

MITO MODERNO Y PROCESO DE MITIFICACIÓN

José Manuel Losada Goya

jlosada@filol.ucm.es

Universidad Complutense de Madrid

Introducción	2
Un mito moderno: Don Juan.....	3
Un objeto mitificado: el tabaco y sus análogos.....	6
Un objeto moderno y extraordinario	7
El proceso mitificador social.....	9
Lo moderno y la modernidad	10
Un tipo mítico: el individuo histórico mitificado.....	17
Conclusión.....	25
Bibliografía	26
Debate posterior	28

MITO MODERNO Y PROCESO DE MITIFICACIÓN

José Manuel Losada Goya
jlosada@filol.ucm.es

Universidad Complutense de Madrid

Introducción

En el artículo titulado “Mitología: «hacia» la Edad Media; el sincretismo mitológico medieval”, en este mismo proyecto, he ofrecido una definición de mito que aquí sintetizo:

Relato oral, estructuralmente sencillo, de un acontecimiento extraordinario, privado de testimonio histórico y dotado de ritual, con carácter conflictivo, funcional y etiológico.

Paralelamente, he abordado dos factores esenciales de los mitos en la Edad Media: la distancia vital y el sincretismo religioso.

El primer factor se enmarca en una estética de la recepción. Este factor, función de intermediación del mundo medieval entre el mundo antiguo y el nuestro, explica una característica de la percepción de los mitos medievales por el hombre del siglo XXI. El hombre actual mantiene con los mitos medievales una mayor “cercanía o compromiso vital” que con los mitos antiguos, a pesar de la “cercanía intelectual” que éstos mantienen con nosotros debido al imponente legado cultural del mundo grecorromano, así como al discurso renacentista e ilustrado sobre un pretendido oscurantismo medieval.

El segundo factor se enmarca en una fenomenología de la conciencia mítica. Este factor, interacción entre las principales creencias religiosas europeas supervivientes tras la caída del imperio romano (celta, cristiana, germánica), explica una característica de la vivencia de los fenómenos mitificados por el hombre. Las manifestaciones de la conciencia mítica medieval ayudan a comprender la nueva configuración mitológica occidental, tal y como ha quedado descrita en aquel artículo.

Esta doble reflexión sobre los mitos originados en la Edad Media ha permitido identificar algunas de sus características propias según factores de percepción por el crítico contemporáneo o por el hombre medieval.

Paralelamente, ha permitido concluir que esos factores no exigen una nueva definición del mito para la época medieval: la definición primera permanece idéntica y válida para los mitos de la Edad Antigua y de la Edad Media.

Compete ahora aplicar esa definición a los mitos originados en la Edad Moderna (al menos, a uno de los más emblemáticos) con el fin de confirmar su pertinencia y, si fuera preciso, detectar los elementos distintivos de los mitos modernos. El concepto “Edad Moderna” es polisémico y depende en gran medida de los presupuestos epistemológicos que se adopten. Entre sus múltiples acepciones, esta época quizá comience históricamente con la formación de los Estados modernos (o con la caída de Constantinopla, o con el descubrimiento de América); su límite presenta fronteras cronológicas aún más indefinidas: quizá llegue sólo hasta el final del Antiguo Régimen, o hasta la revolución industrial, o hasta las guerras mundiales (lo que implicaría que ahora estaríamos en una nueva época, la posmodernidad); quizá sea preferible adoptar una postura modesta y no arrogarnos el prurito de haber creado una nueva época. Lejos de categorías históricas, aquí consideraré la literatura comprendida desde el humanismo renacentista hasta nuestros días.

Procederé de igual modo que en el artículo anterior. Allí me centraba en un objeto medieval, el *Franks Casket*, para abordar el sincretismo religioso de los mitos medievales. Aunque sea un factor común a todas las épocas, el sincretismo religioso predomina en la medieval y, a mi juicio, se presenta metodológicamente indispensable para comprender la evolución de los mitos en el periodo comprendido entre la caída del imperio romano y la Edad Moderna. Aquí me centraré en un mito literario moderno (Don Juan) y en un objeto moderno mitificado (el tabaco). Dado que nuestro modo de percibir los mitos es inseparable de nuestra situación cronológica dominada por las categorías de la posmodernidad, abordaré el “mito” del tabaco y el tipo del individuo histórico mitificado (Napoleón, Stalin, el Che) desde nuestra perspectiva contemporánea.

Un mito moderno: Don Juan

Como todo mito, el de Don Juan comprende una serie de elementos invariantes. En su caso, son tres: un héroe o protagonista con nombre

inconfundible (incluso traducido a otras lenguas), un grupo femenino (aunque algunas versiones sólo se centran explícitamente en una), una estatua convidada a cenar por el héroe. Estos tres elementos constantes mantienen entre sí una íntima relación: el héroe desafía y sella un pacto con un ser ultramundano, víctima suya en el pasado y pariente (habitualmente el padre) de una de las mujeres ultrajadas por el héroe. El resto de elementos (el criado, el rey, la sociedad) puede variar en número, relevancia y función. En fin, como en todo mito, los elementos invariantes pueden ser reducidos a temas constitutivos; en el mito de Don Juan observo dos: seducción y trascendencia. Estos temas admiten también su desarrollo: la seducción es múltiple (la poligamia del héroe provoca la ofensa de las mujeres), la trascendencia es desafiada y desafiante, primero en forma de convite, después en forma de enfrentamiento o duelo.

La aplicación de mi definición de mito a esta serie de invariantes puesta en forma de relato es en parte perfecta y en parte imperfecta, al menos en apariencia. Lo que se ha dado en llamar el mito de Don Juan da cumplida cuenta de la estructura simple de un acontecimiento extraordinario, privado de testimonio histórico y dotado de ritual, de carácter conflictivo, funcional y etiológico; sin embargo la transmisión oral o pretextual del mito exige un reajuste o, cuando menos, una explicación. Esta transmisión se desprende, en las mitologías primitivas, griega y medieval, del tiempo alejado y de una transmisión inicialmente oral¹.

¹ “Un mito remite siempre a acontecimientos pasados: «antes de la creación del mundo», o «en los primeros tiempos», en cualquier caso, «hace mucho tiempo»” (*“Un mythe se rapporte toujours à des événements passés: «avant la création du monde», ou «pendant les premiers âges», en tout cas «il y a longtemps»*”) (“La structure des mythes” en Lévi-Strauss, I, 1979: 239). “El mito cuenta una historia sagrada; relata un acontecimiento que ha tenido lugar en el tiempo primigenio, el tiempo fabuloso de los «comienzos»” (*“Le mythe raconte une histoire sacrée; il relate un événement qui a eu lieu dans le temps primordial, le temps fabuleux des «commencements»*”) (Eliade, 1963: 16). “Ciertamente, en las sociedades arcaicas, la mitología era muy importante, y sobre todo disponemos de textos mitológicos. Pero los mitos no se dejan comprender si se los separa de la vida de los hombres que los cuentan” (*“Certes, dans [les] sociétés archaïques, la mythologie était fort importante et c’est surtout de textes mythologiques que l’on dispose. Mais les mythes ne se laissent pas comprendre si on les coupe de la vie des hommes qui les racontent”*) (Dumézil, I, 1968: 10). “El mito pertenece a un pasado que su alejamiento confina, inexorablemente, a la oscuridad; la historia, escrita en presente, comporta reglas estrictas que delimitan su campo y rechazan, por no poder aplicarlo, todo lo que tiene que ver con un pasado lejano. [...] Por oposición al relato histórico, controlado, verídico, útil, el mito es relegado al tiempo antiguo” (*“Le mythe appartient à un passé que son éloignement voue, sans recours, à l’obscurité; l’histoire, écrite au présent, comporte des règles strictes qui délimitent son champ et en rejettent, faute de pouvoir s’y appliquer, tout ce qui relève du passé lointain. [...] Par opposition au récit historique, contrôlé, véridique, utile, le mythe est rejeté dans l’ancien temps”*) (“Frontières du mythe” en Vernant, I, 1996: 817-818).

Contrariamente a otros mitos antiguos y medievales, el de Don Juan surge de un texto escrito datado con alguna precisión: *El burlador de Sevilla*, comedia del primer tercio del siglo XVII, atribuida a Tirso de Molina, centrada en el joven caballero que seduce a dos damas nobles y dos campesinas antes de fallecer durante el convite con la estatua del comendador de Ulloa. La objeción es obvia: en principio, no parece justificable que un texto escrito, identificado y disponible origine toda una serie de relatos subsiguientes, que dé vida y recorrido propios a un mito. Hay, no obstante, razones que autorizan a hablar del mito de Don Juan a pesar del lastre impuesto por *El burlador*. En primer lugar, el mito de Don Juan ha experimentado en la historia literaria una evolución autónoma respecto a este texto fundador, incluso independiente en cientos de textos posteriores que no conservan ni tan siquiera la estructura de la pieza originaria. En segundo lugar, si es cierto que la pieza cuenta con un autor y un tiempo más o menos precisos, no lo es menos que también dispone de motivos estructurantes que obran en el imaginario colectivo de España y de los pueblos europeos desde tiempos inmemoriales: la presencia de un muerto vivo (agente de ligazón con lo sagrado), la afrenta sacrílega al muerto o a la estatua que lo figura, el “ilógico” convite a un muerto para cenar, son motivos que circulan por las leyendas ancestrales de toda Europa². Sin ánimo de disminuir el valor, incuestionable, del *Burlador de Sevilla*, su autor “sólo” ha dado forma literaria escrita a una tradición oral realmente mítica. Esta aclaración permite incluir el relato de Don Juan en la categoría de mito arriba definida.

Por conservar el paralelismo con el artículo dedicado a la Edad Media, abordaré a continuación la cuestión de la especificidad de los mitos modernos y la identificación de factores propios de la mitificación en la Edad Moderna.

No considero que el mito de Don Juan permita deducir la existencia de mitos específicamente modernos: los temas de la seducción o la trascendencia, los motivos de la infidelidad a la mujer, del muerto vivo o del desafío a la trascendencia no son privativos de ningún periodo en la historia de las ideas y mentalidades. Tampoco parece permitirlo la larga serie de mitos originados en la Edad Moderna: ni Fausto ni otros mitos abordados en este proyecto

² Said Armesto, 1946: 27-47 y 93-134; Rousset, 1976: 5-7.

contienen elementos míticos distintivos de esta edad. La existencia de mitos en la Edad Moderna no respalda la identificación de una característica exclusiva de estos mitos ni, por generalización, el establecimiento de una categoría de mitos propiamente modernos. Dicho de otro modo: la denominación de mitos “antiguos”, “medievales” y “modernos” es meramente cronológica; son mitos que han surgido *en* la Antigüedad, *en* la Edad Media o *en* la Edad Moderna. En clave de estética de la recepción, cabría decir que la percepción que un público moderno predispuesto al proceso de mitificación pueda tener de un mito, una ideología o un objeto modernos mitificados no difiere en gran medida de la percepción que un público antiguo o medieval igualmente predispuestos tuvieran de mitos, ideologías u objetos mitificados. Don Juan, percibido por un espectador moderno no difiere, en sentido mítico, de Fedra ni del Grial percibidos por un griego o un bretón contemporáneos a esos mitos. Los mitos modernos son sencillamente los personajes, ideologías u objetos mitificados en la Edad Moderna.

Ahora bien, si la reflexión de los mitos en la Edad Media nos había conducido a identificar unas características exclusivas en nuestra percepción de ese periodo (la cercanía vital) o en la coloración particular que los hombres medievales daban a los mitos (el sincretismo religioso), la reflexión sobre los mitos en la Edad Moderna debería permitirnos la identificación de algunas características también particulares a nuestro modo actual de percibirlos o, cuando menos, al modo como los hombres del periodo moderno los han percibido.

Un objeto mitificado: el tabaco y sus análogos

Comenzaré por el modo como se ha percibido un objeto mitificado en la Edad Moderna: el tabaco y, por extensión, diversas formas de inhalación herbaria: el opio, el hachís, etc. Paralelamente, describiré lo que me parece es inseparable a todo mito: el proceso mitificador o de mitificación.

Parto de un texto extraído precisamente de la versión que Molière ofrece del mito de Don Juan. La comedia comienza con el panegírico de Sganarelle sobre el tabaco:

Digan lo que digan Aristóteles y toda la filosofía, no hay

nada igual al tabaco; es la pasión de la gente cultivada, y el que vive sin tabaco no es digno de vivir. No sólo alegra y purifica los cerebros humanos, sino que también inculca la virtud en las almas y aprendemos con él a ser discretos. ¿No veis acaso de qué manera, desde que lo empezamos a tomar, nos comportamos con todo el mundo y cuánto nos gusta ofrecerlo a nuestro alrededor, estemos donde estemos? Ni siquiera esperamos a que nos lo pidan, y nos adelantamos al deseo de la gente; a tal punto es verdad que el tabaco inspira sentimientos de honor y de virtud a todos los que lo toman (Molière, 1981: 139)³.

En el siglo XVII francés no hay unanimidad sobre el tabaco. A un lado están los enemigos acérrimos por razones de salud y de moral social (se fuma en los “cabarets de tabaco” y otros antros de disolución); al otro lado están los defensores a ultranza, también por razones de salud (es considerado un remedio por médicos y se vende sólo en farmacias o boticas) e incluso de moral social⁴. No son ni las consecuencias nefastas ni las facultades curativas las que hacen del tabaco un objeto único: cualquier sangría de un cirujano acarrea semejantes efectos malignos y virtudes purgativas en la circulación de la sangre y los vapores del cerebro, sin que por ello este recurso médico se haya convertido en un mito.

Un objeto moderno y extraordinario

Unas observaciones botánico-geográficas y literarias pueden ayudar a comprender el alcance del texto en nuestro análisis. En primer lugar, las botánico-geográficas. El tabaco que elogia Sganarelle es una planta de olor fuerte y propiedades narcóticas, originaria de América. Similares peculiaridades tienen otros tipos de hierbas: la adormidera de la que se extrae el opio procede de Oriente y es un estupefaciente; el cáñamo índico del que se obtiene el hachís tiene análogas propiedades estupefacientes e hipnóticas. En segundo lugar, las observaciones literarias. De acuerdo con la retórica tradicional, un personaje secundario debe comenzar la acción de la obra teatral. Sin embargo, Sganarelle no habla como un criado, sino como un

³ “*Quoi que puisse dire Aristote et toute la Philosophie, il n'est rien d'égal au tabac: c'est la passion des honnêtes gens, et qui vit sans tabac n'est pas digne de vivre. Non seulement il réjouit et purge les cerveaux humains, mais encore il instruit les âmes à la vertu, et l'on apprend avec lui à devenir honnête homme. Ne voyez-vous pas bien, dès qu'on en prend, de quelle manière obligeante on en use avec tout le monde, et comme on est ravi d'en donner à droite et à gauche, partout où l'on se trouve? On n'attend pas même qu'on en demande, et l'on court au-devant du souhait des gens: tant il est vrai que le tabac inspire des sentiments d'honneur et de vertu à tous ceux qui en prennent?*” (Molière, I, 1971: 31-32).

⁴ *Vid.* Molière, I, 1971: 1300.

burgués culto; su discurso es galante, como muestra el prolijo uso de metáforas, y su modelo es el *honnête homme* (término explícito en el original francés), como muestra su aprecio de la cortesía y la conversación.

El texto de Molière no permite afirmar que el tabaco sea considerado como un mito en 1665. Sin embargo, las observaciones previas apuntan en otra dirección: asientan una serie de elementos operativos en el proceso mitificador que el tabaco ha conocido con posterioridad hasta un tiempo relativamente cercano al nuestro. Un elemento esencial es la singularidad; el tabaco es único. Su origen le confiere un carácter exótico, mayor aún en los siglos XVI a XVIII, donde los productos de las Indias occidentales gozan de un aprecio semejante al de las especias procedentes de las Indias orientales en los siglos XIV a XVI. Al igual que las especias, el tabaco ostenta además el valor añadido de lo superfluo, de la sociedad que ha alcanzado cierta opulencia y puede permitirse el lujo de lo innecesario; la patata, planta de la familia de las solanáceas y procedente de América, idéntica por tanto al tabaco en taxón biológico y procedencia geográfica, produce un tubérculo incomparablemente más provechoso para la subsistencia humana, sin que por ello se haya convertido en un mito. El tabaco adquiere así una función distintiva respecto a otras plantas: su carácter exótico y relativamente lujoso aporta la cualidad de lo raro y, en consecuencia, extraordinario.

A esta singularidad del proceso mitificador se añade un aspecto esencial de la Edad Moderna: el intercambio. A diferencia de la historia antigua y medieval, la moderna puede ser leída en términos de economía de mercado. Si todas las economías conllevan la noción de sueldo, este medio de pago cobra particular realce en la moderna. En la célebre escena que concluye *Don Juan*, Sganarelle se lamenta precisamente por no haber recibido su sueldo: “¡Ah, mi salario, mi salario!”⁵. Más importante aún, esta economía basada en el mercado presupone la movilidad, el paso generalizado de las antiguas economías de subsistencia a la circulación de bienes de consumo, la invención de maquinaria sofisticada y, conjuntamente, la noción de progreso y un nuevo concepto de libertad. Hasta entonces el hombre libre es el esclavo manumiso o liberto de su patrono, ahora lo es el independiente económicamente (Barbéis, 1993: 13-

⁵ “*Ah! mes gages, mes gages!*”.

14). Al margen de estas consideraciones económicas (entre las que no se puede ignorar la dimensión especulativa de las materias procedentes de Indias), el tabaco definido por Sganarelle es, sobre todo, objeto de intercambio civilizado. En sintonía con Montaigne y Stefano Guazzo, el criado de Don Juan sostiene un modelo de hombre cortés y “artista” de la conversación, incapaz de enfadarse por nada, paradigma de la civilidad. Todas estas virtudes se concitan en el fumador gracias al tabaco. Este objeto de intercambio adquiere así la función de elevar socialmente al hombre que lo inhala, función enaltecedora que revierte en el mismo objeto que, si no la causa, al menos la favorece.

El tabaco se presenta, por tanto, como un objeto en el que concurren diversos elementos paradigmáticos de la Edad Moderna y, lo veremos más adelante, una aptitud particular para sufrir el proceso mitificador en determinadas circunstancias. En primer lugar, su singularidad por razón geográfica lo inscribe entre los descubrimientos emblemáticos de esta época, al tiempo que su singularidad por razón química le confiere un carácter extraordinario. En segundo lugar, su cualidad de objeto superfluo y sometido a la especulación en una sociedad de mercado lo inscribe dentro de esta misma época, al tiempo que su cualidad de objeto de intercambio civilizado le confiere un carácter enaltecedor. Sin ser todavía un mito, el tabaco está en ciernes de serlo, de sufrir un proceso de mitificación.

El proceso mitificador social

Para que un mito sea un mito se requiere un proceso de mitificación propio de la sociedad que mitifica a una persona o un objeto. Este proceso mitificador, del cual el tabaco ha sido un ejemplo, puede constatarse en nuestro texto gracias a unas observaciones médico-sociales sin las cuales las botánico-geográficas y literarias quedan en buena medida inoperantes. Dos indicios sugieren que Sganarelle refiere su apología del tabaco al tabaco rapé o rallado. El primero, la didascalía, donde se indica que el criado aparece “*con una tabaquera en la mano*” (no una pitillera, *étui à cigarettes*); el segundo, la mención que el criado hace de la virtud purificadora del tabaco sobre “los cerebros humanos”. El tabaco en polvo se conserva en una tabaquera como la que el criado sostiene en su conversación con Guzmán. La tabaquera misma

constituye una auténtica moda: los “elegantes” del momento son capaces de maniobrar con una sola mano distintos tipos de tabaqueras provistas de un sistema de apertura con muelle; el continente aporta así una cualidad suplementaria y distintiva al contenido. En el siglo XVII, este tabaco rallado goza aún de mayor consideración social que el tabaco de fumar:

El estornudo que provoca es de gran provecho para el cerebro saturado de vapores, purgando los humores crasos de los ventrículos del cerebro y ayudando considerablemente a escupir los vapores espesos⁶.

A estos efectos benéficos se añade el ritual de la manipulación del tabaco mismo: conviene “sostenerlo durante un tiempo entre los dedos antes de llevárselo a la nariz y sorberlo con tiento al aspirarlo”⁷. En fin, los fanáticos del rapé acostumbran a llevar en su bolsillo un rollo o andullo que rallan según sus gustos.

Hemos visto que la singularidad y el intercambio albergan características modernas y extraordinarias del tabaco; a ellas se han unido las facultades saludables, el atractivo de la moda y la sofisticación del ritual. La conjunción de aquellas características botánico-geográficas y literarias, unidas a estas médico-sociales, coloca al tabaco en una posición privilegiada que ulteriores elementos contribuirán a sublimar hasta conferirle un estatuto mítico en la Edad Moderna.

Lo moderno y la modernidad

Un resumen de la evolución del campo semántico de lo moderno ayudará a entender el tránsito de la categoría histórica a la categoría estética operado en la conciencia occidental de lo antiguo a lo moderno⁸. Posteriormente veremos su relación con la moda y su aplicación a los textos literarios.

⁶ *Traité du tabac ou nicotine, panacée petum, autrement herbe à la reine, avec sa préparation et son usage pour la plupart des indispositions du corps humain*, par J. Neander, trad. par J.-V., Lyon, 1626, p. 95, cit. Molière, I, 1971: 1300.

⁷ “[Il convient de] tenir quelque temps le tabac avant de le porter à son nez et de renifler avec justesse en l’y recevant”, F. de Caillères, *Des mots à la mode*, 1693, cit. Molière, I, 1971: 1300.

⁸ La evolución aquí está reducida a su mínima expresión; para un desarrollo más extenso, *vid.* “La «modernité» dans la tradition littéraire et la conscience d’aujourd’hui”, en Jauss, 1978: 173-229.

El término *modernus* irrumpe en el bajo latín de finales del siglo V; etimológicamente procede de *modo*: “ahora mismo”, “ahora”, “actualmente”. *Modernus* no designa lo que es nuevo, sino lo que es presente, actual y contemporáneo al que habla o escribe. Un siglo después se percibe la oposición conceptual entre la Antigüedad clásica y el presente —“moderno”—: la pareja *antiqui et moderni* designa ya la civilización romana contemplada desde la perspectiva histórica del imperio de los actuales godos; se puede imitar a los antiguos, pero se debe instituir para los modernos: *Antiquorum diligentissimus imitator, modernorum nobilissimus institutor*, reza la fórmula utilizada por Casiodoro en su carta a Símaco. A partir de entonces, lo “moderno” expande su radio de acción: el siglo IX es incluso denominado el “siglo de los modernos”, es decir, el del imperio carolingio frente al romano. En los siglos inmediatos, el término designa ora a los autores cristianos, ora a los introductores de la “nueva filosofía” aristotélica. El neologismo “modernidad” aparece en una relación que Berthold von der Reichenau hace del sínodo convocado por Gregorio VII en 1075 para recordar determinadas prescripciones de los Padres que su “tiempo” (*modernitas nostra*) ha olvidado; la modernidad significa así una edad intermedia entre los tiempos de la Antigüedad cristiana y la reforma pendiente. Apenas hay gran modificación de los términos hasta el célebre saludo de Ulrich von Hutten en su carta de 1518 a Willibald Pirckheimer, en la que canta el renacimiento de los estudios clásicos frente a la barbarie medieval:

¡Oh siglo! ¡Oh ciencia! Es un placer vivir aunque aún no en
silencio. Los estudios florecen, los espíritus (las mentes) se animan.
Tiempo bárbaro, coge una soga y prepárate para el exilio⁹.

Los tiempos del pasado se identifican con las tinieblas y la barbarie. El *Paralelismo entre los antiguos y los modernos* de Perrault (1688-1697) adopta la idea de progreso desarrollada desde Copérnico y Descartes por la ciencia y la filosofía frente a la confianza en el valor intemporal de los modelos antiguos. El principal argumento del ensayo de Perrault (“nosotros somos los antiguos”) sostiene la situación privilegiada de quienes reciben la herencia de

⁹ “O Jahrhundert, o Wissenschaften! Es ist eine Lust zu leben, wenn auch noch nicht in der Stille. Die Studien blühen, die Geister regen sich. Barbarei, nimm dir einen Strick und mach dich auf Verbannung gefast”, *Deutsche Schriften*, P. Ukena, D. Kurze & A. Holborn (eds.), Winkler Verlag, München, 1970: 340. (Célebre frase ya citada en mi artículo sobre la Edad Media).

los predecesores y adquieren una experiencia sensiblemente superior. Quizá la innovación más representativa de los “modernos” ilustrados del siglo XVIII consista en el cambio de perspectiva: miran su siglo convencidos de un inacabable progreso de perfección. Entre las últimas décadas del siglo XVIII y las primeras del XIX, Herder, Friedrich Schlegel, Madame de Staël y Chateaubriand trazan una línea divisoria entre Antigüedad y modernidad; aquélla es identificada con los periodos antiguos, ésta, con los de las tradiciones medievales y caballerescas. Esta generación bautiza su propia modernidad (su presente) con el nombre particular de romanticismo, un romanticismo de connotaciones estéticas incuestionables: la atracción romántica no reside tanto en el redescubrimiento de un pasado medieval, nacional y cristiano como en la convicción de la verdad íntima de aquel tiempo abolido, de rabiosa actualidad para ellos y sin embargo inverosímil para los hombres contemporáneos. Esta identificación entre modernidad y romanticismo, consagrada por A.W. Schlegel, deja paso a una nueva conciencia de modernidad: el romanticismo de un día se torna de inmediato en romanticismo de ayer y se transforma en clasicismo. Esto se podría formular así: por un lado, la oposición absoluta entre romanticismo y clasicismo, hasta entonces inscrita en el marco de la historia, pasa a ser relativa; por otro, la modernidad, conciencia de la aceleración de la evolución histórica del arte y del gusto, se define por la oposición a sí misma (pues todo lo presente es, al pronto, pasado). La Revolución de 1789 no es ajena a esta evolución: ha cortado el hilo entre pasado y presente, ha separado la sociedad moderna del antiguo régimen no sólo desde un punto de vista político sino también en su relación con el gusto y la belleza. La belleza, afirma Stendhal, es inmediatamente bella para el público contemporáneo al que va dirigida:

El romanticismo es el arte de presentar a los pueblos las obras literarias que, en el estado actual de sus costumbres y creencias, pueden proporcionarles el mayor placer posible¹⁰.

Dicho en otros términos, la belleza de hoy, tornándose rápidamente en la belleza de ayer, perderá inevitablemente su atractivo. El romanticismo es

¹⁰ “*Le romanticisme est l'art de présenter aux peuples les œuvres littéraires qui, dans l'état actuel de leurs habitudes et de leurs croyances, sont susceptibles de leur donner le plus de plaisir possible*” (Stendhal, 1970: 71).

moderno en la medida en que distingue la actualidad histórica del presente, atribuye al arte moderno el valor supremo y define el clasicismo no de manera cualitativa (la perfección estable al margen del paso del tiempo) sino de manera puramente formal, como un romanticismo negativo (el éxito obtenido por las obras del pasado).

El problema es obvio: si la modernidad bascula sin cesar desde la actualidad hacia el clasicismo, ¿cuál es la naturaleza de lo bello?, ¿cómo es posible que la belleza pueda satisfacer las exigencias de un ideal de novedad renovado sin cesar?, ¿dónde reside la capacidad de revelar en las obras de arte la especificidad del tiempo presente y, de manera simultánea, convertirlas en permanentes, eternas?

En su ensayo sobre *El pintor de la vida moderna*, Baudelaire propone una respuesta de gran interés para nuestra investigación. A propósito de la pintura de costumbres contemporánea, por ejemplo, de una serie de grabados de moda entre la Revolución y el Consulado, el escritor deduce que el placer del observador resulta tanto de la belleza representada como “de su cualidad esencial de presente”, de “la moral y la estética del tiempo”. Existe una simbiosis total entre cada hombre y su idea de belleza:

La idea que el hombre se hace de lo bello se imprime en toda su compostura, arruga o tensa su traje, redondea o alisa su gesto, e incluso penetra sutilmente, a la larga, los rasgos de su cara. El hombre acaba pareciéndose a lo que desearía ser. Estos grabados pueden ser traducidos en términos de belleza o de fealdad; en feo, se convierten en caricaturas; en bello, en estatuas antiguas¹¹.

Y poco más abajo:

Lo bello se compone de un elemento eterno, cuya cantidad es muy difícil de determinar, y un elemento relativo, circunstancial, ya sea según los casos o siempre, si se quiere, la época, la moda, la moral, la pasión¹².

¹¹ “L’idée que l’homme se fait du beau s’imprime dans tout son ajustement, chiffonne ou raidit son habit, arrondit ou aligne son geste, et même pénètre subtilement, à la longue, les traits de son visage. L’homme finit par ressembler à ce qu’il voudrait être. Ces gravures peuvent être traduites en beau et en laid; en laid, elles deviennent des caricatures; en beau, des statues antiques” (“Le beau, la mode et le bonheur”, en *Le peintre de la vie moderne*, en Baudelaire, II, 1976: 684).

¹² “Le beau est fait d’un élément éternel, invariable, dont la quantité est excessivement difficile à déterminer, et d’un élément relatif, circonstanciel, qui sera, si l’on veut, tour à tour ou tout ensemble, l’époque, la mode, la morale, la passion” (685).

En otro apartado de su ensayo, Baudelaire inquiere en el objeto de búsqueda del pintor de la vida moderna, en su interés “por separar, en la moda, lo que puede contener de poético en lo histórico, liberar lo eterno de lo transitorio”¹³. El objetivo, para este pintor moderno, es acertar con la modernidad de su tiempo; cada tiempo tiene su modernidad: “La modernidad es lo transitorio, lo fugitivo, lo contingente, la mitad del arte, cuya otra mitad es lo eterno y lo inmutable”¹⁴.

El legado de la tradición ha impuesto un canon del ideal de la belleza, de ahí su prestigio; la taxonomía clásica, basada en la abstracción de los elementos universales, ofrece una base general caracterizada por la estabilidad, la necesidad y la duración. La estética moderna no desecha el arte antiguo; sería como prescindir de parte o del conjunto invariable de la belleza. El texto de Baudelaire incide sin embargo en que dicha estética dirige su atención preferentemente hacia los elementos cambiantes de la belleza, entre los que figura de modo prominente la moda. Baudelaire asume el carácter transitorio y fugitivo de la moda, pero simultáneamente llama la atención sobre su facultad para revelar el carácter poético y eterno de la belleza. Instrumento hermenéutico, la moda permite al pintor moderno captar y reproducir las dos mitades del arte, la mitad de la modernidad y la mitad de la eternidad.

Idéntica labor facilita la moda al poeta: descubrir el carácter eterno en lo transitorio. De algún modo lo ha hecho Molière en su *Don Juan*. El discurso de Sganarelle comienza por una refutación del hombre antiguo, representante del tiempo pasado, frente al hombre moderno que encarna el tiempo presente. El hombre antiguo (aquí representado por Aristóteles y la filosofía metafísica) implica una reglamentación obsoleta ajena a la libertad del hombre moderno (representado por el *honnête homme*) que está de moda. Este discurso persigue el enaltecimiento de un objeto, el tabaco rapé: “nada hay que se le iguale”, “es la pasión de la gente espiritual”, hace al hombre “digno de vivir”, etc.

La aplicación del discurso de Sganarelle al tabaco, objeto único por sus efectos y su procedencia, necesario para la vida en sociedad y objeto de moda,

¹³ “Il s’agit, pour lui, de dégager de la mode ce qu’elle peut contenir de poétique dans l’historique, de tirer l’éternel du transitoire” (“La modernité”, en *Le peintre de la vie moderne*, en Baudelaire, II, 1976: 694).

¹⁴ “La modernité, c’est le transitoire, le fugitif, le contingent, la moitié de l’art, dont l’autre moitié est l’éternel et l’immuable” (695).

permite atisbar que el tabaco pueda encerrar un elemento poético, incluso “eterno” (aun a costa de rebajar la eternidad), más allá de la excelsitud que le confiere el texto de Molière. Sganarelle da las bases para una hipotética mitificación del tabaco, pero no lo mitifica. El texto de Baudelaire sobre la modernidad autoriza a entrever, sin alcanzarla, la dimensión trascendental, “eterna”, que el artista moderno puede extraer de lo transitorio, de algo tan transitorio, en nuestro caso, como el tabaco. El paso siguiente lo da el mismo Baudelaire en “El poema del hachís” de *Los paraísos artificiales*:

Supongamos que Vd. está sentado y fumando. Su atención se centrará con cierta insistencia en las nubes azuladas que despide su pipa. La idea de una evaporación lenta, sucesiva, eterna, se va apoderando de su espíritu, y pronto Vd. aplicará esta idea a sus propios pensamientos, a su materia pensante. Por un equívoco singular, por una especie de trasposición o de quid pro quo intelectual, sentirá que se está evaporando y atribuirá a su pipa (en la que se siente acurrucado y apretado como el tabaco) la extraña facultad de *fumarle*¹⁵.

Baudelaire imagina algo común a todos los fumadores: la observación del humo producido por la combustión del tabaco. Esta situación no difiere, aparentemente, de la descrita en otro texto del mismo Baudelaire. En “*La Pipe*”, el instrumento es el sujeto consciente y activo que produce el gozo del fumador, pero el tema del poema se concentra en la transmisión de un descanso curativo y una sensación placentera.

Yo soy la pipa de un autor; basta con mirar mi cara de cafre o de abisinia para ver que mi dueño es un gran fumador. // Cuando está muy dolido, fumo como el chozo donde se prepara la cocina para la vuelta del campesino. // Enlazo y acuno su alma entre las redes móviles y azules que suben desde mi boca encendida, // y enrolló un poderoso dictamo que encanta su corazón y cura su espíritu del cansancio¹⁶.

¹⁵ “Poema del hachís”, III, en Baudelaire, 1994: 89-90 (a partir del original francés me he permitido determinadas alteraciones). Versión francesa: “*Je vous suppose assis et fumant. Votre attention se reposera un peu trop longtemps sur les nuages bleuâtres qui s'exhalent de votre pipe. L'idée d'une évaporation, lente, successive, éternelle, s'emparera de votre esprit, et vous appliquerez bientôt cette idée à vos propres pensées, à votre matière pensante. Par une équivoque singulière, par une espèce de transposition ou de quiproquo intellectuel, vous vous sentirez vous évaporant, et vous attribuerez à votre pipe (dans laquelle vous vous sentez accroupi et ramassé comme le tabac) l'étrange faculté de «vous fumer»*” (“Le théâtre de Séraphin”, en “Le poème du hachisch”, *Les Paradis artificiels*, Baudelaire, I, 1975: 420).

¹⁶ “*Je suis la pipe d'un auteur; / On voit, à contempler ma mine / D'Abysinienne ou de Cafrine, / Que mon maître est un grand fumeur. // Quand il est comblé de douleur, / Je fume comme la chaumine / Où se prépare la cuisine / Pour le retour du laboureur. // J'enlace et je berce son âme / Dans le réseau mobile et bleu / Qui monte de ma bouche en feu, // Et je*

Decía que la situación no difería, en apariencia, de un texto a otro; en realidad, sí difiere. En “El poema del hachís”, la experiencia del fumador ilustra la doble tendencia que caracteriza, según Baudelaire, la existencia humana: tendencia a la concentración y tendencia a la evaporación¹⁷. En efecto, en el texto del hachís, ni el compuesto de cáñamo índico, ni la pipa, ni la evaporación son meros objetos pasivos: son los auténticos actores de la operación alquímica que se opera en el fumador. No es el hachís el que se evapora por efecto de la combustión, sino el fumador, que se siente sometido a una operación de “evaporación lenta, sucesiva, eterna”. Acurrucado en el interior de la pipa igual que el tabaco, no le queda sino experimentar el trastrocamiento de las nociones de espacio y tiempo. La imagen es irracional, simbólica del estado de evanescencia en el que ha quedado sumido el fumador debido al efecto estupefaciente de la droga.

A la luz del texto de Molière, el de Baudelaire muestra una evolución indiscutible en lo relativo al proceso de mitificación. En el discurso de Sganarelle se traslucían diversos elementos de la definición propuesta para el mito. El tabaco era extraordinario, comprendía un ritual, expresaba una estructura social; incluso, por hipérbole, daba razón de vivir. A estos elementos se añaden los experimentados por el personaje de Baudelaire: relato sintético, carácter conflictivo e innegables consecuencias (imaginarias) sobre la existencia. Sólo dos elementos de la definición del mito permanecen ausentes: el carácter oral y la privación de un testimonio histórico.

Sería vano buscar un origen oral o pretextual en los relatos escritos de que disponemos sobre el tabaco y sus análogos. También sería vano buscarlo en los relatos de la mayoría de los mitos antiguos y medievales, por mucho que su origen sea pertinente a la hora de distinguir un mito de otro tipo de relatos. En la mayoría de los casos, la crítica ha asumido por principio la oralidad ancestral de los mitos sin detenerse a comprobar la existencia y permanencia de textos orales que, por su propia definición, son efímeros.

Cuestión muy distinta es la relativa al testimonio histórico. Los mitos literarios antiguos (Fedra), medievales (el Grial) o modernos (Don Juan)

roule un puissant dictame / Qui charme son cœur et guérit / De ses fatigues son esprit? (*Les Fleurs du mal*, en Baudelaire, I, 1975: 67-68; la trad. española es mía).

¹⁷ *Vid.* J.-P. Richard, 1955: 127.

carecen de una apoyatura histórica. Esta carencia, indispensable para la identificación de los mitos literarios en cuanto mitos, no es aplicable a las hierbas de que venimos hablando, por mucho que su inhalación conduzca a la abolición psicológica de barreras espacio-temporales. En tales condiciones, el tabaco no sería un mito.

Un tipo mítico: el individuo histórico mitificado

Sin embargo, el tabaco *es* un “mito”; cuando menos, ha sido un objeto mitificado en tiempos recientes. Soy plenamente consciente de que, hablando en propiedad, un objeto *no es* un “mito”. Pienso que todo mito reclama un carácter animado (que se deduce del acontecimiento extraordinario, dotado de ritual, etc., expuesto en mi definición). No es menos cierto que los objetos pueden participar, en determinadas circunstancias, en un proceso de mitificación por su estrecha relación con seres sobrenaturales con quienes son asociados: el tridente con Neptuno, la rama dorada con Proserpina y Eneas, el martillo con Thor. El proceso de mitificación del que venimos hablando explica que los objetos son mitificados de modo simultáneo a los individuos; existe una íntima relación, una transferencia de factores míticos en ambos sentidos: de los objetos a los individuos y de los individuos a los objetos.

Lo más sorprendente de nuestro estudio es que este proceso de mitificación pueda afectar a objetos en relación con individuos no ficticios, sino reales, de carne y hueso. El descubrimiento al que llegamos es que ese proceso mitificador es posible porque esos individuos son, de algún modo, también mitificados, fenómeno que, sin ser exclusivo de nuestro tiempo, es, hoy, tan habitual como fascinante y abrumador.

En realidad, ni objetos ni personas son míticos en sí. El cáliz utilizado por Cristo en la última cena es una copa histórica como tantas otras que, sometida a un proceso de mitificación de acuerdo con unas circunstancias concretas, llega a convertirse en el objeto mítico del Grial al que hago alusión en el artículo “Mitología: «hacia» la Edad Media”. Ahora sólo procuro entender (y explicar) que esta mitificación pueda alcanzar, como así ocurre, a “algo” tan prosaico como el tabaco y a “alguien” tan contemporáneo como un artista de cine.

La crítica se contenta con indicar que el proceso de mitificación es resultado de una “misteriosa impregnación” que transforma los personajes históricos o sus actitudes en anormales, acientíficos o ilógicos:

Ni la historia ni lo real son en sí mismos míticos. Sin embargo, pueden llegar a serlo si, entre otras cosas, un misterio insondable los penetra, si dejan de ser legibles, de evolucionar de acuerdo con una lógica. Cuando un acontecimiento histórico o la actitud de un gran personaje rompe con la trama del tiempo o la normalidad de los comportamientos humanos, cuando una zona de sombra o incompreensión los invade de repente y hace que escapen al imperio de la ciencia y la pura inteligencia, la imaginación de un grupo de hombres o de un pueblo, desafiando a las leyes de lo cotidiano, encuentra naturalmente el medio de imponer sus colores y metamorfosis, sus deformaciones y amplificaciones¹⁸.

Dicha afirmación, sin ser errónea, no agota la riqueza del proceso. No hay duda de que la “lógica” del mito no es racional deductiva sino, más bien, simbólica o, mejor aún, la propia del imaginario, pero es indispensable sacar el mito de la zona de sombra a la que una y otra vez se le relega. Sin entrar ahora en la manida cuestión sobre mito y *logos*, conviene señalar que el proceso de mitificación es un recorrido relativamente trazable. Aquí lo estamos haciendo con relación al tabaco, y vemos que, en su complejidad, concurren factores de muy diversa índole (geográficos, económicos, literarios, sociales, estéticos e ideológicos), factores que cada época tiñe con su propio color.

* * *

Tres reflexiones abogan en favor de la mitificación simultánea de objetos e individuos históricos.

La primera reflexión, para la que retomaré nuestro ejemplo del tabaco, relaciona objetos y artistas. Nada invalida lo afirmado hasta ahora: en las edades antigua, medieval, moderna y contemporánea, los objetos cristalizan en mitos; varía, sin embargo, la tipología del individuo que propulsa dicha

¹⁸ “Ni l’histoire ni le réel ne sont en eux-mêmes mythiques. Ils peuvent cependant le devenir si, entre autres, un mystère insondable les pénètre, s’ils cessent d’être lisibles, d’évoluer avec logique. Lorsqu’un événement historique ou l’attitude d’un grand personnage apparaît en rupture avec la trame du temps ou la normalité des comportements humains, lorsqu’une zone d’ombre et d’incompréhension les envahit tout d’un coup et les fait échapper aux prises de la science et de la pure intelligence, l’imagination d’un groupe d’hommes ou d’un peuple, défiant les lois du quotidien, trouve naturellement le moyen d’imposer ses couleurs et ses métamorphoses, ses déformations et ses amplifications” (N. Ferrier-Caverivière, 1988: 604). La lógica de los mitos, afirma Philippe Sellier, es la del imaginario (1984).

mitificación. Al guerrero, al soberano o al santo le han sucedido el político, el deportista o el artista. Esta variación conlleva otras anejas, resultado de la rápida y creciente mitificación y desmitificación de esos tipos en la Edad Moderna y Contemporánea.

El tipo de personaje histórico mitificado es una figura tremendamente sugestiva para los estudios de mitocrítica en nuestra época. Baste traer a colación el nuevo estatuto de los actores y las actrices universalmente conocidos gracias a los medios de comunicación de masas. En el pasado, las *vedettes* también han gozado de fama, pero la estandarización global de los productos y la distribución acelerada de los medios de comunicación (libros, periódicos, revistas, espectáculos, cine, televisión, internet) han supuesto una revolución a escala planetaria. Las empresas, a través de campañas inteligentemente diseñadas, han suscitado el apetito por bienes prescindibles que la sociedad de consumo ha asumido como necesarios. Este fenómeno publicitario cohabita en ocasiones con la adopción, por artistas famosos, de una postura, franca o falsa, pero constante y consciente, con el fin de perpetuar en el espectador una imagen distintiva respecto de otros artistas o, sobre todo, de la masa en general. En lo que a nuestro estudio concierne, baste pensar en los conocidos fotogramas de Alfred Hitchcock, Audrey Hepburn y Humphrey Bogart¹⁹: el tabaco toma tal relieve que el observador no puede dejar de relacionar, mediante un sencillo mecanismo de traslación, el tabaco con estos ídolos y a estos ídolos con el tabaco. El lector, espectador o usuario, consumidor en cualquier caso, percibe de manera inconsciente que las facultades o virtudes (por utilizar el léxico de Sganarelle) del ídolo con quien querría identificarse no son ajenas al tabaco que sostiene entre sus labios o sus dedos. Tal percepción no concierne solamente al tabaco en sí, sino al modo de fumarlo y sostenerlo, de igual manera que Sganarelle o los “elegantes” del siglo XVII manipulaban en sus manos una tabaquera de tabaco rapé: ha nacido una moda. Como se ha estudiado en tantas ocasiones y conocen bien diversas disciplinas, el espectador, *homo sapiens sapiens* propenso a la mímica, imita gestos, indumentaria e incluso discursos de tal o cual personaje admirado (condición indispensable del proceso mitificador) con la íntima convicción de

¹⁹ Véanse las ilustraciones nº 7^a-7^c.

que sus objetos, vestidos o palabras, mitificados por concomitancia, le aportan, durante un tiempo habitualmente breve, una plenitud de satisfacción que ninguna otra cosa puede colmar. El objeto, el tabaco en este caso, ha entrado en la moda e impuesto unos modos específicos y distintivos adoptados por los fans. Baudelaire lo ha dicho con frase palmaria: “El hombre acaba pareciéndose a lo que desearía ser”.

Es conocida la teoría de René Girard sobre el habitual deseo triangular que relaciona un sujeto deseante, un objeto de deseo y un mediador del deseo: la influencia del mediador sobre el sujeto es tal que éste se propone la imitación de aquél. Don Quijote imita en todo a Amadís, mediador indiscutible en su deseo de alcanzar la plenitud de la caballería:

El discípulo se precipita hacia los objetos que le designa, o parece designarle, el modelo de toda la caballería. Llamaremos a ese modelo el mediador del deseo²⁰.

Madame Bovary imita “según” los deseos de sus modelos con el fin de percibirse distinta de lo que es:

Para lograr su fin, que consiste en “concebirse de manera distinta a la que son”, los héroes de Flaubert se proponen un “modelo” e “imitan, del personaje que han decidido ser, todo lo que es posible imitar, todo lo exterior, toda la apariencia, el gesto, la entonación, la vestimenta”²¹.

De igual manera, los espectadores perciben el tabaco como un mediador que les acerca a su objeto de deseo; la imitación de las estrellas del cine pasa por la imitación de su hábito de fumar o su manera de fumar. Esta reflexión enriquece la reflexión sobre el proceso de mitificación, de modo particular el de personajes históricos. Paralelamente, no invalida que un objeto material pueda sufrir también dicho proceso: si bien cada cigarrillo fumado prueba el carácter efímero de esta mediación, en los museos se conservan pipas y cajetillas de tabaco “míticas” porque pertenecieron a personajes

²⁰ “Le disciple se précipite vers les objets que lui désigne, ou semble lui désigner, le modèle de toute chevalerie. Nous appellerons ce modèle le médiateur du désir” (Girard, 1961: 16).

²¹ “Le disciple se précipite vers les objets que lui désigne, ou semble lui désigner, le modèle de toute chevalerie. Nous appellerons ce modèle le médiateur du désir”. “Pour parvenir à leur fin qui est de «se concevoir autres qu'ils ne sont», les héros flaubertiens se proposent un «modèle» et «imitent du personnage qu'ils ont résolu d'être tout ce qu'il est possible d'imiter, tout l'extérieur, toute l'apparence, le geste, l'intonation, l'habit” (Girard, 1961: 18).

famosos. Un Ferrari Testarossa puede ser un objeto mítico de deseo para quienes deben contentarse con un llavero rojo en el que vaya estampado el escudo de la firma automovilística.

* * *

La segunda reflexión es relativa a la ausencia del testimonio histórico que rodea a todo mito. A diferencia de los mitos antiguos y medievales, un personaje histórico moderno o contemporáneo se identifica con una época (la del cine policiaco o de comedia amorosa, en los tres individuos mentados), lo que equivale a decir que, según el público, tal o cual personaje mantiene una relación directa con unos años testimonialmente determinados. Esta identificación histórica no parece corresponder a mi definición de mito. Sin embargo, el hecho de que esos personajes reales sean percibidos como mitos muestra que, a diferencia de otros mitos (el mito literario de Don Juan, por ejemplo), el tipo del personaje mitificado no excluye una verificación. Esta cualidad, negación de la ausencia de testimonio histórico en los mitos, no es privativa de los personajes reales de la Edad Moderna. Alejandro Magno, Julio César, Atila, Carlomagno, el Cid o Juana de Arco son otros tantos personajes históricos sometidos a un proceso de mitificación semejante al operado con Napoleón, Stalin o el Che. Cada uno de ellos ha sido objeto de relatos orales y sintéticos sobre sus hechos, sus pruebas, su papel social y su vocación ejemplar universal. A diferencia de los mitos antiguos y medievales, ninguna de las proezas de los personajes históricos modernos y contemporáneos puede denominarse literalmente “sobrehumana”, pero su extraordinario alcance en comparación con las mediocres realizaciones del pueblo les infunde un aura particular, los separa o, por utilizar la terminología religiosa, los sacraliza. A semejanza de los mitos clásicos y medievales, esta confrontación de los personajes históricos modernos y contemporáneos con hechos extraordinarios, primero los eleva y después los aplasta: Napoleón, Stalin o el Che luchan y sucumben como Fedra, Orfeo y Arturo. En unos como en otros, este sublime y catastrófico recorrido profundiza el proceso de mitificación: su muerte los eleva sobre el destino del común de los mortales y, de algún modo, los diviniza (o los demoniza). El pueblo aplica a los individuos excepcionales cualidades también excepcionales; se resiste a creer que un

héroe (benefactor o tirano), dotado de una vida excepcional, pueda estar sometido a las leyes generales de la vida humana. De nuevo mediante el mecanismo de traslación imaginaria, la “pretendida” muerte de los héroes desencadena otra condición indispensable del proceso mitificador: la cualidad de una muerte excepcional o, incluso, la inmortalidad de que gozan los seres sobrenaturales. Tres ejemplos lo mostrarán de manera palmaria.

El 5 de mayo de 1821 muere Napoleón en la isla de Santa Elena, pero desde entonces se divulga la teoría de su envenenamiento por los ingleses o por Montholon, algo que recientemente parece tener visos de veracidad. Frente a lo que pudiera esperarse de cualquier otro tirano, su muerte no ha hecho sino extender su fama: enterrado con honores militares en la isla, la cámara de los diputados vota el regreso de sus restos a Francia. Exhumado el 15 de octubre de 1840, el cuerpo del emperador es trasladado a bordo de *La Belle-Poule*, capitaneado por el príncipe de Joinville, hijo del rey Luis Felipe de Orleans, y enterrado dos meses más tarde en los Inválidos²².

Según los médicos, Stalin muere el 3 de mayo de 1953 como resultado de una hemorragia cerebral; pero aún está muy extendida la convicción de su asesinato a manos de sus colaboradores, temerosos de una nueva purga. En este mismo sentido obran las circunstancias de su entierro: inhumado en el mausoleo de Lenin, su cadáver es clandestinamente transferido a una tumba a los pies del Kremlin durante la noche del 30 al 31 de octubre de 1961²³.

Arrestado en Bolivia tras un tiroteo, Ernesto Guevara es ejecutado el 9 de octubre de 1967. Ante la incredulidad generalizada de que un combatiente como el Che haya fallecido, el jefe de las fuerzas armadas bolivianas ordena que corten sus manos y las pongan en formol. Más tarde, las manos fueron

²² Según la prensa, experimentos realizados sobre los restos de Napoleón han “demostrado” que había restos de arsénico. Sobre la tesis del envenenamiento de Napoleón se puede encontrar un dossier compuesto por numerosos artículos en la página en internet de la International Napoleonic Society: www.societenapoleonienne.com.

²³ “Se sabe que éste [el cadáver], embalsamado después de la muerte de Stalin, en marzo de 1953, había sido colocado en un sarcófago de arcilla, al lado del de Lenin, en el gran mausoleo de la Plaza Roja. Durante el XXII Congreso del partido comunista ruso, Kruschef [...] anunció que, por decisión unánime del Congreso, “el cadáver sería exhumado del mausoleo y enterrado al pie de la muralla del Kremlin, junto a tumbas de otros dirigentes revolucionarios”. El traslado de los restos tuvo lugar en la noche del 31 de octubre al 1 de noviembre de 1961, rodeado del más estricto secreto, pues poco antes de esa fecha el mausoleo fue cerrado alegándose obras de reforma”, “Los restos mortales de Stalin fueron incinerados por orden de Kruschef”, *La Vanguardia Española*, 2.V.1964, p. 15. Véase también “Sobre si Stalin fue asesinado...”, en *La Vanguardia Española*, 8.VI.1956, p. 10.

robadas y enviadas a Cuba. Sus restos mortales fueron inhumados en un lugar secreto²⁴.

En estos casos las fechas dan fe de un suceso histórico, el fallecimiento de un individuo real; sin embargo, para bien o para mal, los tres se han convertido, en lo que a nosotros concierne, en personajes míticos. Con las personas históricas mitificadas ocurre algo distinto que con los mitos literarios. En los mitos literarios la ausencia de testimonio histórico opera como elemento mitificador; en los personajes históricos propensos a la mitificación, la presencia del testimonio histórico debilita la historia misma: de inmediato se pone en duda la veracidad sobre las explicaciones que rodean la muerte del personaje, se propala una hipótesis habitualmente desprovista de base testimonial. Dicho de otro modo: su muerte desencadena el relato oral, elemento indispensable del proceso mitificador que hasta ese momento la misma realidad histórica le negaba. La muerte de estos personajes históricos corrobora el carácter escatológico que rodea a todo mito.

* * *

La tercera reflexión concierne a otra condición esencial del proceso mitificador: la distancia entre los individuos mitificados y la gente normal. Esta distancia es resultado de la excepcional dimensión humana de los individuos históricos mitificados o, más precisamente, de la dimensión sobrehumana que el pueblo les aplica. Los individuos señeros de la política, la guerra, el deporte, la canción o el cine adquieren en vida una magnitud en clara desproporción con la realidad. En ocasiones, esos individuos son auténticos héroes, mujeres u hombres cuyas virtudes o vicios, inteligencia o voluntad, acciones o facultades extraordinarias en cualquier caso, exceden con creces las del común de los mortales: un deportista que bate sucesivamente un récord mundial pasa de inmediato a formar parte del grupo de los *aristoi*.

²⁴ “El jefe de las fuerzas armadas, general Ovando Gandía, decidió que había que cortar la cabeza del Che para guardarla en formol y enseñarla en el caso de que Castro negara que había muerto en combate. [...] Agregué que bastaría con que le cortasen un dedo, porque ya habíamos comprobado que sus huellas coincidían con las que había entregado la policía argentina. El general Obando ordenó entonces: «Córtenle las dos manos y pónganlas en formol». Después las manos serían robadas y enviadas a Cuba”, Entrevista con Félix Rodríguez, en el suplemento “Revista” de *La Vanguardia*, 9.X.1992, p. 4. F. Rodríguez, agente cubano de la CIA que asesoró al gobierno Boliviano en la ofensiva contra el Che, pone en duda que los restos sigan donde fueron inhumados. Según el *Quid*, la cabeza del Che fue enviada a la CIA estadounidense; más tarde, cabeza y manos serían enviadas a sus familiares (Robert Laffont, 1977: 1123).

Como consecuencia, muchas veces a su pesar, se ve impedido por su entrenador o su agente comercial a frecuentar lugares comunes. Esta separación del héroe se aplica a tantos individuos igualmente “raros” en el mundo de la canción, del cine y del espectáculo en general. Los medios de comunicación, con el auxilio de estudiados métodos de óptica, acústica y presentación (disposición de los espacios, fondo de escena, efectos de perspectiva), se preocupan por crear una distancia entre el espectador y el héroe; distancia que de inmediato aumenta el proceso mitificador del individuo en cuestión. Paradójicamente, esta distancia con frecuencia se agranda en el caso de héroes forjados de manera artificial; los sistemas de distanciamiento son entonces inversamente proporcionales al valor real de tal o cual *vedette* y directamente proporcionales a la imagen que sus agentes comerciales pretenden preservar entre el público. De ahí la frustración cuando las barreras caen: no es inhabitual la decepción que un ídolo provoca en uno de sus fans tras una situación igualitaria propiciada por un encuentro inesperado en la calle, en un medio de transporte o en la barra de un café. En cualquiera de los casos, ya sea auténtica o artificial, la diversa dimensión crea una distancia de carácter vertical entre héroe y admirador. Mientras dura el hechizo, la contemplación, la audición o la lectura de hazañas reputadas sobrehumanas actúa como (ficticia) aproximación entre ambos; gracias a una operación psicológica, el admirador emula en su imaginación las proezas de su héroe, emulación que parece elevarle hacia él, recortar de algún modo la distancia que parecía insalvable.

Salta a la vista el carácter efímero de dicha operación. Este carácter instantáneo depende de la misma esencia del mito: sintético por naturaleza, relata siempre de modo esquemático un tema, un motivo, un acontecimiento relativamente sencillo, algo que ya hemos visto en el artículo sobre la Edad Media. También la Edad Moderna y la posmodernidad retienen el esquematismo mítico de otras épocas; el tema, el motivo o el acontecimiento señeros a menudo se reducen a un gesto: mantener la mano sobre el pecho como Napoleón, lucir una estrella roja sobre la gorra como el Che o agarrar un revólver contra el comisario como Bogart. La emulación gestual evoca de modo tan reductor como efímero los pensamientos de engrandecimiento del

imperio, de desencadenamiento de un nuevo Vietnam o de abnegación por la mujer amada.

El carácter efímero también depende de la naturaleza del mito en la Edad Moderna y Contemporánea. En los últimos siglos, pero más aún hoy día, los mitos tienen un recorrido en progresión exponencialmente breve, lo que redundará en su vertiginosa desvalorización. Hasta tiempos no muy lejanos, la literatura procedía a dicha subversión a partir de sistemas retóricos: el género burlesco, el recurso paródico o la categoría de lo grotesco. En los últimos tiempos asistimos a la rápida sustitución de mitos: unos y otros se suceden con una velocidad pasmosa, tanto por las condiciones de los medios de comunicación como por el cambio generalizado de las condiciones de oferta y demanda a nivel nacional e internacional. En este contexto, y tomando como referencia los mitos antiguos y medievales, asistimos a una trivialización, a una “desmitificación” de los mitos modernos y contemporáneos. Cuando menos, asistimos a un trastocamiento de las condiciones de nacimiento, desarrollo y muerte de los mitos, que ya no pueden ser estudiados con idénticas pautas a las utilizadas en el pasado.

La desmitificación no está exenta de escepticismo. En medio de su panegírico del tabaco, Sganarelle dejaba traslucir una carga de ironía sobre la verdadera capacidad del objeto en sí. Semejante desapego se desprendía del diálogo de Baudelaire sobre los efectos fugitivos del hachís. De manera inconsciente ocurre lo mismo en admiradores y fanáticos de sus mitos, ídolos que se desmoronan menos por su valía real que por los medios de comunicación que los sustentan. La sociedad moderna y, con más vehemencia, la posmoderna, procede de manera igualmente desconcertante a la sublimación y a la degradación de objetos, gestos y héroes.

Conclusión

Si bien hay mitos modernos, no hay ningún elemento mítico que los diferencie de los antiguos y medievales: la variación mítica entre Fedra, el Grial o Don Juan es meramente cronológica. Sí hay, en cambio, una serie de factores y características propios del modo de concebirlas: los hombres de la Edad Moderna, nosotros mismos, no percibimos los mitos de igual manera

que los hombres de los periodos antiguo y medieval. Algunas características se deducen de hitos más o menos relevantes de la misma modernidad, cual es el caso del tabaco, pero más importantes son los factores que, como el intercambio comercial y el fenómeno de la moda, intervienen en la modelación definitiva de este periodo. Todos estos factores adquieren auténtico relieve en el proceso mitificador de los individuos históricos. El tipo mitificado, exponente máximo de la sociedad de masas, es moneda corriente de la actualidad gracias a los medios de comunicación en nuestra sociedad. En contra de lo que cabría aventurar, la identificación histórica de los héroes de guerra o las *vedettes* del espectáculo, confirma su propia mitificación. ¿Excepción a la regla de la carencia de testimonio histórico? En absoluto: la difuminación histórica en que rápidamente queda envuelta la muerte de estos héroes confirma la necesidad que todo mito tiene de una evanescencia espacio-temporal. Los héroes reales son, de este modo, de nuevo segregados, sacralizados por un relato oral: se convierten en individuos únicos. El resto de la operación atañe a los medios de comunicación, auténticos altavoces del proceso mitificador moderno, que se ocuparán de aumentar o disminuir, en función de sus intereses, la distancia entre la colectividad y los personajes u objetos destinados a la mitificación.

Bibliografía

- BARBÉRIS, Pierre: “Qu’est-ce que la modernité? Échange, avenir, liberté, littérature”, *Elseneur*, 8 (1993): 11-34.
- BAUDELAIRE, Charles: *Œuvres complètes*. Claude Pichois (ed.). París: Gallimard, “Pléiade”, 2 vol., I (1975) & II (1976).
- : *Los paraísos artificiales. El vino y el hachís. La Fanfarlo*, trad. Enrique López Castellón, Madrid, M.E. Editores, 1994.
- DUMÉZIL, Georges: *Mythe et épopée. L’idéologie des trois fonctions dans les épopées des peuples indo-européens*. París: Gallimard, 3 vol., 1968.
- ELIADE, Mircea: *Aspects du mythe*. París: Gallimard, 1963.
- FERRIER-CAVERIVIÈRE, Nicole: “Figures historiques et figures mythiques”, en *Dictionnaire des mythes littéraires*, Pierre Brunel (dir.), París: Éditions du Rocher, 1988: 603-611.

- GIRARD, René: *Mensonge romantique et vérité romanesque*. Paris: Hachette, 1961.
- JAUSS, Hans Robert: *Pour une esthétique de la réception*, trad. Claude Maillard, pref. Jean Starobinski. Paris: Gallimard, 1978.
- LÉVI-STRAUSS, Claude: *Anthropologie structurale*. Paris: Plon, 2 vol., 1958 & 1974.
- MOLIÈRE: *Œuvres complètes*. Georges Couton (ed.). Paris: Gallimard, “Pléiade”, 2 vol., 1971.
- : *Don Juan o El festín de piedra*. Carlos R. de Dampierre (ed.). Madrid: Alianza, 1981.
- RICHARD, Jean-Pierre: *Poésie et profondeur*. Paris: Seuil, 1955.
- ROUGEMONT, Denis de: *L'Amour et l'Occident*. Paris: Plon, 1972.
- ROUSSET, Jean: *Le Mythe de Don Juan*. Paris: Armand Colin, 1976.
- SAID ARMESTO, Víctor: *La leyenda de Don Juan*. Madrid: Austral, 1946.
- SELLIER, Philippe: “Qu’est-ce qu’un mythe littéraire?”, *Littérature*, 55 (1984): 112-126.
- STENDHAL: *Racine et Shakespeare. Études sur le romantisme*. Royer Fayolle (ed.). Paris: Garnier-Flammarion, 1970.
- VERNANT, Jean-Pierre: *Œuvres*, Paris: Éditions du Seuil, 2 vol., 2007.

Debate posterior

Eusebio de Lorenzo: Quería hacer un comentario sobre el proceso de mitificación del personaje histórico. Creo que hay una diferencia entre el personaje histórico y lo que entendemos como famoso, como *celebrity*, y no he visto que los tratases de modo diferente.

José Manuel Losada: He hablado de personaje histórico mitificado.

Eusebio de Lorenzo: En el último año hemos vivido un proceso parecido con Obama. Se da una transferencia de la ficción a la realidad, del estereotipo del guerrero, del héroe, aunque ese personaje histórico no sea un héroe para otros grupos ideológicos no afines. Se transfiere el estereotipo de la ficción al personaje histórico y eso no sucede en el caso del famoso superfluo. Ese tipo de famoso del mundo del rock o del cine tiene una imagen manipulada que lo convierte en objeto de consumo. No creo que en el personaje histórico, en Napoleón, en Obama, en Stalin, se dé esa manipulación. El famoso superfluo está manipulado para apelar al colectivo, a nuestros deseos, a nuestras carencias, como hace la publicidad. El proceso de transferencia que hay en el personaje histórico es muy distinto del que se da en el famoso.

Denis Canellas: No es como el mito. Creo que el planteamiento de Eusebio es acertado a primera vista, pero luego creo que lo que dijo José Manuel en relación al mito antiguo y al mito medieval no es comparable, porque esos mitos son perdurables y los modernos no. Lógicamente, el personaje histórico es distinto del personaje de cine, y en eso coincido con Eusebio, pero al fin y al cabo el proceso es idéntico. Hemos hablado de Stalin, pero podíamos haber hablado de Evita.

José Manuel Losada: De santa Evita.

Eusebio de Lorenzo: No estoy seguro de que no sean perdurables. Beckham seguramente no perdurará, pero Kennedy sigue siendo un héroe en Estados Unidos.

Eduardo Valls: Y John Wayne.

M^a del Mar Mañas: Habría que ver la comparación entre David Beckham y Marilyn Monroe, que lleva cincuenta años ahí.

Eusebio de Lorenzo: Claro, cómo se puede saber cuáles son los que perduran.

Esther Navío: En la línea de lo que ha comentado Eusebio, puede ser útil quizá el libro de Christopher Booker, *The Seven Basic Plots*, que propone que a lo largo de los tiempos sólo se han contado unas pocas historias que, por la razón que sea, han captado la emoción y la atención del ser humano. Quizá ciertos personajes históricos prenden en la colectividad porque sus biografías coinciden con elementos de estos argumentos básicos. Por ejemplo, uno de los argumentos básicos *—rags to riches*, que es la historia de Cenicienta, pero también la del Patito Feo o la de David Copperfield—, puede explicar en parte la mitificación de Michael Jackson.

Eusebio de Lorenzo: Esa transferencia del arquetipo de la ficción no se da en todos los personajes históricos mitificados. No se da en el caso de los famosos.

Sara Santos: Estamos confundiendo la mitificación con la búsqueda de referentes. Estamos usando mito como sinónimo de clásico, de universal, y yo veo que hay diferencias.

José Manuel Losada: Lo que aquí hay es una deformación en cualquiera de los casos, y una esquematización. Y cualquier esquematización es una reducción. Y esa esquematización o sencillez del mito se observa en los individuos históricos mitificados, porque se eligen unos aspectos y se desdeñan los demás. Cuando se dice que Napoleón avanzó con sus tropas y las enardeció pese a que estaban todos a punto de morir, ¿fue así o no? Cuando se dice que el Che en Bahía de Cochinos luchó con 19 hombres y a la vez atendía a los heridos, daba tequila... Todo lo que se dice de ellos no es verdad, pero están revestidos de tal aura, que todo se cree. Siempre ha habido algo extraordinario en ellos, o al menos por encima de lo normal. Es verdad que Napoleón provocaba ese enardecimiento, pero como se ha editado mucho, lo que se ha guardado, se exagera. Sucede también en el caso de Evita: se sabe muy poco de su vida y de su infancia, pero lo que se sabe se exagera. ¿Por qué perduran unos más que otros? Lo que dice Esther no está falto de razón. Aunque tendríamos que volver a los arquetipos de Jung, de los que habló Rosario Scrimieri, del inconsciente colectivo, y de otros arquetipos. Napoleón es concebido como el Redentor, o el Pacificador. O se dice de un

rey que es 'el Deseado'. Los personajes históricos mitificados pueden ser manifestaciones de los arquetipos. Puede haber algo de eso. Perfectamente.

Rómulo Bustos: En ese caso la variante la pondría el receptor. Beckham a mí no me toca para nada, pero hay otros personajes que sí.

José Manuel Losada: He hablado de una estética de la recepción. Cómo la gente sufre el proceso de mitificación que está padeciendo el personaje. Es un proceso psicológico. A Napoleón se lo presenta siempre con la mano en el pecho, y al Che con el escudo. Se los identifica con cosas muy sencillas, pero esto lo sufre por un lado el personaje histórico, pero he querido mostrar cómo lo sufre, porque se da en el público, en el espectador, en el fumador, en la sociedad de masas.

Mariano García: Hay un libro que salió hace dos años, que estudió cuatro personajes, cuatro mitos argentinos: Gardel, el Che, Eva Perón y Maradona²⁵, porque eran los temas que más se consultaban en Internet. Aunque el caso de Maradona es más conflictivo, porque no ha muerto joven.

Eduardo Valls: Ah, tienen que morir. Y, si es posible, en su oficio. Es lo que le decía Valle-Inclán a Belmonte, que tenía que morir en la plaza. Belmonte le contestaba que haría lo que pudiese.

Mariano García: Borges, con mucha crueldad, decía que a Lorca le había venido muy bien morir joven.

Eduardo Valls: También se dice de John Lennon.

José Manuel Losada: Es la cita clásica: "Aquellos a *quienes los dioses aman* mueren *jóvenes*". Muy bien, terminamos aquí. Aprovechamos el buen tiempo para una sesión de fotos que tendrá lugar abajo. Reanudamos la sesión a las 15.30h.

* El libro citado es *Comediantes y mártires: Gardel, Evita, el Che y Maradona*, de Juan José Sebreli (Debate, 2008).