

Mimes and memes

La definición de cultura entendida de manera informacional progresa como protagonista en la era precisamente (y no por casualidad) de la comunicación.

La “agilidad ilustradora” de nuestros días nos empuja a concebir la cultura básicamente como información transmitida. Entre miembros de una misma especie, por aprendizaje social mediante la imitación, por enseñanza o por asimilación, la información cultural es difundida por medios diversos a través de las unidades de propagación cultural.

El mecanismo de generación y circulación de ideas es tan complejo que se escapa del alcance explicativo de las teorías clásicas de la información o de la comunicación, así como de los estudios basados en los mecanismos de difusión o transmisión cultural de antropólogos o sociólogos. En la llamada comúnmente “transmisión cultural” interviene claramente además un proceso de asimilación mental y afectivo interactivo con el medio (cultural). La idea de “la rueda radiada”, que se utiliza en las teorías de la información cultural para ilustrar la idea replicada (independientemente de si la propia idea/imagen representa información cultural o lo es la técnica que llevó a generarla), se difundió y asimiló por imitación en un contexto, un medio cultural que manifestaba los rasgos propios de un proceso evolutivo.

La idea (valga la redundancia) que las buenas ideas perviven y las malas mueren necesita un matiz según el evolucionismo. Una idea pues será propiamente buena si es capaz de replicarse a sí misma con éxito. Por consiguiente si una idea “buena” no logra replicarse adecuadamente desaparece.

La información cultural transmisible de un individuo a otro, de una mente a otra o de una generación a la siguiente es acuñada con el término “meme” neologismo creado por el biólogo Richard Dawkin por su semejanza fonética con “gene” (introducido por Wilhelm Johansen 1909 para designar la unidades mínimas de transmisión de herencia biológica) que apunta también a la idea, dado su parecido en la raíz, con memoria y mímesis.

De la misma manera que la vida evoluciona según las leyes de la supervivencia diferencial de los genes, la cultura evoluciona mediante la supervivencia diferencial de los replicadores culturales, “memes” sometidos también socialmente a un proceso de selección. O al menos esto postulan los etólogos y biólogos que prefieren de todas, todas, hablar de evolución en vez de transmisión cultural.

R.Dawkins en su tesis postula dos procesadores informativos distintos: el genómico, información transmitida, procesada, por herencia y el cerebral, que permite procesar la información cultural recibida por enseñanza, imitación (mímesis) o asimilación. Esta información se divide en ideas, conceptos, técnicas, habilidades, costumbres.... categorías en definitiva generadoras de cultura.

Los rasgos culturales o “memes” se replican de manera conductual. Mientras los cromosomas son unidades naturales que funcionan de forma independiente a nuestras acciones, las dimensiones culturales son fruto de nuestra construcción. La complejísima ecuación que debería explicar el mecanismo cultural no se resuelve con la suma de las formas conductuales, sino de la información que las especifica.

Interesante resulta darnos cuenta de la paradoja que nos presenta la cultura de la información en la cual la veracidad no se formula como condición *sine qua non* para la difusión de la información cultural. Los memes son indiferentes a la verdad, como los

genes son ajenos a cualquier teleología. Una finalidad veraz en este medio (internet) no vale tanto como su capacidad "viral".

Al tomar internet la terminología meme, sitúa a "la red de redes", este entramado desenramable de información, en la posición "genética" y nuestras cabezas pensantes como portadores de los "virus".

Somos quienes somos producto de la evolución biológica y de la evolución cultural resultado de interactuar con otros yoes.

En el lecho de "muerte del sujeto" uno encuentra que el meme de internet retrata el importante activo que representa la curiosidad en la cultura actual, en lo que podríamos llamar cultura de la curiosidad, la cultura al fin y al cabo del entretenimiento.

El hecho de combinar un código comunicativo que presume de frivolidad y que pregunta, duda, pero de forma afirmativa, con una capa de texto reflexivo acerca de la propia representación visual, así como acerca de la memética, genera una imagen que nos resulta usual (existen los metamemes) y a la vez abre un plano interesante, creo, acerca del *spam* cultural.

En *Mimes and Memes* las piezas fotográficas y de texto (todo en un mismo plano) generadas sobre el mecanismo memético, serán inseridas de nuevo en un proceso de viralización que se transmite por réplica. Esta redundancia, expuesta mediante de una pieza de arte, escapa de la aspiracionalidad presupuesta del arte, una potencialidad en transmitir y evocar a partir de la sutileza, de la discreción conceptual.

De la interacción meme con el medio cultural (mecanismo en sí mismo de selección según la idoneidad) se ha deducido, digamos empíricamente, que coinciden los "buenos memes" (los replicadores efectivos) con los "memes buenos" (que permiten al progreso).

Los memes son ideas, creencias, comportamientos hospedados en la mente de uno o más individuos. Si las ideas son buenas saltarán de uno a otro.

Mimes and Memes es la única obra de mi web que incorpora un botón de *share*, para compartir, si uno lo considera oportuno, las imágenes meme a través de las redes sociales.

Este proyecto, *Mimes and Memes*, es la derivada de *Homeme*, pieza-home de mi nueva web, que precisamente habla de la apertura de la misma según mecanismos sensacionalistas. Así en *Homeme* (idea original de este proyecto) trabajo con imágenes provenientes de artistas conocidos, para quien entiende de arte contemporáneo (un público determinado y no mayoritario). Estas imágenes las versiono en un código visual y conceptual de la cultura de masas, amasando indivisiblemente expresiones culturales distintas y de diferentes orígenes y utilidades en una sola. Una experiencia cultural mezcla de "animal" "vegetal" (haciendo referencia al omnivorismo que postula los estudios de Osgood John Goldthorpe descritos en "La cultura en el mundo de la modernidad líquida" de Zygmunt Bauman).

La memética, una teoría (del efectismo) acerca de contenido mental y que estudia a los modelos de evolución cultural, es plenamente consciente de que el material con el que trabaja, los memes, dejan al margen la verdad para situarse en el terreno del éxito.

El mimo de *Mimes and Memes* replica de manera gestual unas reflexiones en formato "claim" creadas *ex profeso* y que siguen el código usado en los memes "clásicos" (Condescending Wonka de *Willy Wonka & The Chocolate Factory*, Morpheus de *Matrix*, Dr. Evil de *Austin Powers*, Fry de *Futurama*...) a la par que, en ocasiones, evoca sutilmente también el *acting* de estos personajes-meme conocidos. Los mensajes funcionan de manera bidireccional, unas veces van hacia protagonista del meme (el mimo lo recibe) y en otras es el mimo el que los expresa.

Aquello que debería ser una representación gestual de entidades invisibles: emociones, tendencias, dudas, pensamientos, es ahora "visible" al incorporar el código escrito sobre una imagen fotográfica figurativa.

El eje principal del proyecto es de hecho la hipótesis de un posible éxito del acto reflexivo a través de la imagen, que incorpora un mensaje textual, y su viralización. Y es que, de la misma forma que el mimo replica emociones de forma gestual, un meme de internet hace lo propio a través de imagen y texto.

Las frases cumplen con esa lógica laxa, propia de lo que se ha creado colectivamente. De este modo, habitualmente, cuando el acento recae en una de las frases, esta tiene un cuerpo tipográfico mayor que la destaca.

La palabra "meme" es el nombre corto de "mimeme" (en griego antiguo *μίμημα* *mīmēma*, "cosa imitada", de *μιμεῖσθαι* *mimeisthai*, "imitar" y de *μῖμος*, mimo. Así pues imitador y réplica se encuentran en lo que es en definitiva una misma cosa.

Los memes de internet viralizan imágenes tomadas de aquí y de allá, procedentes de una sociedad eminentemente ligada a la imagen, culturalmente visual. A estas se les añade un texto y se van traspasando de una a otra persona. En *Mimes and memes* los *copys* de texto hacen referencia precisamente a la cultura de la imagen, a los sobreentendidos y creencias al respecto del mecanismo de representación visual y a una posible relación del mensaje fotográfico con el textual.

El sinsentido aparente que representa añadir el mensaje escrito al mimo, sitúa a *Mimes and Memes* en el terreno del absurdo. La enfatización de una idea, concepto, comportamiento (un meme, vaya :), facilitada por la lógica de lo irracional, genera una poética de lo incoherente, antesala que nos invita a reflexionar sobre los mensajes expuestos.