

Mimes and memes

La definició de cultura entesa de manera informacional progressa com a protagonista en l'era precisament (i no per casualitat) de la comunicació.

L' "agilitat il·lustradora" dels nostres dies ens empeny a concebre la cultura bàsicament com a informació transmesa. Entre membres d'una mateixa espècie, per aprenentatge social mitjançant la imitació, per ensenyament o per assimilació, la informació cultural és difosa per mitjans diversos a través de les unitats de propagació cultural.

El mecanisme de generació i circulació d'idees és tan complex que s'escapa de l'abast explicatiu de les teories clàssiques de la informació o de la comunicació, així com dels estudis basats en els mecanismes de difusió o transmissió cultural d'antropòlegs o sociòlegs. A la anomenada comunament "transmissió cultural" intervé clarament a més un procés d'assimilació mental i afectiu interactiu amb el mitjà (cultural). La idea de "la roda radiada", que s'utilitza en les teories de la informació cultural per il·lustrar la idea replicada (independentment de si la pròpia idea/imatge representa informació cultural o ho és la tècnica que va portar a generar-la), es va difondre i va assimilar per imitació en un context, un mitjà cultural que manifestava els trets propis d'un procés evolutiu. Les idea (valgui la redundància) que les bones idees perviuen i les dolentes moren necessita un matís segons l'evolucionisme. Una idea doncs serà pròpiament bona si és capaç de replicar-se a si mateixa amb èxit. Per tant si una idea "bona" no aconsegueix replicar-se adequadament desapareix.

La informació cultural transmissible d'un individu a un altre, d'una ment a una altra o d'una generació a la següent és encunyada amb el terme "meme" neologisme creat pel biòleg Richard Dawkin per la seva semblança fonètica amb "gene" (introduït per Wilhelm Johansen 1909 per designar la unitats mínimes de transmissió d'herència biològica) que apunta també a la idea, donat la seva semblança en l'arrel, amb memòria i mimesi.

De la mateixa manera que la vida evoluciona segons les lleis de la supervivència diferencial dels gens, la cultura evoluciona mitjançant la supervivència diferencial dels replicadores culturals, "memes" sotmesos també socialment a un procés de selecció. O almenys això postulen els etòlegs i biòlegs que prefereixen de totes, totes, parlar d'evolució en comptes de transmissió cultural.

R.Dawkins a la seva tesi postula dos processadors informatius diferents: el genòmic, informació transmesa, processada, per herència i el cerebral, que permet processar la informació cultural rebuda per ensenyament, imitació (mimesi) o assimilació. Aquesta informació es divideix en idees, conceptes, tècniques, habilitats, costums.... categories en definitiva generadores de cultura.

Els trets culturals o "memes" es repliquen de manera conductual. Mentre els cromosomes són unitats naturals que funcionen de forma independent a les nostres accions, les dimensions culturals són fruit de la nostra construcció. La complexíssima equació que hauria d'explicar el mecanisme cultural no es resol amb la suma de les formes conductuals, sinó de la informació que les especifica.

Interessant resulta adonar-nos de la paradoxa que ens presenta la cultura de la informació en la qual la veracitat no es formula com a condició *sine qua non* per a la difusió de la informació cultural. Els memes són indiferents a la veritat, com els gens són aliens a

qualsevol teleologia. Una finalitat veraç en aquest mitjà (internet) no val tant com la seva capacitat "viral".

En prendre internet la terminologia meme, situa a "la xarxa de xarxes", aquest entramat des-enentramable d'informació, en la posició "genètica" i els nostres caps pensants com a portadors dels "virus".

Som qui som producte de l'evolució biològica i de l'evolució cultural resultat d'interactuar amb altres jos.

En el jaç de "mort del subjecte" un troba que el meme d'internet retrata l'important actiu que representa la curiositat en la cultura actual, en el que podríem anomenar cultura de la curiositat, la cultura al cap i a la fi de l'entreteniment.

El fet de combinar un codi comunicatiu que presumeix de frivolitat i que pregunta, dubta, però de forma afirmativa, amb una capa de text reflexiu sobre la pròpia representació visual, així com sobre la memètica, genera una imatge que ens resulta usual (existeixen els meta-memes) i alhora obre un plànol interessant, crec, sobre l'*spam* cultural.

A *Mimes and Memes* les peces fotogràfiques i de text (tot en un mateix plànol) generades sobre el mecanisme memètic, seran inserides de nou en un procés de viralització que es transmet per rèplica. Aquesta redundància, exposada mitjançant d'una peça d'art, escapa de la aspiracionalitat pressuposta de l'art, una potencialitat a transmetre i evocar a partir de la subtilesa, de la discreció conceptual.

De la interacció meme amb el mitjà cultural (mecanisme en si mateix de selecció segons la idoneïtat) s'ha deduït, diguem empíricament, que coincideixen els "bons memes" (els replicadors efectius) amb els "memes bons" (que permeten al progrés).

Els memes són idees, creences, comportaments allotjats en la ment d'un o més individus. Si les idees són bones saltaran d'un a un altre.

Mimes and Memes és l'única obra de la meua web que incorpora un botó de *share*, per a compartir, si un ho considera oportú, les imatges meme a través de les xarxes socials.

Aquest projecte, *Mimes and Memes*, és la derivada de *Homeme*, peça-home de la meua nova web, que precisament parla de la apertura de la mateixa segons mecanismes sensacionalistes. Així en *Homeme* (idea original d'aquest projecte) treballa amb imatges provinents d'artistes coneguts, per qui entén d'art contemporani (un públic determinat i no majoritari). Aquestes imatges les versiono en un codi visual i conceptual de la cultura de masses, passant indivisiblement expressions culturals distintes i de diferents orígens i utilitats en una sola. Una experiència cultural mescla d' "animal" "vegetal" (fent referència a l'omnivorisme que postula els estudis d'Oxford John Goldthorpe descrits en "La cultura al món de la modernitat líquida" de Zygmunt *Bauman).

La memètica, una teoria (de l'efectisme) sobre contingut mental i que estudia els models d'evolució cultural, és plenament conscient que el material amb el qual treballa, els memes, deixen al marge la veritat per situar-se en el terreny de l'èxit.

El mim de *Mimes and Memes* replica de manera gestual unes reflexions en format "claim" creades *ex profeso* i que segueixen el codi usat en els memes "clàssics" (Condescending Wonka de *Willy Wonka & The Chocolate Factory*, Morpheus de *Matrix*, Dr. Evil d'*Austin Powers*, Fry de *Futurama*...) a l'una que, en ocasions, evoca subtilment també l'*acting*

d'aquests personatges-meme coneguts. Els missatges funcionen de manera bidireccional, unes vegades van cap al protagonista del meme (el mim ho rep) i en unes altres és el mim el que els expressa.

Allò que hauria de ser una representació gestual d'entitats invisibles: emocions, tendències, dubtes, pensaments, és ara "visible" a l'incorporar el codi escrit sobre una imatge fotogràfica figurativa.

L'eix principal del projecte és de fet la hipòtesi d'un possible èxit de l'acte reflexiu a través de la imatge, que incorpora un missatge textual, i la seva viralització. I és que, de la mateixa forma que el mim replica emocions de forma gestual, un meme d'internet fa el propi a través d'imatge i text.

Les frases compleixen amb aquesta lògica laxa, pròpia del que s'ha creat col·lectivament. D'aquesta manera, habitualment, quan l'accent recau en una de les frases, aquesta té un cos tipogràfic major que la destaca.

La paraula "meme" és el nom curt de "mimeme" (en grec antic *μίμημα mīmēma*, "cosa imitada", de *μιμεῖσθαι mimeisthai*, "imitar" i de *μῖμος*, mim. Així doncs imitador i rèplica es troben en el que és en definitiva una mateixa cosa.

Els memes d'internet viralitzen imatges preses d'aquí i d'allà, procedents d'una societat eminentment lligada a la imatge, culturalment visual. A aquestes se'ls afegeix un text i es van traspasant d'una a altra persona. A *Mimes and Memes* els *copys* de text fan referència precisament a la cultura de la imatge, als sobreentesos i creences referent al mecanisme de representació visual i a una possible relació del missatge fotogràfic amb el textual.

El contrasentit aparent que representa afegir el missatge escrit al mim, situa a *Mimes and Memes* en el terreny de l'absurd. L'enfatització d'una idea, concepte, comportament (un meme, vaja :), facilitada per la lògica de l'irracional, genera una poètica de l'incoherent, avantsala que ens convida a reflexionar sobre els missatges exposats.