 47). Las imágenes pobres, entonces, son la materia fundamental de nuestra economía visual, aunque convivan con y se nutran de formatos tradicionales (y que siguen basándose en un fetichismo de la calidad, desde el cine *mainstream* hasta obras de arte canónicas), y por tanto son nuestra manera de mediar con la realidad diaria. Nuestra economía visual (aún con jerarquías internas) configura subjetividades que consumen y producen a diario este tipo de imágenes que Steyerl (2016) describe como “ideas errantes” y “copias en movimiento” (p.16). Es decir, una relación visual no sólo anclada en el presente sino en la velocidad y fundamentalmente en el impacto.

Ahora bien, esta economía visual contemporánea no puede pensarse como auto-generada y sin tradición. Por lo tanto, en este trabajo nos centraremos en dos cuestiones: por un lado, un tipo de imagen particular incluida dentro de estas “imágenes pobres” que es el internet-meme (o meme, a secas). Y por otro lado, un rastreo genealógico que nos permita entender no sólo cómo los memes son hoy posibles y populares sino de dónde proviene su potencia. Los memes no serán aquí pensados como un mero artilugio de entretenimiento que “encanta” o “coloniza” a quien los observa, sino que se recuperará una tradición particular que sirve para entender a los memes como artefactos políticos en una batalla representacional de origen antiguo que continúa hoy en día. Esta idea de “guerra de imágenes” ya fue introducida por Serge Gruzinski (2016) en 1990: durante el período colonial, hubo (además de una cruenta expansión territorial y económica) un despliegue de imágenes por parte de los españoles en América que intentaban funcionar como elementos pedagógicos y evangelizadores, dando también batalla en el plano de las representaciones. Como propone Luis

Vives-Ferrándiz Sánchez (2015) a partir de su reflexión sobre conflictos bélicos actuales que implican una “guerra de imágenes”, cuando un colectivo social se encuentra en relaciones asimétricas de poder -por ejemplo, en una guerra- debe apelar a otras estrategias para compensar las carencias tecnológicas y operativas. Para ello, se acude a la guerra por otros medios: “Una de esas estrategias consiste en desarrollar acciones que impacten de manera sensible en la imaginación colectiva de los oponentes.” (Vives-Ferrandiz Sanchez 2015, 4). Es decir, un ataque simbólico que impacte al contrincante y que hoy en día puede verse masificado en su efecto por el funcionamiento no sólo de los medios masivos de comunicación sino de las propias redes sociales y su capacidad de viralizar contenidos. Los memes se insertan en estos circuitos comunicacionales contemporáneos pero asimismo se apoyan en tradiciones visuales anteriores a las que evocan -como suele ocurrir con los distintos medios de la imagen: siempre evocan a uno anterior, como ocurrió por ejemplo con la fotografía y la pintura. Desandemos un poco esa trayectoria.

El meme dentro de una tradición visual

La definición misma de lo que es un meme no se encuentra aún resuelta, como propone Limor Shifman (2013). La mayoría de los estudios se centran en la relación meme-unidad memética retomada del discurso biologicista y aplicado a parámetros tanto de la comunicación social como del funcionamiento de las redes sociales y la web 2.0. En 1976, el zoólogo inglés Richard Dawkins plantea los antecedentes para una *memética* dentro del campo de la zoología evolutiva, pensando al *meme* como una unidad de sentido de imitación que se transmite longitudinal y transversalmente en las poblaciones, y cuyo potencial de transmisión se ancla en su capacidad de *replicación*. Más allá de que efectivamente características como la replicación, la relación original-copia (fidelidad), su capacidad de propagación (debido a su eficacia y su poder de evocación-fecundidad) y su potencial comunicativo relacionado a su posibilidad de transmisión (en tanto unidad de imitación) son aplicables desde un punto de vista de circulación comunicacional; lo que se propone en este escrito es pensar su inserción en tanto imagen a un determinado bagaje visual y simbólico colectivo y compartido. Es decir, se buscará pensar al meme como imagen dentro de una determinada cultura visual que a su vez se nutre de experiencias previas que contaron con sus propios medios y soportes técnicos. Como se propuso en el apartado anterior, se piensa aquí la cultura visual contemporánea de la web 2.0 en los términos que propone Steyerl: una economía visual que da lugar tanto a la “imagería excluida” como a las cadenas de montaje mediáticas capitalistas. Dicha economía incluye estas imágenes *pobres* de genealogía dudosa, (re)apropiadas por múltiples usuarios-productores, degradadas en cuanto a su resolución (pixeladas, ripeadas, recortadas), y que circulan en lo que la autora denomina “dispersión digital” (Steyerl, 2016, 16). Es interesante pensar esta *imagen deteriorada* desde el punto de vista ya no del “fetichismo de la calidad” sino desde el poder del *impacto*. Como propone Marina Gutiérrez De Angelis (2016), estas imágenes ganan en impacto político frente a la pérdida de calidad: su poder reside en la *impresión* y la velocidad.

Una de las tradiciones visuales donde el meme encuentra continuidad es la de la sátira política. Como fue propuesto en un trabajo previo (Pestarino y Winckler 2018), retomando a Vasiliki Plevriti, la relación entre cultura popular y política es de larga data y vincula al humor crítico en medios de comunicación¹ y artefactos de circulación masiva (a veces anónimos, como ciertos grabados que circulaban en Europa en los siglos XVI y XVII o mismo los panfletos) con el actual medioactivismo de las redes sociales. En todos esos medios, el elemento humorístico es vital, dado que opera una risa

1 En Argentina están los casos paradigmáticos de principios de siglo XX como fueron las revistas *El Mosquito* o *Caras y Caretas*.

crítica que “[...] ataca sin violencias físicas ni injurias a los poderosos en el gobierno, en la vida intelectual y en la religión, a los políticos, los eruditos, los sacerdotes; ella apunta a la corrección de las costumbres [...]”. (Burucúa 2007, 51). Burucúa (2007) menciona que en los siglos XVI y XVII los grabados se volvieron un “[...]arma ideológica y propagandística nueva con un potencial inédito de infiltración social. Imagen y textos satíricos, puestos en paralelo en una misma hoja suelta ilustrada, estuvieron a la orden del día” (p. 61). En una época de conflicto bélico (fundamentalmente debido a las guerras de religión del siglo XVI y la Guerra de los Treinta Años del siglo XVII), dichas piezas se convirtieron en una forma de “burla” y “escarnio” del enemigo.



Figuras 1-5. Imágenes propias de la risa satírica. **De izquierda a derecha:** *vanitas*, *taille-douce*, Flandes, siglo XVI; *Au second ordre de l'etat*, Francia, 1799; publicación argentina satírico-burlesca *El Mosquito* (1863-1893). Las cabezas siendo asadas son de figuras políticas ilustres de Argentina, entre ellas ex presidentes como B. Mitre y F. Sarmiento. **Abajo:** ilustración del grupo satírico *Alegría*, del presidente argentino M. Macri transformado en zombie, publicado en Facebook en 2018; graffiti callejero que muestra al presidente argentino M. Macri con cuerpo de gato (como lo denominan sus detractores), Buenos Aires, 2018.

Es posible pensar además la relación entre la circulación de estas imágenes (anónimas, críticas y populares, de índole política) en paralelo a los avances técnicos que así lo permiten: la imprenta y las plataformas creadoras de memes en internet, de aún más fácil acceso y manejabilidad. Asimismo, se pueden vincular estas imágenes de circulación dispersa, con múltiples circuitos (cuyos alcances es difícil determinar) con la condición de existencia de los panfletos, tal como los piensa Georges Didi-Huberman (2017): una forma breve, estratégica y poética (un *pathos* condensado), que funciona como llamado a la acción, cobrando sentido en la multitud y la dispersión. Su potencia es el reverso de su fragilidad, dado que no permanece en el tiempo, y requiere, finalmente, de la reproducción técnica para poder existir. Todas esas características son posibles de identificar en los memes: su condición técnica, su potencia creativa y su perennidad. Didi-Huberman (2017) destaca el rol que cumplieron los panfletos en épocas donde la libertad de expresión se vio mermada, como ser durante el nazismo en Alemania, en tanto gesto sublevado, y Plevriti (2014) a su vez propone un uso especial de los memes en contextos dictatoriales como punto de fisura a un discurso único y como

resistencia (siendo el caso que más destaca el de Corea del Norte y su líder Kim Jong-Un). Vemos entonces una vinculación entre la (re)presentación, la afectividad y el sentido político de dos tipos de imágenes que se encuentran unidas en una tradición visual.

Finalmente, algunos memes funcionan en tanto se piense su potencia vinculada a la capacidad de *condensar emociones* (al igual que ocurre con los GIFs, y más aún en su caso, como propone Gutiérrez De Angelis 2016) y aquí es posible pensarlas dentro de la historia de las emociones figuradas que propuso en su momento Aby Warburg (en Didi-Huberman 2016). En este sentido, resulta interesante pensar la conexión entre las fórmulas de la emoción que Warburg pensaba (*pathosformeln*) a partir de una propuesta de Philippe-Alain Michaud (2017) que conecta estas emociones en movimiento, que a su vez se cristalizan en su momento de mayor intensidad, con las expresiones propias del teatro japonés kabuki denominadas *mié*: la inmovilidad viviente que captura un momento de tensión particular, como punto culminante de la expresividad. Se destacan entonces esta capacidad de condensación (el lirismo del gesto, en términos de Didi-Huberman), la cristalización de las emociones en su momento de mayor intensidad y su impacto crítico y satírico propio del activismo político.



Figuras 6-9: casos de cristalización de las emociones en su máxima intensidad (condensación). **De izquierda a derecha:** instante del *mié* en el teatro japonés, retomado por P.A. Michaud, ilustración 1794 y al lado el mismo dibujo utilizado en un meme de la página de Instagram *classicalartshit* que utiliza obras de arte en clave humorística. A continuación, de esa misma página web, montaje con D. Trump y B. Obama dando cuenta del malestar en la reunión e involucrando el retrato de la casa presidencial de G. Washington. Finalmente, un caso de *Harold, Hide the pain*, célebre meme que implica siempre una situación de sufrimiento.

Esta posible genealogía para pensar la trayectoria visual multiforme del meme (sobre todo el que funciona como artefacto político) no se acaba en sí misma. Por ejemplo, podría sumarse la tradición que Steyerl (2016) recupera para las imágenes pobres en general ya no por su sola condición “de imagen” sino por la configuración de circuitos de información disidentes, que incluyen a los panfletos copiados al carbón, las películas de *agit-prop* realizadas en los cine-trenes soviéticos, los *videomagazines underground* y otros materiales inconformistas que utilizaron “materiales pobres” para su realización (p. 47). El meme se nutre de todas estas experiencias visuales que lo potencian y

permiten pensar su capacidad de infiltración actual: no son fórmulas que nos resulten ajenas, sino que se apoyan en una tradición disidente que es no obstante pasible de reconocer. Como el personaje entrañable de Umberto Eco en su novela *El nombre de la rosa* (1980), los memes se apoyan en hombros de gigantes que los precedieron y en esa vinculación -a veces más clara, y otras veces más opaca para el ojo no entrenado- es que cobra fuerza. Es decir que podemos pensar al meme como *mneme* en términos del fisiólogo Richard Semon, esto es, como memoria icónica colectiva. Semon propuso a principios de siglo XX la idea de *mneme* como un trazo que queda impreso en la corteza cerebral de los individuos. Este concepto puede vincularse con la idea warbuguiana de *engrama* en tanto fórmula expresiva que queda inscrita en los cuerpos y que se activa ante la emergencia de imágenes que las evocan (en Gutiérrez De Angelis 2016). El meme es indisoluble de este poder de evocación.

Si hasta aquí el foco estuvo colocado en la forma intrínseca de la imagen (el meme) y sus posibilidades de circulación, ahora se hará hincapié en otro elemento vital para su constitución misma. No puede pensarse al Internet-meme por fuera de su configuración a partir de la técnica del *montaje*.

El meme como saber-montaje

Partamos de la idea de “montaje” que se retoma en este trabajo. A partir de la relectura que hace Michaud (2017) del historiador del arte Aby Warburg (fines de siglo XIX y principios del siglo XX), se propone al montaje como una técnica que toma diferentes imágenes de diversos tiempos y estratos del pasado (descontextualizados y recontextualizados) y las hace *colisionar*. Es decir, hacer un montaje no es sólo encadenar imágenes disímiles sino llevar adelante un ejercicio de “choque” que configura nuevas constelaciones que sacan a la imagen de su aislamiento y producen efectos de conocimiento nuevos. Propiedades latentes de la imagen en su consideración aislada emergen y salen a la luz a partir del acto de “montar” juntas imágenes que no lo estaban originalmente y hacerse preguntas por el intervalo entre éstas. Para Warburg, la historia de la cultura era entendida desde la idea de “sedimentación” o “decantación” (en términos de Didi-Huberman), dado que figuraciones arcaicas emergen en la cultura moderna y cobra forma una “resurgencia”. La idea de “activo energético” que propone Horst Bredekamp (2017) sirve para pensar las fórmulas visuales que atraviesan la historia de la cultura occidental, tratando de recorrer las huellas que las imágenes dejan (su trazo visual pensado como un “fantasma”) y que en la conformación de constelaciones -a partir del montaje- pueden ser rastreadas (intento que comenzó sin concluir Warburg en su Atlas Mnemosyne en 1924).

El meme se inserta en la tradición del montaje aquí propuesta, sumándole un elemento humorístico que es el que termina de generar el efecto de “colisión y resurgencia” de la técnica descrita. En el caso de los memes de tradición política, insertos en la línea genealógica de la sátira, la risa irónica y crítica es un rasgo vital para comprender su eficacia. Por otro lado, la apelación a la cultura popular a través de la intertextualidad también es fundamental dado que en ese poder de *evocación* reside su éxito (sean películas famosas o clásicas, series de TV, publicidades reconocibles o utilización de personajes de la cultura masiva). Hoy por hoy, además, existen plataformas para crear los memes rápidamente (como ser, www.memegenerator.net), utilizando sets de plantillas estandarizadas más o menos internacionalizadas (como ser el meme de *Bad Luck Brian* o *Harold, Hide the pain*, de los cuales hasta se puede reponer la historia de las personas reales por detrás de la imagen) que pueden recorrer circuitos transnacionales. Otros en cambio tienen un complemento localista que, al igual que el tipo de humor al que apelan, están situados en contextos específicos fuera de los cuales pierden su gracia y poder de eficacia. Asimismo, muchos de los memes que se producen al calor de un evento

particular quedan fuera de circulación u obsoletos al pasar el tiempo (como ocurrió con muchos de los memes que se analizaron en el trabajo ya citado de Winckler y Pestarino (2018), que respondían al debate presidencial llevado a cabo en Argentina en 2015 antes de las elecciones y que a los pocos meses no sólo desaparecieron por la condición efímera de la imagen pobre sino que quedaron desactivados por el cambio de contexto social y político).

El hecho de que los memes sean un montaje de imágenes y palabras o frases de tiempos heterogéneos hace que generen una imagen de tiempo impuro, es decir, con su propia temporalidad creada a partir de la interpenetración de dos realidades diferentes, generalmente con un efecto cómico que podría devenir en extrañamiento, como es típico de la risa humorística que describe Burucúa (2007). Esta risa es provocada por una yuxtaposición inesperada de elementos generando un nuevo marco (desacostumbrado) de personajes que revela una nueva organización de la realidad, dialéctica y confusa, pero que tiene un efecto de cognición a partir de este saber-montaje al que el meme también recurre. En el caso de los memes que se insertan en la tradición de la sátira, además se incorporan elementos de burla de los personajes que se quieren ridiculizar y cuenta con una potencia que busca dañar al poderoso (sea una figura política, religiosa o intelectual). El meme se nutre de ambas tradiciones e incluso existen algunos que reflexionan sobre la propia condición del meme en sí (una especie de meta-meme). No es la intención de este trabajo proponer una tipología, pero sí dejar sentado que existen múltiples rasgos a tomar en cuenta cuando se piensa en este tipo particular de imágenes pobres de circulación hoy masiva y que muchas veces se las incluye a todas en un mismo conjunto indiscriminado. A continuación, por tanto, se hará una mención específica a los memes políticos utilizados en contextos de polarización social extrema, para pensar un caso de los múltiples posibles con estas imágenes pobres a las que accedemos en numerosas ocasiones a diario.

El meme como aparecer político

Ya se mencionó previamente la dimensión política que los memes pueden cobrar. Por ejemplo, en el caso del debate presidencial, eran utilizados para hacer una "lectura" parcial del acontecer televisivo y de esa manera apoyar a un candidato u otro y difundir una manera de visualizarlos en las redes. Ese contexto de polarización crítica que se vivió a fines de 2015 en Argentina (y continúa hoy en día en cuanto a los proyectos políticos de país que se enfrentarán en octubre de 2019 durante las nuevas elecciones presidenciales) podría pensarse en condiciones aún más extremas, como son las guerras. Aquí entran en juego dos elementos. Por un lado, la utilización que se ha hecho históricamente de la imagen como arma ideológica y propagandística (los grabados que circularon en Europa a partir de la invención de la imprenta son un caso paradigmático); y por otro lado la ya antigua pregunta por cómo se exhibe el dolor que una guerra genera. Es decir, cómo se puede visualizar una experiencia como es la bélica. ¿Cómo exponer la guerra?². En Sudamérica, la Guerra contra el Paraguay (1864-1870) fue una de las primeras enteramente registrada y hubo un intento persistente por hacer visible y "legible" aquel conflicto como puede apreciarse en el *Álbum de la Guerra del Paraguay* de 1893 (Díaz-Duhalde, 2015). Es interesante recalcar que la producción de imágenes en este caso funcionó tanto desde la propia cultura local que fue devastada por los atacantes (Brasil, Uruguay y Argentina) en forma sobre todo de ilustración; así como por compañías profesionales (por ejemplo Bate & Cia.) que luego vendían las fotografías en formato de postal. La imagen daba cuenta de las propias condiciones de su producción y los recursos disponibles. La pregunta por la producción pero también por la exposición

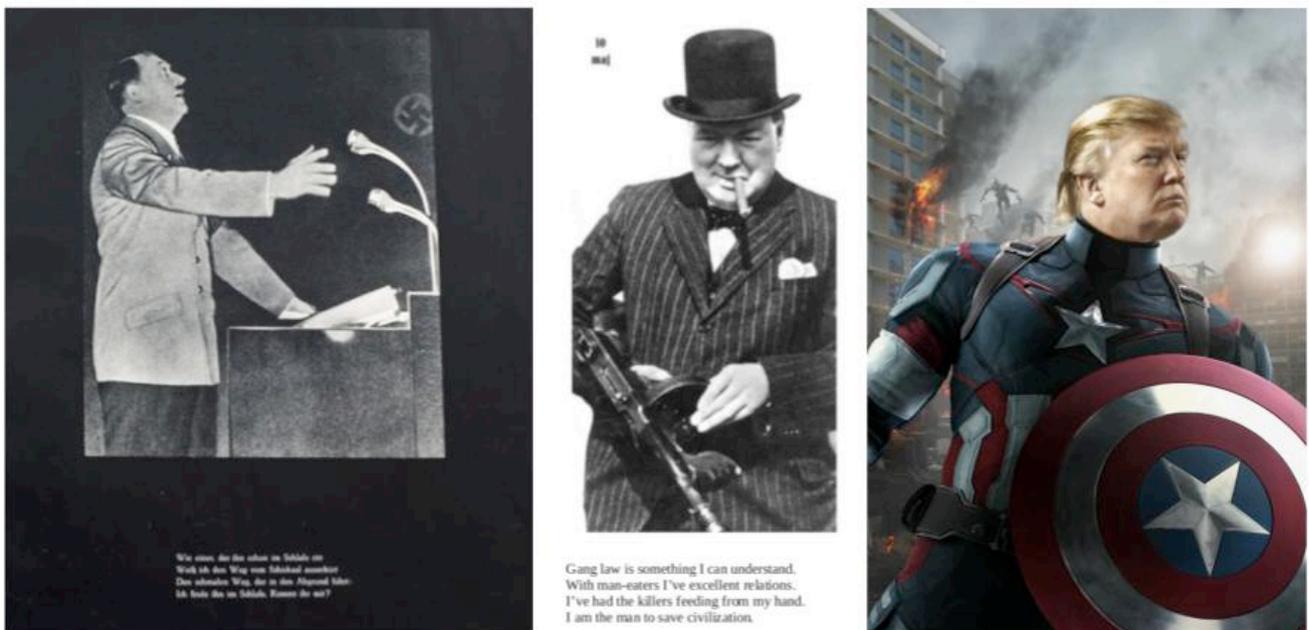
2 Pregunta por la visualización de la experiencia bélica en particular que ya se hacía Virginia Wolf ante las imágenes de la Guerra Civil española y que luego Susan Sontag revitaliza en su célebre libro *Ante el dolor de los demás* (2003).

de dichas imágenes se revitaliza al pensar qué pasa hoy con los memes que son otra manera de aproximarse (desde la imagen) al fenómeno de la guerra. Un viejo interrogante se actualiza en este caso. Teniendo en cuenta la masividad de imágenes que entran en circulación a partir de ciertos eventos que movilizan a las poblaciones (el debate presidencial para Argentina, por ejemplo, que carece de esa tradición; o una guerra, como se vio a las claras con el conflicto entre Estados Unidos y Siria), muchos medios masivos de comunicación hegemónicos perciben el fenómeno y luego lo utilizan en sus propios portales (en general notas escritas en ediciones *online*). Notas periodísticas por ejemplo sobre “los mejores memes de...” el evento que se analice proliferan también en medios tradicionales de noticias e información (es decir, el meme no sólo circula en la red que lo crea sino que es recontextualizado y hasta analizado en este nuevo canal de circulación secundaria). Incluso hay páginas web que presentan a estas imágenes como “simplificaciones” de un conflicto que parece no extinguirse más³, retomando una discusión que presenta una polarización en cuanto a las imágenes pobres que circulan en Internet: ¿son realmente una herramienta política o un mero entretenimiento que distrae? (Plevriti, 2014). Es decir, la proposición que Walter Benjamin (2003) pensara ya a mediados de la década del 30 en relación a las imágenes artísticas: ¿cómo distinguir (incluso dentro de las tradiciones visuales de izquierda) una *politización del arte* de una mera *estetización de la política* que hace de la guerra, por ejemplo, un espectáculo? (p. 96). Este mismo interrogante se hace Didi-Huberman (2012) respecto de la exposición de los pueblos, siempre *expuestos* y amenazados, o bien porque se los invisibiliza o bien porque se los espectaculariza. Volvemos a la propuesta de Steyerl (2016) para pensar las imágenes pobres: pertenecen a una economía visual que da lugar tanto a la “imagería excluida” como a las cadenas de montaje mediáticas capitalistas. Es decir, el meme por ser imagen pobre no implica una politización crítica natural pero tampoco se debe reducir a un elemento sinsentido de mero entretenimiento. Por otro lado, el meme tiene que ver con una manera de exponer. Giorgio Agamben (2002) propone pensar que hombres y mujeres se apropian de su exposición (lo que los diferencia de los animales, por ejemplo) y es en ese lugar de exposición que se encuentra el lugar mismo de la política para el filósofo italiano.

Un campo privilegiado para pensar este “aparecer (de lo) político” en el meme es el de la guerra como se ha mencionado, fundamentalmente por la experiencia misma de lo bélico. Como propone Didi-Huberman (2008), a partir de la Gran Guerra en Europa, se expande en el terreno estético y de las ciencias humanas una necesidad de *mostrar por montaje*, con casos como los de Aby Warburg que ya ha sido referido así como la propuestas de Bertolt Brecht, Marc Bloch, Georg Simmel y Sigmund Freud: “El montaje sería un método de conocimiento y un procedimiento formal nacido de la guerra, que toma acta del ‘desorden del mundo’”. (p. 98). La experiencia que está pensando en particular Didi-Huberman es la de Brecht con su *Kriegsfiibel* (traducido al español como *ABC de la guerra*). Dicho proyecto comienza a delinearse desde 1940, estando el autor aún en Europa (antes de su partida a Estados Unidos) aunque su publicación data de 1955. Retomando una línea de trabajo que había empezado a desarrollar en su *Arbeitsjournal* (*Diario de trabajo* 1938), a partir del uso de fotografías y recortes de la prensa escrita, Brecht añade el gesto lírico concentrado que implica la escritura de epigramas: cuatro versos en rima que retomaban un formato utilizado en la Antigua Grecia y que eran grabados en los sepulcros. Esto es, líneas fúnebres cuya fuente es la antigüedad clásica pero que en el caso de Brecht denotaban un tono satírico dado que invertían esa carga de sentido originaria tomándola en una herramienta de crítica política y denuncia. En este trabajo, entonces, Brecht está *exponiendo* la guerra a partir de una conjunción de formas heterogéneas que *colisionan* haciendo emerger un sentido crítico de la maquinaria bélica ya en acción. Aquí es donde se

3 Por ejemplo: <https://www.indy100.com/article/people-are-making-fake-memes-to-point-out-the-syrian-civil-war-is-actually-quite-complicated--WJbZQTsPqg> (visitado el 22/07/2019)

vuelve clave el método de *montaje*, donde “un mundo de heterogeneidades adjuntadas pero confrontadas, copresentes pero diferentes” dan lugar a un desorden organizado (Didi-Huberman 2008, 103). El ABC combina no sólo imágenes y palabras, sino que retoma una tradición poética clásica e imágenes de la prensa ilustrada de la época de un *status* disímil (provenientes de la cultura mediática cotidiana) dando lugar a un *fotograma* propio del fotomontaje moderno del cine. También en este cruce de formas el montaje permite ese choque de tiempos que ponen juntos figuras esperables de la guerra como aquellas absurdas o sin sentido (aparente): hay un enfoque lírico y épico de la guerra que sólo puede verse en este de-construir y re-montar. El montaje es una forma de *conocer* pero además de apropiarse de esa exposición políticamente. El método de montaje es imprescindible para pensar la construcción de los memes, más allá de que hoy por hoy, con la existencia de las plataformas estandarizadas que permiten su creación hay una formalización en la construcción de algunos estilos comunes⁴. Sin embargo, la colisión y disposición de figuras provenientes de fuentes heterogéneas reviste un carácter que evoca la práctica brechtiana: lo esperable sumado al sinsentido para entender una experiencia en sí misma a veces caracterizada como absurda.



Figuras 10-12: imagen y guerra. De izquierda a derecha, figuras montadas en el *Kriegsfiel* de B. Brecht (de A. Hitler ridiculizado y W. Churchill expuesto) junto a un meme de D. Trump de la serie *Memes Civil War* ante el conflicto de EEUU con Siria (2018)

Un elemento fundamental para entender el montaje en todas estas propuestas visuales es la *imaginación*: ante un inmenso archivo de imágenes heterogéneas y anacrónicas es necesario tomar el riesgo que implica *imaginar* (Didi-Huberman 2010). Poner en una disposición conjunta elementos de diversas procedencias implica generar un encuentro significativo que sólo la imaginación permite y que se yergue como una forma de re-pensar la historicidad y su construcción. Ni los memes ni el ABC de Brecht están “contando” la historia o narrándola; no se trata de contar de hecho, sino de interpretar

4 Por ejemplo, el sitio ya mencionado <https://memegenerator.net/>

sus síntomas. En esta nueva visión que hace a una construcción de la historia como anacronismo también se está configurando una forma de memoria (inconsciente pero eficaz y activa). Como propone Didi-Huberman (2010) (y se puede pensar para el caso de los memes), para saber hay que imaginar pero también hay que tomar posición. Un punto de arranque para esta aproximación y toma de posición es el humor (irónico, oscuro, punzante) que sobrevuela todas estas imágenes comentadas; como proponía Benjamin (2008), el mejor punto de arranque para el pensamiento es la risa que conmociona primero al diafragma (al cuerpo) y luego al alma (dislocación del pensamiento). La risa opera cognitivamente, siendo por tanto un arma ante la estetización de la política y la miseria que preocupaba a Benjamin. Siguiendo a Burucúa (2007), debemos “[aprender] de qué modo quienes ríen han de contagiarse el movimiento los unos a los otros y así al crecer la risa de uno en otro, llevarla al colmo y hacer que hasta los muertos ríen” (p. 108).



Figuras 12-17: imagen y guerra. De izquierda a derecha. Arriba; meme de la serie realizada a partir de este soldado del ejército rebelde sirio que generó sensación en EEUU (por lo atractivo). Abajo, retomando la famosa fotografía de R. Capa, un meme que forma parte de la cadena de imágenes antibélicas. A continuación, arriba, un meme que ridiculiza al líder norcoreano, en una serie muy habitual donde él se encuentra envuelto en conversaciones cuyos malos entendidos resultan fatales. Abajo, un meme que pone en tela de juicio la prédica liberadora del ejército norteamericano en territorios sirios. Finalmente, un “meta-meme” que da cuenta de la importancia que estas imágenes tienen en nuestra cultura visual contemporánea (del sitio web *classicalartshit*)

A modo de cierre: conclusiones

A lo largo de este trabajo, se intentó recomponer una posible genealogía para pensar a los memes que hoy circulan por las redes sociales. Formando parte del circuito de las llamadas “imágenes pobres”, se hizo hincapié en la continuidad de las mismas con experiencias visuales previas (desde los grabados satíricos del siglo XVI hasta los montajes utilizando la prensa gráfica de B. Brecht). Además de recuperar una tradición que ha usado el humor para defender posiciones políticas vinculadas a contextos específicos, se dio cuenta de una relación entre un tipo de imagen (satírico-humorística) y una técnica concreta: el montaje. Reponiendo una práctica de “montar” que retoma conceptualizaciones del historiador del arte Aby Warburg, se buscó pensar la necesidad de hacer colisionar elementos disímiles y heterogéneos para generar una nueva forma de conocer: un saber-

montaje, o sea, un saber basado en el movimiento y el choque. En parte, se retomaron imagerías propias de momentos históricos con un alto nivel de polarización social, como ser modelos contrapuestos compitiendo en una elección electoral (caso de Argentina en 2015) así como conflictos bélicos, en tanto experiencia histórica *per se* fragmentada (como es el caso de la Segunda Guerra Mundial que intentó exponer Brecht o el actual conflicto entre Estados Unidos y Siria). La relación entre el momento histórico y sus características, por un lado, con estas imágenes creadas a partir del montaje por otro, permite pensar una conexión entre las condiciones de existencia de las imágenes y las imágenes en sí mismas. Esto se vuelve importante cuando nos encontramos con una conceptualización de imágenes como los memes en tanto imágenes de poca categoría o que no merecerían ingresar al campo de los estudios visuales. En este trabajo, se buscó dar cuenta de todo lo contrario: los memes son parte de nuestra manera de mediar con el mundo y sus condiciones históricas; y son parte de la economía visual que nos toca habitar -aunque no sean las únicas imágenes que consumimos. Volviendo al primer planteo de este escrito, si alguien viniera del pasado y nos preguntara cuál es hoy nuestra relación visual, creadora de subjetividades y organizadora en parte de la experiencia vital, podríamos decir que es ésta que los memes coadyuvan a crear. Una relación visual absolutamente vinculada con su presente pero que se para en los dispositivos y soportes previos, dado que todo medio -como se ha dicho- evoca a los anteriores. Este trabajo implica una apuesta por asumir, en tanto investigadores e investigadoras, la cultura visual que nos interpela, sencillamente, porque es la que vivimos y en la que estamos insertos. Asimismo, cabe aclarar que la idea de genealogía que aquí se recupera no es aquella que busca un origen primigenio sino la que recorre todas las huellas que las imágenes dejan, cual gesto fantasmal, a lo largo del tiempo en tanto proceso. Ante la imagen debemos preguntarnos cómo esta es posible, en un mundo donde -mediante la guerra por ejemplo- tantas de ellas han sido destruidas. Finalmente, y para concluir, la metodología de trabajo aquí propuesta (y dispuesta) es también la del montaje: un montaje crítico que permita crear -o eso intenta al menos- un saber crítico, que disloque lo que vemos para así lograr dislocar el pensamiento.

Referencias Bibliográficas

- Agamben, G. (2002) *Medios sin fin*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- Benjamin, W. (2008) *El autor como productor*. Santiago de Chile: CEME.
- Benjamin, W. (2003) *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. México DF: Itaca.
- Bredenkamp, H (2017) *Teoría del acto icónico*. Madrid: Akal.
- Burucúa, J. (2007) *La imagen y la risa*. Cáceres: Periferia.
- Díaz-Duhalde, S. (2015) *La última guerra. Cultura visual de la Guerra contra el Paraguay*. Buenos Aires: Sans Soleil.
- Didi-Huberman, G. (2017) *Sublevaciones*. Buenos Aires: MUNTREF.
- Didi-Huberman, G. (2016) *¡Qué emoción! ¿Qué emoción?* Buenos Aires: Capital Intelectual.
- Didi-Huberman, G. (2012) *Pueblos expuestos, pueblos figurantes*. Buenos Aires: Manantial.
- Didi-Huberman, G. (2010) *Cuando las imágenes tocan lo real*, Madrid: Círculo de Bellas Artes.
- Didi-Huberman, G. (2008) *Cuando las imágenes toman posición*. Madrid: Machado Libros.
- Gruzinski, S. (2016) *La guerra de las imágenes. De Cristóbal Colón a "Blade Runner" (1492-1990)*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Gutiérrez De Angelis, M. (2016) "Del Atlas mnemosyne a GIPHY: La supervivencia de las imágenes en la era del GIF", *e-imagen Revista 2.0*, (3), 2362-4981.
- Michaud, P. (2017) *Aby Warburg y la imagen en movimiento*. Buenos Aires: Libros UNA.

- Pestarino, J. y Winckler, G. (2018) "Memes políticos: apropiabilidad digital en la web 2.0". *Artefacto visual* 3 (4), 2530-4119.
- Plevriti, V. (2014) *Satirical user-generated memes as an effective source of political criticism, extending debate and enhancing civic engagement*. Coventry: Centre for Cultural Policy Studies-University of Warwick.
- Shifman, L. (2013) "Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker", *Journal of Computer-Mediated Communication*.18 (3), 362-377, doi: 10.1111/jcc4.12013
- Steyerl, H. (2016) "En defensa de la imagen pobre" en *Los condenados de la pantalla*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Vives-Ferrándiz Sánchez, L. (2015) "(No) son sólo imágenes: iconoclasia y yihad 2.0", *Anuario del Departamento de Historia y Teoría del Arte*, 27, 1130-5517.

BIO



Greta Winckler es Licenciada en Ciencias Antropológicas por la Universidad de Buenos Aires (UBA), donde actualmente realiza su doctorado en Antropología Social como becaria interna del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET-Argentina). Sus investigaciones giran en torno a diversos tópicos a partir de los aportes de la Antropología de la Imagen, como ser fundamentalmente la cultura visual de la web 2.0, la iconografía política latinoamericana y estudios de imagen e infancia. Es profesora e investigadora del Área de Antropología Visual de la Facultad de Filosofía y Letras (UBA).