

Claves de la pervivencia del mito en los medios de comunicación.

Myth survival in mass media.

M^a Angeles Martínez García
(Consejo Audiovisual de Andalucía)
Antonio Gómez Aguilar
(Fundación Audiovisual de Andalucía)

Resumen:

Los relatos míticos ancestrales siguen hoy de plena actualidad. Esto es posible porque el mito ha ido evolucionando de forma paralela al cambio de los contextos culturales, renovando ciertos matices, pero manteniendo intactos los valores en base a los cuales se gestó. Los medios de comunicación recurren a los mitos porque estos responden a las preguntas esenciales del hombre, que siguen sin respuesta.

Abstract:

Mythical ancestral stories continue being relevant nowadays. This is possible because myths have evolved in a similar way to the change of cultural contexts; they have renewed certain aspects, but remain intact those values because of which they were created. The media appeals to myths because they give answers to human being's essential questions, that are still unanswered.

Palabras-clave:

Cine / Mito / Literatura / Transtextualidad / Medios de Comunicación.

Keywords:

Cinema / Myth / Literature / Transtextuality / Mass media.

Sumario:

1. La construcción del relato y la evolución del ser humano. La importancia de la imaginación creadora.
2. Caracterización del mito. Función social.
3. Claves de la actualidad del mito.
 - 3.1. Mitos y ritos de renovación.
 - 3.2. El componente simbólico del mito.
 - 3.3. El modo mítico de expresar la verdad.
4. Pervivencia del mito.

Summary:

1. Story construction and human being evolution. The importance of creative imagination.
2. Myth feature. Social function.
3. Present revision of Myth.
 - 3.1. Myth and renewal rituals.
 - 3.2. Symbolic component of myth.
 - 3.3. The mythical way to express the truth.
4. Myth survival.

Función común a todos los relatos que en el mundo han sido: destilar un conocimiento mitopoético acerca de la vida y de la historia, que reúna en un tejido inteligible sus incontables cabos sueltos y que, al hacerlo, mitigue la incertidumbre, suture los vacíos y acalle los silencios.
(A. Chillón.)

I. la construcción del relato y la evolución del ser humano. la importancia de la imaginación creadora.

El relato es algo consustancial al ser humano desde el comienzo de los tiempos, porque la experiencia de la vida y de la realidad es la base y fundamento de los discursos narrativos; ha tenido una importancia crucial para el desarrollo social y personal del ser humano. No obstante, el momento “posmoderno” o “transmoderno” por el que pasa la comunidad intelectual y artística, caracterizado por J. F. Lyotard como momento de crisis de los grandes relatos de legitimación, propicia el debate en torno a nociones como las de autor, referencia, sentido, texto, verdad o lector, quedando estos términos sumergidos en una nebulosa donde se agudiza la lucha por salir a la superficie de diversos, y a menudo contrapuestos, puntos de vista. En la actualidad coexisten numerosos productos que se desenvuelven entre la ficción y la no ficción, sobreviviendo en la frontera de ambos términos. Esto provoca, por un lado, un estado de incertidumbre acorde con la crisis existencial del hombre del siglo XXI y, por otro, la recurrencia del ser humano al concepto de ficción como soslayamiento de esos problemas y solución de las complejas lagunas teóricas que surgen a su alrededor.

Definiremos el relato siguiendo la propuesta que hace J. Courtés en su volumen *Análisis semiótico del discurso* (1997: 99- 105); él comienza su aportación desde una oposición básica entre **permanencia** y **cambio**¹ y establece que el relato se halla indisolublemente unido a la noción de narratividad: algo sucede en un lugar. El relato queda de esta forma como el paso de un estado a otro estado de cosas; para que esto pueda suceder es necesaria la distinción de, al menos, dos estados diferenciados, los cuales suponen el principio y el final de ese proceso de cambio. Sin embargo, este autor no pone el énfasis sobre los estados, sino sobre la etapa de paso, por lo que la definición de relato queda más completa si se concibe como “una transformación situada entre dos estados sucesivos y diferentes”. Así queda contemplado el elemento temporal que exige todo relato y que es de crucial importancia para cualquier análisis de un discurso narrativo. Por lo tanto, el relato no solo se define atendiendo a uno u otro modo de narración, sino también a un componente temporal subyacente a un cambio necesario entre dos estados distintos.

Destacamos tres funciones principales del relato:

¹ J. Courtés justifica esta elección debido a que se trata de una de las primeras tomas de conciencia que puede establecer el hombre respecto a él mismo y a su entorno y que, en definitiva, esto le ayuda a dar sentido a su existencia.

- La voluntad de **causar placer** y perseguir **el entretenimiento** de los receptores, lo que constituye una de sus finalidades primordiales (Culler, 2000: 111). Ese placer se relaciona con el deseo de saber qué va a ocurrir a cada paso que avanza el relato.
- **Dar sentido a los fenómenos que acontecen al ser humano** (*Ibídem*, 101). Como veremos a continuación, este es uno de los principales objetivos de los relatos míticos, que surgen como un intento de explicación de los orígenes del mundo y de la humanidad, así como de los fenómenos cotidianos de la naturaleza. En las civilizaciones arcaicas el relato constituía la explicación del mundo y formaba parte de la construcción simbólica. De esta forma, el relato compete a toda nuestra existencia (Courtés, 1997: 99), principalmente porque pretende enseñarnos cosas sobre el mundo que habitamos. Tal y como apunta J. Culler (2000: 112) “en tanto que llegamos a ser lo que somos mediante una serie de identificaciones (...), las novelas son un mecanismo poderoso de interiorización de normas sociales”; esta misma afirmación puede ampliarse al ámbito del relato en general y de los medios de comunicación.
- Servir de **medio de conocimiento de la realidad social** en la que surge el propio texto narrativo (Romera Castillo, 1988: 151). Los discursos narrativos se relacionan con el resto de los fenómenos sociales que tienen lugar en el seno de una cultura. Por lo tanto, el relato tiene a la vez un carácter social, en tanto inserto en una colectividad; e individual, en tanto creación de una persona concreta o un grupo de personas. El texto es, sobre todo, una producción cultural, un producto histórico creado en unas coordenadas espacio-temporales concretas con unas connotaciones especiales. Precisamente como producto histórico, todo texto supone una cristalización de las condiciones que lo ven nacer. De hecho, el texto solo puede adquirir sentido completo en su contexto y por esta razón se presenta como forma de interacción social; así, el texto pierde su carácter de acontecimiento finito que ocurre una sola vez y puede regenerarse paralelamente al cambio de los contextos culturales.

Por lo tanto, el relato atiende a dos necesidades fundamentales del hombre:

- **Construir la realidad.** La que nosotros denominamos como realidad efectiva; la realidad es siempre un constructo fruto de un consenso social entre los seres humanos. Precisamente hoy estamos en la era del simulacro donde la aguda crisis de representación ofrece una importancia a las apariencias por encima de los objetos y las relaciones humanas y de esto son partícipes especialmente los medios de comunicación, que constituyen un vehículo idóneo para esos mundos que se construyen.

- **Explicar la realidad.** Dan sentido a los fenómenos que acontecen al hombre y se ha constituido en un poderoso mecanismo de interiorización de normas sociales. Algunos fueron los que en el comienzo de los tiempos se dieron cuenta de esta posibilidad y construyeron relatos ficticiales para explicar la realidad efectiva, lo que ayuda a entender el potencial del mito en sus orígenes, que nace como explicación irracional para el mundo. Nuestra forma de pensamiento, sesgada por las épocas ilustradas y los planteamientos científicos, entiende desde un punto de vista contemporáneo que esa forma de explicación del entorno se presenta como irracional frente al mundo racional. Sin embargo, no debemos cometer el error de aplicar la dicotomía mitos- logos, profundamente anclada en nosotros, sino de entender que en el momento de aparición de los mitos estos eran la única forma de aprehensión. El pensamiento científico, por otra parte, no es en absoluto un planteamiento opuesto al mito.

Por su parte, la cultura mediática tiene un carácter esencialmente narrativo (Chillón, 2000: 123). Como apunta este autor “otorga sentido a la vivencia individual y a la historia colectiva, y lo hace mitopoéticamente, articulando figuraciones narrativas, trasuntos cronotópicos que *dan cuenta* de las circunstancias de tiempo, espacio y causalidad que conforman la experiencia”.

Ahora bien, no podemos olvidar que la cultura mediática se halla inserta en un entramado empresarial compuesto por instituciones y organizaciones de una complejidad evidente que hacen que se coloque el acento sobre la mediación. Esta está marcada en esta era de la humanidad por una serie de acervos técnicos y tecnológicos que han influido de forma considerable sobre el devenir de los acontecimientos y la configuración de la cultura. Evidentemente, esto determinará también la forma de elaboración del relato, la manera de narrar, fundamentalmente por su carácter homogeneizador.

El ser humano crea relatos fruto de una necesidad imperiosa que marca el devenir de la historia y que “plastifica” la capacidad de **imaginación** del hombre, su facultad constructora y su virtud de comunicación. Es ahí donde cobra relevancia el concepto de imaginación, que puede ser entendido de dos formas (Eco, 1999a: 94): por un lado, como evocación de una imagen, unida a la fantasía, a la delineación de mundos posibles, para la que no es necesaria la experiencia sensible. Por otro, el término imaginación puede entenderse como el saber, pero sin la percepción sensible, simplemente por la impresión en algunos de nuestros órganos; tal y como puede apreciarse, la primera está más alejada de la experiencia sensible que la segunda. La imaginación es entendida como la representación de un objeto, incluso sin su presencia en la intuición, como imaginación productora o capacidad de figurar. El concepto es considerado como “la facultad que permite conjugar en un orden inédito, las imágenes o los fragmentos de imágenes presentados a los sentidos,

construyendo una totalidad nueva” (Aguar e Silva, 1996: 128); por lo tanto, semejante al segundo tipo de imaginación que hemos definido.

A partir del romanticismo se produce un salto cualitativo en torno al concepto de imaginación: la emancipación de la imaginación respecto de la memoria. Se instaura como actividad realmente creadora, superando los límites de lo real a favor de nuevas realidades. Es, en efecto, lo que acerca el hombre a Dios, ofreciéndole esa capacidad demiúrgica de creación original. La imaginación pasa a ser considerada la “facultad psíquica por excelencia, aquélla que, mediante la *configuración* y la *síntesis*, es responsable última de todas las formas de intelección y comunicación imaginables”. (Chillón, 2000: 140). Es, en efecto, la facultad cognitiva primordial

“capaz de elaborar síntesis significativas a partir los muy diversos estímulos perceptivos, y de configurar tales síntesis para hacerlas objetivables y comunicables. (...) *Configura*: al otorgar figura y contorno sensibles a los estímulos perceptivos, convierte éstos en *fenómenos*. El ser humano, enfrentado al mundo enigmático de las cosas en sí, construye un mundo con *sentido* hecho a su imagen y semejanza, un mundo fenoménico” (*Ibidem*, 140).

La imaginación creadora queda así como la facultad constructora por antonomasia, autora del mundo humano y de otros mundos inventados y no compartida con ninguno de los animales. Esto abre la posibilidad al ser humano de ser libre, de plantear alternativas y de elegir entre ellas.

Ahora bien, en el caso de los nuevos enunciados (y los medios de comunicación no deben quedar al margen) todos tienden a formarse tomando como referencia configuraciones previas, las cuales pertenecen al imaginario colectivo (Chillón, 2000: 136). Es decir, los medios se apoyan en la tradición para la construcción de sus relatos; por tanto, aunque la actividad ideadora es configuradora, conformadora, con la imaginación como sustrato, no podemos perder de vista que es heredera de la tradición. Así, cada nuevo relato toma elementos de la tradición para oscilar entre la repetición y la innovación. Los temas tratados en los medios son nutrientes del imaginario colectivo de nuestros días (*Ibidem*, 139)

Esto será muy importante para nuestra reflexión en tanto que el conocimiento (y, por extensión, la comunicación) es, sobre todo, imagen y narración, y solo después de un proceso de cambio (simbólico) se configura de manera más precisa como “concepto y argumentación”. El conocimiento humano es siempre logomítico (*Ibidem*, 144).

2. Caracterización del mito. Función social.

El mito ha sido y es objeto de numerosas indagaciones desde el comienzo de los tiempos, debido a la importancia que ha tenido en todos los ámbitos culturales del ser humano. La generación de mitos no ha quedado anclada en el pasado, sino que ha alcanzado a nuestra contemporaneidad; no obstante, dejaremos

al margen toda esa nueva galaxia de mitos para centrarnos específicamente en los relatos míticos, en aquellas historias ancestrales que las tribus primitivas construían para tratar de ofrecer una explicación a los fenómenos naturales que las rodeaban, al transcurrir de la propia vida de los hombres y a la evolución de la especie; en definitiva, nos referimos a que el relato mítico servía como instrumento (al igual que posteriormente lo sería también la ciencia) de aprehensión del entorno y de las parcelas que quedaban “ocultas”.

Etimológicamente, el concepto mito viene de la voz *mythos*, que significa literalmente narración, relato, cuento, palabra. C. García Gual (1997: 9) propone la siguiente definición del término: “relato tradicional que refiere la actuación memorable y paradigmática de unas figuras extraordinarias-héroes y dioses- en un tiempo prestigioso y esencial”. J. Ferrater Mora (1992: 2236) añade “que con frecuencia son considerados como el fundamento y el comienzo de la historia de una comunidad o del género humano en general”.

El relato tiene al mito como paradigma ancestral. El relato mítico nace como producto colectivo, con raíces en lo irracional; tras muchos siglos de supremacía del mito, durante los siglos de la Ilustración y el triunfo de la razón el mito fue dejado completamente de lado. C. García Gual (1989: 104- 126) reflexiona sobre esta cuestión a lo largo del siglo XX y marca la época de Entreguerras como un punto crucial para que el mito se recupere desde ámbitos muy diversos. Esto es debido en gran parte al fracaso que vive una civilización segura hasta entonces de sí misma; el mito constituye una explicación diferente de la filosofía y de la ciencia moderna.

La conciencia de la limitación de la razón hace que la balanza que anteriormente había sido desequilibrada a favor de la ciencia sufra un nuevo giro y otorgue cierta importancia de nuevo a la relegada consciencia mítica; la consecuencia directa radica en que los estudiosos del siglo XX comienzan a integrar aspectos cualitativos además de cuantitativos en los planteamientos científicos (Lévi- Strauss, 1987: 45). Esto es lo que C. García Gual (1989: 46- 50) ha denominado *rehabilitación* del mito; el mito va cediendo terreno al ámbito de la razón y se queda únicamente como subsidiario para aquella parcela a donde no llega la consciencia racional. El mito se rehabilita durante el siglo XX gracias a la lección alegórica, es decir, su funcionamiento metafórico; el mito se presenta, pues, como un lenguaje cifrado, que dice mucho más en su nivel oculto que a primera vista. Es un entramado de símbolos y metáforas que requiere indispensablemente de una interpretación alegórica. El desciframiento del relato mítico se da, al igual que en toda interpretación alegórica, “apartando el capricho de su forma para dar con el contenido que disfraza” (Rosales, 1996: 45). El ser humano concluye en esta época que necesita la complementariedad de ambos campos, *mythos* y *logos*.

La elección del mito como explicación recurrente, aunque no de manera homogénea a lo largo de la historia de la humanidad, tiene su razón de ser. El

mito cumple una serie de funciones:

1. *Aprehensión del entorno.* El ser humano tiene la necesidad intrínseca de aprehensión del entorno; además se halla inmerso en ese entorno que quiere aprehender. El ser humano se sitúa en un espacio (en toda la amplitud del término) que trata de entender y precisamente en tanto que forma parte de él puede comprenderlo, es decir, el ser humano tiene una condición espacial. Para el hombre es fundamental la creación de textos como instrumentos que contribuyan a fomentar esa relación del hombre y la semiosfera.

Al hablar de que el mito funciona como instrumento de aprehensión del entorno, nos referimos a que el mito, en su momento constitutivo se erige en la primera forma de relación del hombre con todo lo que le rodea (Huici, 1998: 20), muy anterior a la aparición de la ciencia. El hombre necesita llegar de alguna manera a un conocimiento total, a una aprehensión completa (Cencillo, 1998: 23) de niveles no accesibles en un primer momento, y para ello construye una estructura sistémica de las intuiciones acerca de cuestiones básicas (*Ibidem*, 14) de manera que pueda desenvolverse en su entorno. Se trata de una primera interpretación del mundo y en este sentido se halla profundamente relacionado con la religión (García Gual, 1989: 27).

Esta estructura sistémica de la que hablamos cristaliza en un modelo cifrado, el mito, que ayuda a comprender la totalidad del mundo, de una época, etnia o continente (Cencillo, 1998: 543), conduciendo a una aprehensión del cosmos perfectamente articulada e inteligible (Eliade, 1983: 153). Este hecho permite al hombre acceder a la revelación del origen, de la constitución esencial del ser humano (*Ibidem*, 17- 18). En este sentido, podemos hablar de una función religadora del mito ya que relaciona al hombre con el colectivo y a su vez con la trascendencia.

2. *Búsqueda de sentido,* lo que constituye para muchos autores la principal función del mito y en cierto modo responde también a su necesidad; la producción de sentido constituye una de las principales razones por las que el mito ve la luz, en tanto se erige en un discurso dinámico que resuelve lo indecible de un dilema (Durand, 1993: 340). Tal y como apunta L. Cencillo (1998: 11), algunas sociedades, sobre todo las arcaicas, pensaron que los mitos eran capaces de exponer las causas, las condiciones o determinantes de lo que acontecía a su alrededor y funcionaban a modo de “poderes metahumanos de naturaleza psíquica”.

El mito no se refiere (en el sentido de ser referible a algo) a la naturaleza real de las cosas, sino a las paradojas y a las condiciones del existir humano (1998: 555); constituye una especie de búsqueda iniciática en la que lo esencial no es contar una historia sucedida de verdad, sino trazar las constantes existenciales de la existencia humana, sus signos de identidad o sistema de referencia último. Lo más importante es el significado, no el referente real o un significante contingentemente elegido (*Ibidem*, 519). La organización

mítica establece unas reglas concretas que garantizan la comprensión y llenan de sentido a las realidades empíricas, por lo que está permanentemente presente en nuestra cultura (Kolakowski, 1990: 15).

El mito es, por tanto, hilo de la autocomprensión humana, un intento de explicación de lo inexplicable porque el hombre tiene una necesidad de aprehenderlo todo, de sentirse seguro de sí mismo y de todo lo que le rodea. Justifica ideas, prácticas y normas comunes (Rosales, 1996: 83). En ese sentido, el mito participa de una forma de hacer el mundo, nacida esta de un acuerdo con él, ya que no se trata de plasmarlo tal como es, sino tal y como quiere hacerse (Barthes, 1997: 253), según la conveniencia del ser humano, el cual lo construye de acuerdo con sus intereses más profundos. Relacionamos directamente con esta función otra clara de *fundamentación* y de *legitimación* en el sentido de que justifican (relaciona con un valor que es intersubjetivamente indiscutible) las “relaciones y las instituciones que regulan la vida humana en un determinado lugar y espacio” (Duch, 2002: 59).

3. El mito es modelo para la conducta humana, que es una cristalización de lo anterior. El mito funciona como modelo, es decir, como un “sistema de referentes orientativos de la praxis humana” (Cencillo, 1998: 23). Esto obedece a la necesidad de la racionalidad humana de contar con un sistema de apoyo que funcione como justificación de las acciones que lleve a cabo (*Ibidem*, 530), como modelo para la conducta (Eliade, 1983: 8). El mito fija una serie de modelos ejemplares de acciones humanas significativas y de ahí precisamente se deriva el significado y valor de los relatos míticos (Rosales, 1996: 17).

El procedimiento es el siguiente: el mito pone en pie un relato, historias protagonizadas por seres sobrenaturales, dioses y héroes emparentados con ellos, son consideradas por el hombre de la sociedad arcaica como historias verdaderas, porque conciernen a realidades, y sagradas, por esa participación de seres divinos (Eliade, 1983: 26). En tanto que los seres sobrenaturales son vistos como modelo de perfección, el hombre es capaz de desentrañar la verdad de esas historias fundamentadas en las relaciones casi universales que descubren, en la validez de sus paradigmas (Cencillo, 1998: 555). Por lo tanto, el fundamento del mundo puede localizarse en las irrupciones de lo sagrado en él, que sirve de modelo ejemplar para el hombre (Eliade, 1983: 12). De esta manera, el mito se constituye en paradigma de los actos del ser humano; por ejemplo, dentro de los mitos de las sociedades arcaicas, la cosmogonía no era solo una explicación de cómo fue creado el mundo y el hombre, aunque también lo fuese, sino que se convertía en modelo ejemplar para toda situación creadora, en cualquier ámbito de la vida cotidiana (*Ibidem*, 38), imponiendo una serie de valores absolutos, indiscutibles, cuya función principal sería la de servir de guía y significación para la existencia.

Hoy en día el mito tiene una naturaleza transdiscursiva; es más, A. Huici (1998: 55) apunta que el mito es consustancial con esa naturaleza. Una

de las razones fundamentales es la constatación de que no existen mitos definitivos en ninguna de sus versiones, sino que a lo largo de los siglos, cada uno de esos relatos se va enriqueciendo con aportaciones adicionales que se van sucediendo y van haciéndolos cada vez más complejos. Dicho esto, “el fenómeno del mito (...), en tanto que signo inmerso en una red de significaciones constituidas por el contexto de sus variantes, es consustancial con lo que hoy llamamos transtextualidad” (*Ibídem*, 55). Es esta la razón principal por la que puede “viajar”, transmutarse, comunicarse a través del vehículo de los medios de comunicación.

La mitología, con la diversificación de temas que es capaz de abarcar y la gran cantidad de ámbitos a los que puede llegar, garantiza al hombre que aquella hazaña que va a emprender ha sido ya llevada a cabo por otros antes que él, en concreto una figura divina, sobrenatural, en la que encontrará su guía para actuar.

3. Claves de la actualidad el mito

3.1. Mitos y ritos de renovación.

Este tipo de relatos ha debido ir cambiando, adaptándose a la historia, lo que conlleva a la inexistencia de mitos definitivos, debido a una evolución constante y un enriquecimiento paralelo al cambio de los tiempos. La pervivencia del mito ha sido posible sobre todo a causa de su fuerza imaginativa y a su repertorio de imágenes (García Gual, 1997: 10); este corpus se ha presentado siempre como relativamente estable y es ese factor el que asegura su dimensión espacio-temporal independientemente del lugar y de la época que estemos estudiando. Sin embargo, la pervivencia del mito hay que estudiarla atendiendo a su inevitable evolución; y es que el mito, a pesar de sobrevivir durante siglos, ha debido para ello y aparentemente de forma paradójica, ir cambiando. Esto es debido en gran parte a que el relato mítico ha de alcanzar su actualidad en todas las épocas de la evolución del ser humano y en todos los lugares geográficos y, por lo tanto, debe reinterpretarse continuamente de acuerdo con “las nuevas variables que surgen en los trayectos vitales de los individuos y de las colectividades” (Duch, 2002: 27). Por lo tanto, nunca ha desaparecido totalmente de la vida del ser humano, sino que ha ido evolucionando y cambiando su aspecto aparente.

Este factor, el del cambio, es inevitable; el mito va sufriendo alteraciones en los sucesivos recuentos (García Gual, 1989: 29), lo que en cierto modo está relacionado con el fenómeno transdiscursivo, ya que el mito se supone como sujeto a versiones sucesivas a partir de unos elementos comunes. Este proceso de reinención, de relectura, no hace sino transformar el mito y proceder a la instauración de nuevos y renovados significados (Huici, 1998: 60).

De hecho, cabe localizar diferencias notables entre unos mitos y otros en esa imperecedera presencia, ya que no todos los mitos perviven por igual; algunos incluso van cambiando tanto con el transcurso de los años que llegan a invertirse, lo cual constituye una de las características propias de nuestro tiempo. De hecho, C. Lévi- Strauss en su serie *Mitológicas* habla de los cambios que va sufriendo un mito a lo largo de la historia debido a las variantes que se van produciendo hasta llegar a un punto en el cual ciertas transformaciones en la estructura del mito pueden llegar a desintegrarlo e incluso a transmutarlo en otro mito. Sin embargo, los mitos que han sobrevivido a lo largo de los siglos y se reconocen como tales pueden someterse a un proceso comparativo entre las distintas variantes textuales de un mismo mito para localizar los elementos comunes en todas ellas, es decir, las estructuras que se mantienen más allá de las modificaciones temporales (Duch, 2002: 337). Esta tarea se vuelve más compleja en tiempos del hombre moderno, el cual ya no se reconoce de la misma forma en los mitos degradados, a veces invertidos en una sociedad en la que irrumpen y son difícilmente identificables.

El mito es tan moldeable que puede ir acomodándose a los distintos contextos en los que se actualiza; de hecho, lo hace manifestándose a través de distintos vehículos. Uno de ellos es el arte, del cual se erige en fundamento; sin embargo, el lenguaje del mito no es específicamente artístico, aunque el mito lo utilice como vehículo. De hecho, puede manifestarse a través de otras materias de la expresión no artísticas, tal y como apunta R. Barthes (1993: 200): la publicidad o los medios de comunicación en general. Por lo tanto, el mito tiene a su disposición una masa ilimitada de significantes.

3.2. El componente simbólico del mito

Esta característica redundante en la maleabilidad anteriormente citada. El relato mítico es una representación que hace aparecer un sentido secreto para el hombre; se trata de un relato que pone en escena unos personajes, unas acciones, unos decorados simbólicamente valorizados y es esto mismo lo que confiere la polisemia al mito. Guarda en su interior una realidad eterna: es intemporal. En este contexto lo simbólico funciona como catalizador, es decir, pone en contacto todos los elementos debido a que lo mítico forma parte de nosotros de manera consustancial desde el mismo comienzo de los tiempos por su carácter explicador de la realidad y, por tanto, acorde con la principal preocupación del ser humano. Lo mítico está en todo: filosofía, religión, arte, medios de comunicación. Nos constituye.

L. Cencillo (1998: 48) define el símbolo como “objeto, vestimenta, vehículos, palabras, etc. que significan más y otra cosa que lo que materialmente es, mediante un desplazamiento del significado a otro nivel muy distinto del de la realidad del signo”. M. Eliade considera que el símbolo revela algunos aspectos de la realidad que se presentan en principio como inaccesibles para cualquier otro medio de conocimiento (Duch, 2002: 421). G. Durand define el símbolo como “todo signo concreto que evoca, por medio de una relación natural,

algo ausente o imposible de percibir” (1971: 13). El símbolo es, en definitiva, un sistema de conocimiento indirecto (Durand, 1993: 18).

L. Cencillo (1998: 36) define el concepto como “relato (discurso mítico) que pone en escena unos personajes, unos decorados, unos objetos simbólicamente valorizados, que puede segmentarse en mitemas, y en el que se invierte necesariamente una creencia llamada *pregnancia simbólica*”. De la relación símbolo-mito deriva la polisemia de este último en tanto que los temas connotados no han de ser únicos al ser material simbólico el que se encuentra en su base (Cencillo, 1998: 521).

Como apunta M. Chillón (200: 142),

“desde su misma raíz, el conocimiento, la cultura, el mundo humano son simbólicos. En expresión nietzscheana, el ser humano construye un *mundo al lado del mundo*: su realidad no es la de las cosas mudas, sino las de los fenómenos que su lenguaje conjura y configura. Se quiera o no, la vida individual, la cultura colectiva son figuraciones, un viejo y tupido tejido, incesantemente renovado, de figuras de la experiencia”.

De este modo, vivimos en un mundo simbólico y los medios sirven para elaborar un constructo mediante su lenguaje, tal y como lo hacen el arte, la religión o la ciencia. El mundo, por lo tanto, no se basa en la imitación, sino en la creación, y en este panorama los medios ofrecen un cauce idóneo para esos constructos.

Lo simbólico ofrece instrumentos de interpretación de lo real pero no agota toda la realidad (entendido este concepto como todo ese conjunto que se divide en dos subconjuntos: el de la realidad efectiva y el de la realidad no efectiva), es decir, somos conscientes de que es posible un acercamiento a cuestiones complejas y harto difíciles de comprender por parte del ser humano, pero también aceptamos que existe un corpus de elementos que jamás podremos alcanzar gracias a la razón y tampoco a través de lo simbólico. Este entramado oscuro, oculto, permanece vetado a la comprensión del ser humano, pero esa misma razón hace que el hombre siga luchando y en permanente búsqueda de su yo más profundo, tratando de encontrar respuestas a las preguntas esenciales que le han obsesionado desde el comienzo de su existir.

3.3. El modo mítico de expresar la verdad.

Verdad es la “la correcta integración de contenidos de información y representación en sistemas preconceptuales, implantados, a su vez, en la base mental del sujeto por tradición o por reflexión y maduración de experiencias generalizadoras” (Cencillo, 1998: 554). El modo mítico de expresar la verdad se basa en el arquetipo y en las relaciones casi universales que descubren en la validez de los paradigmas. Sin embargo, y tal y como apunta C. García Gual (1989: 45), cuando al mito se le pide dar cuenta de la veracidad de lo que narra no puede hacerlo ya que esta tarea, referida

a datos reales (en tanto que pertenecientes a la realidad efectiva) es propia del logos. No obstante, aunque esto pueda parecer que “debilita” la fuerza del mito, su verdad reside en otros aspectos alejados de la comprobación empírica; por ejemplo, para las sociedades arcaicas el mito es verdad fundamentalmente porque habla de seres y acontecimientos sagrados y eso está asociado a la verdad de manera automática.

4. Pervivencia del mito

Como hemos visto, el mito surge por una necesidad fundamental para el hombre. Legítima la historia, da fe de ella (Durand, 1993: 35), ordena la naturaleza, el caos se vuelve cosmos y al mismo tiempo elimina lo real, alejándose de la “naturaleza de las cosas”. Eso no significa que no tenga un fundamento histórico, que se halle desarraigada de un momento histórico cultural concreto, ya que, como dice R. Barthes (1997: 200) “es un habla elegida por la historia”, sino que en cada momento de la historia su pilar de apoyo no es la presentación, sino la representación más allá de la referencia concreta, la trascendencia, en definitiva, ya que para lo inmediato el hombre se basta con sus propias apreciaciones sensitivas. Es para lo lejano, lo oculto, lo escondido, para lo que no tiene instrumentos y por esa misma razón nace el mito, para llenar un hueco existencial del ser humano y contribuir con ello a su propia seguridad y confianza.

La afirmación que subyace en la obra *De la mitocrítica al mitoanálisis* (1993) de G. Durand redundante en la ausencia de interrupción entre los argumentos significativos de las antiguas mitologías y los relatos modernos, es decir, que las figuras míticas, sus imágenes, se repiten eternamente en las obras, en las cuales se ve tanto al creador como al intérprete. Esta idea refuerza el carácter de lo cíclico que marcaba el pensamiento de las sociedades arcaicas y que luego fue superado por una concepción de la historia lineal e irreversible.

Esta característica estaba reforzada en el principio de los tiempos fundamentalmente gracias al **rito**. Las sociedades primitivas poseían un pensamiento circular que les hacía creer que con cada actualización del mito podrían controlar en cierta medida el comportamiento de la naturaleza. Ya hemos hablado de que el relato mítico pervive mutando y precisamente esos rituales se han ido transformando para canalizar el mito mediante otros instrumentos. El principal de ellos ha sido el arte, pero, como hemos visto, los medios de comunicación también se valen de ellos como sustrato de configuración de sus discursos.

En las sociedades primitivas la escritura todavía no había surgido y, por lo tanto, no podía ser utilizada como un vehículo de transmisión de los mitos. El *Diccionario de la Real Academia* define el rito como “costumbre o ceremonia. Conjunto de reglas establecidas para el culto y ceremonias religiosas”; en

las sociedades arcaicas el rito era una costumbre o ceremonia en la que se conmemoraba la historia mítica y esta se reactualizaba periódicamente (Eliade, 1983: 19). En esas sociedades arcaicas creían que la vida no podía ser reparada, sino solo recreada y por eso se volvía repetitivamente a la cosmogonía, en busca de ejemplos para la vida. El mito ha de actualizarse, mostrarse, para que pueda ir regenerándose; el rito forma parte de esa renovación necesaria. Los ritos conmemoran un tiempo prestigioso y lejano (García Gual, 1989: 17), el tiempo primordial, primero y ejemplar, distinto por completo al tiempo actual histórico, el cual es inferior, imperfecto, y debe buscar su reflejo en ese estadio primigenio. El tiempo del mito es, en definitiva, un tiempo sagrado (Durand, 1993: 189).

La actualización periódica del mito es significativa porque el rito refleja una manera de pensar muy peculiar, caracterizada por lo cíclico, lo circular, y la profunda creencia de la vuelta a los acontecimientos, de la posibilidad de la repetición de las figuras míticas. Es decir, el mundo es interpretado en clave repetitiva y esto en cierto modo constituye una forma de seguridad para el ser humano, ya que todo lo que ha sucedido y va a suceder puede encontrar un patrón perfectamente transmutable en el seno de los relatos míticos. Esta es una diferencia fundamental entre el hombre primitivo y el hombre moderno: mientras que para el primero la historia obedece a un carácter cíclico, para el segundo la historia tiene un carácter irreversible.

El ser humano contemporáneo sigue teniendo un pensamiento cíclico que rige su actividad cotidiana. La forma de pensar del hombre sigue siendo en cierto modo circular en tanto que en las distintas etapas evolutivas ha recurrido alternativamente a unos relatos míticos o a otros, pero siempre acudiendo a aquellas manifestaciones culturales relacionadas con el origen y la explicación (basada en lo irracional) del entorno. Precisamente es el sentido el que va configurando al mito o al símbolo y lo hace adaptarse al cambio de los tiempos.

La cultura mediática no es más que continuación de la facultad narrativa del hombre por otros medios. En este sentido, toma arquetipos y los reinventa, en su representación y recreación de la realidad social. Los antiguos rituales han pasado en los medios a ser representaciones y figuraciones que siguen reincidiendo en los mismos dilemas, porque son aquellos a los que el hombre no ha conseguido dar respuesta. Los medios de comunicación parten de la tradición y a su vez dan un paso hacia la innovación, intentando avanzar en despejar las grandes incógnitas.

Referencias bibliográficas

- Aguiar e Silva, V. M. (1996): *Teoría de la literatura*. Madrid, Gredos.
- Barthes, R. (1993): *La aventura semiológica*. Barcelona: Paidós, 1985.
- Barthes, R. (1997). *El grado cero de la escritura*. Madrid: Siglo XXI.
- Cencillo, L. (1998). *Los mitos. Sus mundos y su verdad*. Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos.

- Chillón, A. (2000). La urdimbre mitopoética de la cultura mediática. *Revista Anàlisi*, 24, 121-159.
- Courtés, J. (1997). *Análisis semiótico del discurso: del enunciado a la enunciación*. Madrid: Gredos.
- Culler, J. (2000). *Breve introducción a la teoría literaria*. Barcelona: Crítica.
- *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española*. Madrid, Espasa Calpe, 1992, 22ª edición.
- Duch, L. (2002): *Mito, interpretación y cultura*. Barcelona: Herder.
- Durand, G. (1993). *De la mitocrítica al mitoanálisis. Figuras míticas y aspectos de la obra*. Barcelona: Anthropos.
- Eco, U. (1999a): *Kant y el ornitorrinco*. Barcelona, Lumen.
- Eliade, M. (1983): *Mito y realidad*. Barcelona: Labor, 1968.
- García Gual, C. (1989): *La mitología. Interpretaciones del pensamiento mítico*. Barcelona, Montesinos, 1987.
- García Gual, C. (1997). *Diccionario de mitos*. Madrid: Planeta.
- Huici, A. (1998). *El mito clásico en la obra de Jorge Luis Borges*. El laberinto. Sevilla: Alfar.
- Kolakowski, L. (1990). *La presencia del mito*. Madrid: Cátedra.
- Lévi-Strauss, C. (1987): *Mito y significado*. Madrid: Alianza.
- Lyotard, J. F. (1989): *La condición posmoderna*. Madrid, Cátedra.
- Romera Castillo, J. (1988). Teoría y técnica del análisis narrativo. En Talens, J. y otros: *Elementos para una semiótica del texto artístico* (pp. 113- 152). Madrid: Cátedra.
- Rosales, E. (1996). *El mito*. Sevilla: Cuadernos Arbolays.