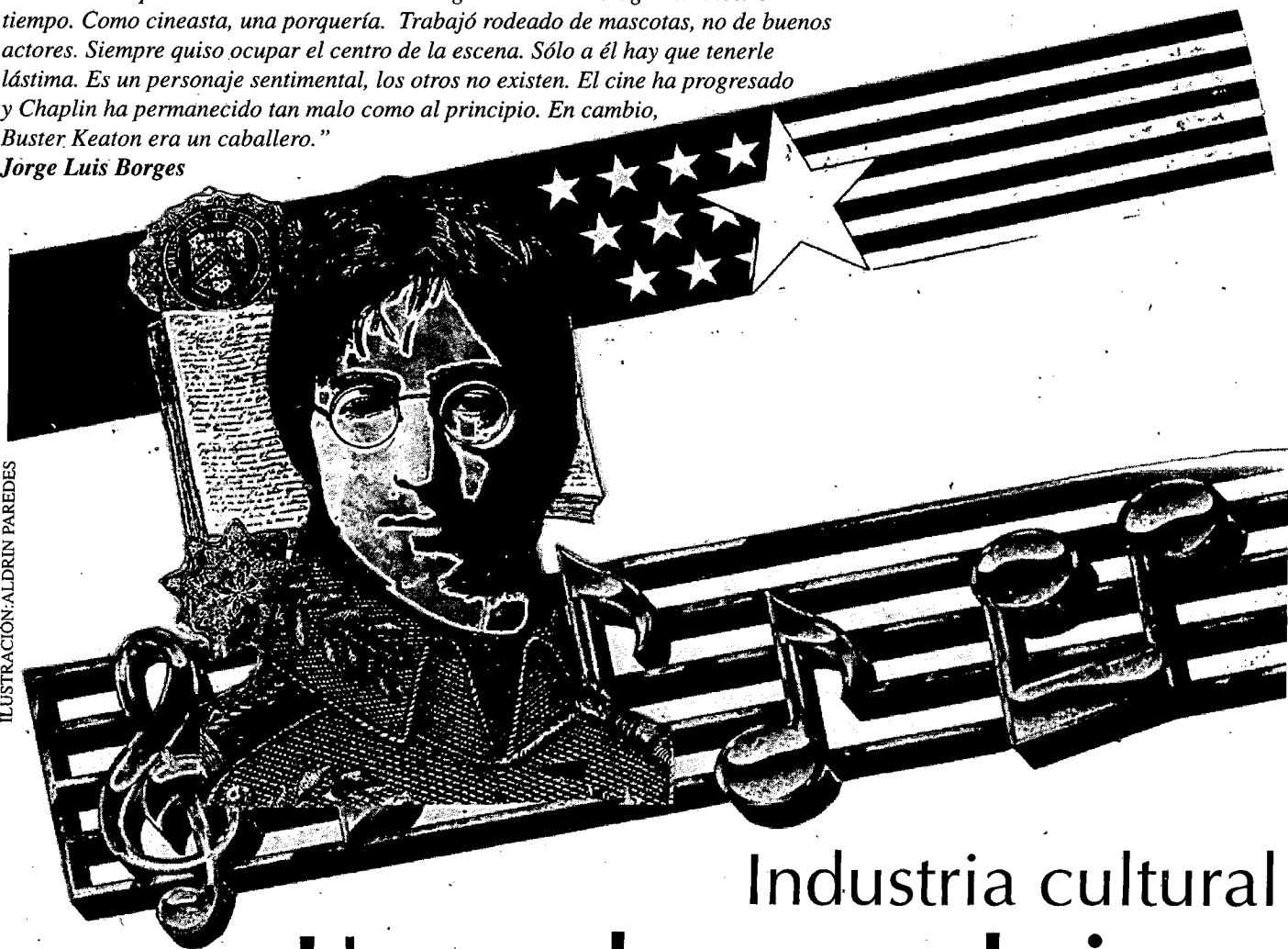


“Charles Chaplin es uno de los dioses más seguros de la mitología de nuestro tiempo. Como cineasta, una porquería. Trabajó rodeado de mascotas, no de buenos actores. Siempre quiso ocupar el centro de la escena. Sólo a él hay que tenerle lástima. Es un personaje sentimental, los otros no existen. El cine ha progresado y Chaplin ha permanecido tan malo como al principio. En cambio, Buster Keaton era un caballero.”

Jorge Luis Borges

ILUSTRACIÓN: ALDRIN PAREDES



Industria cultural ¿Un nombre para designar la actual fábrica de mitos?

■ Daniel Centeno M.

Tocar el tema de los mitos resulta ser una empresa sumamente complicada. El significado de estas cinco letras, en sí, reviste una vaguedad y una generalidad sorprendente. Esta palabra, para cualquier buen diccionario de la lengua española, es entendida como una especie de cuento de los tiempos fabulosos y heroicos. O, por el contrario, el término puede significar una ficción o tradición alegórica que tiene por base un hecho real, religioso, histórico o filosófico. Así de (tan poco) simple se presenta el asunto.

Desde Zeus hasta James Dean los mitos han variado considerablemente. Los arquetipos más recurrentes de la contemporaneidad son considerados fetiches, que juegan con la esperanza de éxito y trascendencia del ser humano, entre otras cosas. La industria cultural muy bien lo sabe.

De allí que toda esa serie de narraciones sobre Ra y su sequito egipcio, Zeus y su remoto Olimpo, Júpiter y sus fervientes romanos, Odín y su pléyade nórdica, Tezcatlipoca y sus subordinados aztecas, Viracocha y su pueblo inca e Itzamná y sus hombres de maíz, sólo representen una minúscula muestra de todo lo que puede contener este término, tan fácil de pronunciar e intrincado de abordar. Y es que el mito parece ser todo eso y más.

Los estudios sobre el tema se resisten tener un punto final. Muchas conclusiones afirman que la narración mitológica describe y retrata en lenguaje simbólico o metafórico el origen de los principios de una cultura. Esto significa, entre otras cosas, que por su naturaleza constitutiva el mito puede contener el poder de ilustrar muchos aspectos de la vida individual del ser humano.

Por esta razón, las investigaciones al respecto no se centran simplemente en relatar las historias de seres alados y divinizados. Al contrario, sobre este tema se han llegado a realizar relaciones que abarcan áreas de la sociología (Emile Durkheim), la psicología (Carl Gustav Jung) y otras tantas disciplinas del saber humano. Por ello, una de las formulaciones que nos compete es la relacionada entre mito y conocimiento.

Las conclusiones sobre el particular llegan a señalar al mito, por un lado, como una instancia lógica e intelectual. Mientras, que por el otro, el término representa una percepción diferente del espíritu racional del ser humano. Al parecer, eso lo sabe muy bien la industria cultural.

OLIMPO MEDIÁTICO

Todo el asunto sobre la industria cultural ha sido un punto hartado. Explicar cómo han influenciado los medios de comunicación de masas a la sociedad contemporánea, abarcaría infinitos teóricos, el medio de comunicación de masas es un mito en la medida en que se lo considera como una entidad dotada de autonomía, una especie de epifenómeno que trasciende la sociedad donde se inscribe (Mattelart, 13).

Es por esa razón que este Olimpo contemporáneo, intangible en demasía, elabore arquetipos o personajes paradigmáticos que constituyan sus modelos míticos de los que se sirva. He allí por qué la, trilladamente nombrada, Meca del cine presenta mártires rebeldes como James Dean, sexys incomprendidas como

“

Los estudios sobre el tema se resisten tener un punto final. Muchas conclusiones afirman que la narración mitológica describe y retrata en lenguaje simbólico o metafórico el origen de los principios de una cultura.

”

Marilyn Monroe, cínicos antihéroes como Humphrey Bogart e incontrolables autodestructivos como Elvis Presley.

La Industria Cultural sabe trastocar y jugar con los valores; ella hasta puede dar la pauta a seguir. Este inasible entramado conoce la capacidad del ser humano de dotar de sentido a su vida, gracias a la presencia de un estrato mítico de la existencia (Kolakowski, 131). Y ella lo provee, lo sirve y lo cobra. Domesticar la realidad no es fácil.

DECESOS REFORZADORES

Indefectiblemente, una característica para lograr una instancia mitológica está en autorizarnos a aceptar que en lo pasajero crece y permanece conservado algo precisamente no pasajero. Semejante superación de la temporalidad se hace efectiva en los mitos, también aquí puede tener vigencia el perecer y el ocaso como destino del estrato fenomenal del hombre, los que, sin embargo, se convierten en etapas del crecimiento de los valores desde la perspectiva del mito (Kolakowski, 16 - 17). Y desde esa misma perspectiva se puede sacar un provecho enorme, que ha sabido explotar la industria cultural.

Cada año un cúmulo de peregrinos de todos los lados del mundo hace su parada obligada en Memphis, Tennessee. El motivo no es otro que visitar el famoso rancho Graceland, en dónde lloran, hacen ofrendas, recuerdan y cantan los temas del endiosado y otrora humilde camionero Elvis Presley.

Del mismo modo, un ejército de fieles asisten constantemente a los alrededores del famoso cementerio francés de Père

Lachaise, con el fin de rendirle ofrendas al desaparecido Jim Morrison. Eso sin contar los continuos homenajes que a Kurt Cobain, James Dean, Bruce Lee, John Lennon, Marilyn Monroe, Grace Kelly, Carlos Gardel, Jimi Hendrix, Rodolfo Valentino, Janis Joplin, Pedro Infante y a Eva Duarte se les realizan sin cesar.

De tales hechos se pueden sacar múltiples conclusiones. Estas estrellas salieron de la pobreza o el anonimato, constituyendo un sinónimo esperanzador de éxito para las masas. Cada uno configuró (o le configuraron) una personalidad, una actitud paradigmática frente a la vida y un prototipo ideal de las cosas. Todos están muertos. La mayoría de ellos fallecieron muy jóvenes. Por último, todavía algunos escépticos dudan que estos seres se hayan ido del mundo terrenal, dadas las extrañas circunstancias de sus publicitados decesos.

El periodista y escritor argentino Tomás Eloy Martínez, en su celebrado libro *Santa Evita*, fabula los pormenores del fallecimiento de la mítica actriz de cine y ex primera dama del peronismo. La historia relata las diversas vicisitudes que tuvo que pasar el cadáver original y las presuntas réplicas que hicieron del mismo. Martínez, yendo un poco más lejos que el dicho “muere joven y serás un cadáver exquisito”, asegura basar su relato en la desmedida pasión necrofílica de las actuales sociedades, que terminan mitificando y endiosando algunos personajes de su universo real.

La novela, además de presentar una hechura intachable en cuanto a forma y contenido, vendió millones de ejemplares y situó a su creador en el foco de la atención mundial. Igualmente, gozó del respaldo de dos películas, una banda sonora y de la producción indiscriminada de mercancía sobre el histórico personaje argentino. Pura pasión necrofílica resultante en dinero.

SOBRE LA INMORTALIDAD

A estas alturas del escrito, asegurar el hecho de que el cine y la industria musical crean mitos y se valen de ellos, constituye una tamaña redundancia. Sólo basta dar una repasada a las ventas anuales que, en millones de dólares, representan las resultantes de sus personajes más emblemáticos.

Si Jim Morrison sigue vivo, y su urna la enterraron vacía, no deja de ser atrayente para todos. Si James Dean no se

mató en su carro, y la desaparición de Marilyn fue la resultante de un complot de la CIA, mucho mejor. Incluso, si Pedro Infante goza de una vida anónima; le da más atractivo a su leyenda.

No cabe convencer para el mito. La actividad de convencer pertenece a otro ámbito de la comunicación interpersonal, precisamente al ámbito donde rigen los criterios de resistencia tecnológica de los juicios (Kolakowski, 18). Y la muerte entra en la especulación; y la especulación y el convencimiento son dos polos antagónicos que se atraen; y el mito sabe valerse de ellos; y así sucesivamente se confecciona un personaje.

Estos terminan entrando en nuestro razonamiento y obedecen a la necesidad humana de engrandecer lo que le es grato y querible. El mito deriva de una tremenda inseguridad, disfrazada o mimetizada a veces, por acuerdo social (Mayorca, 7).

Es posible que la muerte, y toda su carga especulativa, constituyan la principal característica del mito en la cultura de los analgésicos y de los massmedias. Quizás sea una obligación colocar una fecha de expiración para alcanzar tal instancia. Los Beatles lo hicieron, y sus integrantes sobrevivientes no se arrepienten de ello.

A pesar que el ocaso físico no debe suponerse como trámite absolutamente necesario para alcanzar los niveles míticos, hecho que ya han demostrado con creces Marlon Brandon y María Félix, ello ayuda en demasía a su constitución. Hasta se podría asegurar que, al momento que estas estrellas mueran, sus presencias se reforzarían porque, como ya lo dijo el mítico Borges: "Los hombres inventaron el adiós porque se saben de algún modo inmortales, aunque se juzgen contingentes y efímeros". ¡Que comience la función!

FUENTES CONSULTADAS

- ASIMOV, Isaac (1992): *Cronología del Mundo*. Barcelona. Editorial Ariel. 936 p.
- BELL, Daniel y OTROS (1992): *Industria Cultural y Sociedad de Masas*. Caracas. Monte Avila Editores. 259 p.
- *Diccionario de la Lengua Española*. Real Academia Española. Decimonovena Edición. 1970. Espasa - Calpe. 1424 p.
- *Diccionario Privado de Jorge Luis Borges*. Madrid. 1979. Altalena Editores. 92 p.
- *Enciclopedia Microsoft® Encarta® 98* © 1993-1997 Microsoft Corporation.
- KOLAKOWSKI, Leszek (1972): *La Presencia del Mito*. Madrid. Cátedra. 135 p.
- MARTÍNEZ, Tomás Eloy: *Santa Evita*. Planeta
- MATTELART, Armand (1973): *Medios de*

Comunicación. Mito Burgués Vs. Lucha de Clases. Bogotá. Aquelarre. 145 p.

• MAYORCA, Juan Manuel: *Mitos Criminológicos* (1994). Caracas. 143 p.

ILUSTRACIÓN: CARMEN ESCOBAR

