

La urdimbre mitopoética de la cultura mediática

Albert Chillón

Universitat Autònoma de Barcelona
Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació
08193 Bellaterra (Barcelona). Spain
Albert.Chillon@uab.es

Resumen

El texto, de carácter meramente propedéutico, se propone elucidar la naturaleza mitopoética de la cultura mediática contemporánea, a partir de una perspectiva culturalógica que vindica el papel crucial que las humanidades han de jugar en los estudios sobre comunicación. A tal fin, explora tentativamente la urdimbre mitopoética de la imaginación individual y del imaginario colectivo, así como las dos fuentes primordiales que los nutren: generación espontánea y transmisión. Por último, a modo de corolario, el artículo discute cómo se compone el acervo temático característico de la cultura mediática: sus temas, motivos, argumentos, *loci*, figuras, personajes y géneros.

Palabras clave: cultura mediática, mitopoesis, imaginario colectivo, imaginación, arquetipo, tematología.

Abstract. *The Mythopoetic Warp of Media Culture*

The text, of mere introductory intentions, attempts to elucidate the mythopoetic nature of the contemporary media culture, starting from a culturalogic perspective which vindicates the crucial role humanities must play in communication studies. With such aim, it tentatively explores the mythopoetic warp of individual's imagination and collective imagery, as well as both of the fundamental sources which nourish them: spontaneous creation and transmission. Finally, as a corollary, the article discusses what composes the immense stock of topics, so characteristic to media culture: its themes, motives, arguments, *loci*, figures, characters and genres.

Key words: Media culture, myth, collective imagery, imagination, archetype, thematology.

Sumario

urdimbre (fem.). (1) *Estambre urdido, o sea, colocado en la urdidera.* (2) Conjunto de hilos que se colocan en el telar, paralelos unos a otros, para pasar por ellos la trama y formar el tejido [...]. Esos mismos hilos en el tejido ya hecho, o sea los que están en la dirección longitudinal de la tela. (3) (fig.). *Intriga.*

María Moliner, *Diccionario de uso del español*

En un texto inmediatamente anterior a éste, dedicado a explorar la incidencia del llamado *giro lingüístico* en el estudio de la comunicación, puse de relieve el influjo irremediable y ubicuo que la tradición —entendida en sentido lato— ejerce sobre la comunicación mediática¹. Decía allí que medios, comunicadores y audiencias elaboran los *mensajes* que comparten en diálogo permanente con el ingente acervo de enunciados y de modos de enunciación que todos los individuos, por el mero hecho de vivir en sociedad, heredamos y recreamos *por tradición*. Y añadía que no parece aceptable menospreciar la importancia de esa dialéctica —de ese *dialogismo*, diría Mijail Bajtín— incesante entre lo viejo y lo nuevo, entre lo personal y lo colectivo, pues sin ella sería inconcebible la mera posibilidad de producir sentido. El haz de ideas y creencias que forman la visión del mundo de cada individuo hinca sus raíces en el humus de la tradición, esto es, en el conocimiento sedimentado del que todos, sin excepción, nos nutrimos —lo queramos o no, lo sepamos o no.

De aquella reflexión apenas tentativa infería, además, un par de conclusiones provisionales. La primera es que la tradición no es un repertorio inerte de antiguallas, como el sentido común tiende a creer, sino una suerte de medio ambiente simbólico que literalmente *anima* a los agentes comunicativos —con tanta mayor eficacia, acaso, cuanto más ignorantes son éstos del alcance de su poder. Y la segunda, que la actividad de empalabrar «la realidad», inherente a las narraciones mediáticas —y a todos los demás modos de conocimiento y comunicación, por cierto— no consiste tanto en *dar cuenta* de ella como, nótese bien, en un auténtico *dar cuenta* de la realidad acaecida y en un *darle cuenta* a la realidad por venir. Al configurar sus enunciados sobre el acontecer social, comunicadores, medios y audiencias lo hacen, ante todo, con arreglo a moldes y a modos de configuración narrativa del conocimiento sedimentados por el curso de la tradición. En gran medida, la cultura mediática se teje mitopoéticamente. Se trama, se urde como *mythos*: fábula, relato, figuración.

El propósito de este artículo es proseguir y ahondar esa reflexión, apenas esbozada entonces, acerca de la naturaleza mitopoética de la cultura técnica e industrialmente mediada característica de la sociedad contemporánea, postmodernidad incluida. En concreto, me propongo esclarecer *cuáles son y cómo*

1. «El giro lingüístico y su incidencia en el estudio de la comunicación periodística», en *Anàlisi*, 22, Bellaterra: UAB, 1998, p. 63-98.

actúan las figuraciones narrativas de la experiencia segregadas por la cultura mediática, lo que, en esencia, me llevará a preguntarme por *los modos en que se genera la 'inventio' o 'heuresis'—la ideación y la concepción— de los relatos que promueve*. Soy consciente de la gran dificultad del empeño y de que, en el mejor de los casos, este texto apenas podrá servir como simple propedéutica para indagaciones de mayor alcance.

Comoquiera que toda indagación parte siempre de premisas que le sirven de sustentáculo invisible —muchas veces indemostrables, aunque esenciales para el razonamiento—, creo necesario revelar las que animan estas páginas.

- A. La primera es que, como muchas otras expresiones culturales —el mito, el rito, la religión, la literatura, el cine, el teatro, el sentido común—, *la cultura mediática posee un carácter esencialmente narrativo*. A todo lo largo y ancho de sus muy diversas expresiones, otorga sentido a la vivencia individual y a la historia colectiva, y lo hace mitopoéticamente: articulando figuraciones narrativas, trasuntos cronotopológicos que *dan cuento* de las circunstancias de tiempo, espacio y causalidad que conforman la experiencia.
- B. La segunda es que, por muy nuevos y hasta innovadores que sean los ropajes con que comparece, *la cultura mediática guarda una intensa, promiscua relación dialéctica con la tradición cultural precedente*, a tal punto que es ésta la que le infunde, cual savia nutricia, sus ingredientes narrativos primordiales. Aunque su complejión técnica y sus procedimientos expresivos sean idiosincrásicos, la *inventio*, el imaginario de la cultura mediática se alimenta de repertorios temáticos en buena medida cuajados, sedimentados por la tradición.
- C. La tercera y última premisa es que tanto la cultura mediática contemporánea como la tradición de que se nutre son, en última instancia, *expresiones* —muy condicionadas históricamente, desde luego— *de una facultad mitopoética entrañada en la imaginación humana misma*, en todo tiempo y lugar. Quiere ello decir que la cultura mediática genera figuraciones narrativas de la experiencia individual y colectiva ahormadas no sólo por el peso del presente y el peso de la tradición, sino por arquetipos o facultades preformativas (*'facultas praeformandi'*) inscritos en las posibilidades y límites antropológicos de la especie.

Una vez aclaradas las premisas de esta reflexión, puedo adelantar qué pasos seguirá mi razonamiento. El primer epígrafe (I) discutirá qué cabe entender por *cultura mediática*, expresión que sustituye con ventaja a la ya periclitada de *cultura de masas*. El segundo (II), cuál es el punto de partida teórico y metodológico de esta indagación, desarrollada a partir de la tematología literaria —una de las grandes vertientes de la literatura comparada— y adaptada a este propósito con el nombre de *tematología mediática*. El tercero (III) abordará la naturaleza mitopoética de la imaginación y del imaginario humanos, verdadera clave de arco de esta reflexión. El cuarto (IV) explorará las dos fuentes

configuradoras de la tradición: generación espontánea y transmisión. Y el quinto (V) y sexto (VI), a modo de corolario del razonamiento anterior, cómo se compone el acervo temático característico de la cultura mediática: los temas, motivos, argumentos, *loci*, figuras y personajes que integran su variopinto imaginario, así como las matrices genéricas que encauzan la conformación de tales figuras.

Quiero añadir, por último, que lo que sigue es —se verá en seguida— una gavilla de reflexiones meramente tentativas, un borrador mucho más rico en preguntas y dudas que en respuestas concluyentes.

I. Cultura de masas y cultura mediática

Es conveniente ahora, para desbrozar el terreno que quiero recorrer, precisar los conceptos de partida: ¿por qué hablar de *cultura mediática*, en vez de recurrir al mucho más usado concepto de *cultura de masas*?

No por simple prurito terminológico, por cierto. Como es notorio, durante las últimas décadas —coincidiendo más o menos con la eclosión de la llamada *postmodernidad*— la expresión *cultura de masas* ha ido perdiendo vigencia y capacidad explicativa, si es que en rigor algún día la tuvo. En la época en que fue acuñada, durante las primeras décadas del siglo XX, la expresión servía para contraponer elocuentemente la nueva cultura de carácter industrial, generada por los medios y tecnologías de la comunicación y la reproducción, a la vieja cultura elitista, la sacralizada, aurática *Kultur* de las minorías selectas y distinguidas. Los nuevos *media* —prensa, radio, cartelismo, cine, fotografía, propaganda y publicidad «de masas»— se caracterizaban en buena medida por sus multitudinarias, anónimas y heterogéneas audiencias, hasta el punto de que, a partir de los años veinte, pensadores de diverso talante y signo ideológico —Ortega y Gasset, Spengler, Adorno, Horkheimer, Benjamin, Gramsci, Marcuse, MacLuhan, Bell, Shils, MacDonald, etcétera— consideraron ese carácter masivo como el rasgo distintivo básico de la poderosa cultura emergente.

Pero, ya desde su nacimiento, el apelativo *cultura de masas* andaba aquejado de dolencias varias:

- a) Para empezar, su escasa aptitud como concepto científico, esto es, capaz de aprehender con precisión el asunto estudiado. Se trataba de un verdadero cajón de sastre donde propios y extraños —*integrados* y *apocalípticos*, en términos de Eco, o *tecnofílicos* y *tecnofóbicos*, en palabras de Gubern— depositaban productos, estilos, intenciones, mensajes, rangos, efectos y audiencias de toda laya y condición. La etiqueta de marras ponía el acento no tanto en el carácter tecnológico e industrial de las nuevas formas culturales, o en la acusada diversidad estética y estilística de sus productos, o en sus muy diferentes formatos y funciones expresivas y comunicativas, cuanto en una entelequia llamada *masa* que, hablando con propiedad, sólo existía en la imaginación de los defensores y detractores de la expresión. Como había sucedido en el siglo anterior con la palabra *pueblo* —o como ha sucedido a lo largo del

siglo XX con expresiones tan vagas como *opinión pública, nación o progreso*—, el apelativo *cultura de masas* ocultaba mucho más de lo que acertaba a revelar, y ello por mor de la tosquedad con que aludía a aquello que buscaba designar con supuesto primor científico. Con su conocida perspicacia, Raymond Williams solía decir que en realidad no existen las masas, sino sólo maneras de ver a los demás como masa. Y Antonio Machado, en una de sus desafectadas meditaciones, puso en labios de Juan de Mairena: «Por más que lo pienso, no hallo manera de sumar individuos»².

- b) Después, a esa vaguedad semántica del apelativo se unía la pesada connotación que arrastraba consigo. No sólo era demasiado impreciso y equívoco: sucedía, además, que el batiburrillo de cosas que torpemente designaba era visto con condescendiente tolerancia, en el mejor de los casos, o con franco desprecio aristocrático, en el peor. Lo masivo se presentó desde el principio como sinónimo de vulgaridad, falta de distinción y mal gusto. La jerarquía cultural de la antigüedad clásica —que dividía los productos culturales en *sublimis* o *gravis*, *mediocris* y *humilis*— fue tácitamente invocada, veinte siglos después, por autores como Dwight MacDonald o Edward Shils, en su célebre distinción de los tres niveles de cultura: el *highbrow* o nivel de alta cultura, el *middlebrow* o nivel de cultura media, y el *lowbrow* o nivel de cultura baja.

Una vez reservado el nivel *alto* a la Cultura canónica clásica —con mayúsculas—, la llamada *cultura de masas* fue adscrita casi en exclusiva al nivel bajo de la jerarquía —o, con suerte e indulgencia, alguna que otra vez a su zona intermedia. *Todos* los productos mediáticos, burdamente ensacados por la etiqueta, fueron de antemano confinados al sótano cultural: se les reconocía, es cierto, capacidad de procurar solaz y esparcimiento a las «masas» o al «pueblo llano», incluso podía concedérseles una cierta utilidad informativa y educativa, pero de ninguna manera una potencial dignidad como productos culturales capaces de mover a la reflexión o al goce estético genuinos, las grandes prerrogativas de la cultura y el arte *auráticos* tradicionales. Como escribió MacDonald en «Masscult y midcult», su influyente ensayo sobre el asunto: «La enorme producción de los nuevos medios de comunicación, como la radio, la televisión y el cinematógrafo, pertenece casi por completo a la *masscult*»³.

2. Cabría formular, en efecto, la siguiente cuestión crucial: ¿tiene «la masa» una entidad sustantiva, más o menos estable y definida? ¿O será más sensato, en cambio, hablar de *comportamientos masivos*, de actitudes, momentos, escenarios, situaciones en que todos los individuos, sin excepción, son susceptibles de conducirse masivamente? Ésta última, a mi entender, fue la respuesta que dio Sigmund Freud a este resbaladizo problema en *Psicología de las masas* (Madrid: Alianza, 1978, p. 26): «Hemos partido del hecho fundamental de que el individuo integrado en una masa experimenta, bajo la influencia de la misma, una modificación, a veces muy profunda, de su actividad anímica. Su afectividad queda extraordinariamente intensificada y, en cambio, notablemente limitada su actividad intelectual».
3. Dwight MACDONALD, «Masscult y midcult», en Daniel BELL y otros, *Industria cultural y sociedad de masas*, Caracas: Monte Ávila, 1969, p. 65.

Así las cosas, en vez de acuñar un concepto crítico por vía inductiva, partiendo de la observación y descripción concienzuda del asunto estudiado, los científicos sociales se conformaron con un apelativo empapado de prejuicios, más apto para prescribir juicios apresurados —y para proscribir dudas y tentativas de reflexión alternativas, como explicó Jesús Martín Barbero en su ya clásico *De los medios a las mediaciones*— que para designar con tino un objeto de estudio asaz complejo y diverso. En este sentido, puede decirse que la etiqueta «cultura de masas» (*mass culture*) corrió idéntica suerte que su prima hermana «comunicación de masas» (*mass communication*), inmediatas descendientes ambas de la expresión «sociedad de masas» (*mass society*), tan trajinada por los sociólogos de nuestro siglo.

Si, a lo que llevamos dicho, se añade que en las últimas décadas la creciente diferenciación y fragmentación de las audiencias ha venido acentuando la obsolescencia de la etiqueta, entonces queda plenamente justificada la necesidad de sustituirla por otra más útil y precisa. De ahí que haya ido abriéndose camino la expresión *cultura mediática*, cuya principal virtud es la siguiente: consigue poner el acento no en el prejuicio irreflexivo sobre el carácter supuestamente gregario e informe de las audiencias, sino en el hecho mismo de la *mediación*⁴. Se trata, en efecto, de una cultura mediada por organismos e instituciones industriales (*media*) de elevada complejidad organizativa y técnica, así como por comunicadores y públicos que ponen en juego un ingente acervo de modos de actuación, relación, figuración, enunciación y recepción⁵.

Y, en segundo lugar, el apelativo propuesto suprime el lastre peyorativo inherente al latiguillo *de masas*: incluye, virtualmente, cualesquiera productos, estilos, formatos, rangos, usos y funciones, sin prescribir ni proscribir su valor de antemano. De tal suerte que la expresión *cultura mediática* integra productos de elevada complejidad y vigor artísticos —las películas de Hitchcock, Bergman, Fellini o Buñuel; la música de Duke Ellington, Bill Evans o Bob Dylan; el *alto periodismo* de Capote, Sciascia o Kapuscinski—, junto a otros simplemente utilitarios y hasta triviales, pasando por la gama entera del *mid-cult* y el *kitsch* de nuestra época.

4. En nuestro país, el concepto de *mediación* fue acuñado por M. MARTÍN SERRANO en *La mediación social* (Madrid: Akal, 1977), y fecundamente desarrollado por J. MARTÍN BARBERO en su ya citado *De los medios a las mediaciones* (Barcelona: Gustavo Gili, 1987).
5. Aunque pueda objetarse, con razón, que toda cultura *es* mediación, y añadirse después que todas las culturas históricas han sido mediadas por tecnologías, prótesis y artefactos —llámense *pergamino, papiro, libro o imprenta*—, ninguna de esas culturas estuvo ahormada por *a)* medios de comunicación de carácter industrial; *b)* una casta de operadores altamente profesionalizada; *c)* una relación con las audiencias regida, primordialmente, por las leyes del mercado, y *d)*, en último pero no menos importante lugar, por unas extensiones técnicas formidables, que han trastocado severamente las condiciones espacio-temporales de la vida social. Al respecto, son iluminadores, entre otras, la aludida obra de Martín Barbero, especialmente por su énfasis crítico en la dialéctica que se establece entre la cultura de masas tecnoindustrial y las culturas populares, y tres libros de Román GUBERN: *Mensajes icónicos en la cultura de masas* (Barcelona: Lumen, 1974), *El simio informatizado* (Madrid: Fundesco, 1987) y *Del bisonte a la realidad virtual* (Barcelona: Anagrama, 1996).

Otra cosa, bien diferente, es admitir que la mayor parte de los productos e ingenios de la cultura mediática suele medrar entre los anchos predios de los niveles medio y bajo, y que las incursiones en el nivel alto de la escala artística son forzosamente más escasas. Pero al constatar ese hecho —característico, al fin y al cabo, de muchas otras épocas y modalidades de la historia cultural: hoy releemos a un puñado de poetas y novelistas que estimamos canónicos, pero no recordamos siquiera a tantísimos otros, olvidados sin pena ni gloria— simplemente *describimos* cómo tiende a funcionar la moderna cultura mediática, no *prescribimos* cómo forzosamente debe hacerlo. La diferencia, aquí, es la muy grande que separa el juicio del prejuicio⁶.

Parece necesario, entonces, abordar la reflexión acerca de la cultura mediática de nuestro tiempo partiendo de la superación de la añeja polémica entre *apocalípticos e integrados*, en la que se han trabado preclaras inteligencias durante el transcurso del siglo que expira. Hoy tiene sentido, más bien, procurar entender cómo funciona, cómo incide en la vida y en la historia tal cultura segregada por las poderosas mediaciones comunicativas de nuestro tiempo. A tal fin, parece conveniente que la reflexión tenga en cuenta, entre otras, las siguientes consideraciones, que aquí meramente apunto y cuyo desarrollo requerirá, como es obvio, otras voces y otros ámbitos.

La cultura mediática tiende a engullir el campo entero de la cultura, un proceso que a lo largo del siglo XX se ha mostrado creciente e imparable. Aunque no abolidas, las viejas fronteras entre *alta y baja cultura*, *arte y artesanía*, *Kultur* y *cultura popular*, cultura *highbrow* y *lowbrow* han sido en buena medida desdibujadas. Los medios y las mediaciones comunicativas de nuestro tiempo tienden a fagocitar todas las otras expresiones culturales, así la pintura como la música, las vanguardias como las expresiones estéticas neotribales, la arquitectura como el folklore. Hasta tal punto es así, que esa expansividad —que no borra, en absoluto, las diferencias, aunque sin duda hace más arduo distinguirlas— está convirtiendo la expresión *cultura mediática* en un vulgar pleonasma: ¿es que existe hoy, es que existirá mañana alguna modalidad de cultura no condicionada por los imperativos de la mediación tecnoindustrial?

6. Se ha observado repetidamente que el advenimiento de la postmodernidad —a partir, aproximadamente, de los años sesenta— se ha caracterizado, entre otros rasgos, por el agrietamiento del canon artístico clásico, por la emergencia de la llamada *postficción* y, en general, por la desacralización general de los valores culturales, antaño reverenciados. Entre los muchos autores que han tratado este asunto, me remito a los siguientes: Frederic JAMESON, «La lógica cultural del capitalismo tardío», en *Teoría de la postmodernidad*, Barcelona: Trotta, 1996; Jean-François LYOTARD, *La postmodernidad (explicada a los niños)*, Barcelona: Gedisa, 1996; George STEINER, *Cultura y silencio*, Barcelona: Gedisa, 1982, y *En el castillo de Barba Azul*, Barcelona: Gedisa, 1991. Por mi parte, he reflexionado al respecto en *Literatura y periodismo. Una tradición de relaciones promiscuas*, Barcelona, UAB/UV/UJ, 1999. Estas someras reflexiones tienen su origen, en parte, en el curso de doctorado «Filosofía de l'art contemporani», impartido por el profesor Gerard Vilar en la UAB, entre noviembre de 1998 y marzo de 1999.

Y, sin embargo, a esa dialéctica entre cultura *de masas* y alta cultura, objeto de la mayor parte de las reflexiones sobre la cuestión, conviene añadirle otra que —aunque apenas percibida por la *intelligentsia* europea y estadounidense— ha sido señalada y desmenuzada por algunos pensadores latinoamericanos⁷: la que se establece entre la cultura mediática y las culturas populares, herederas a su vez de una larga tradición muchas veces silenciada u obliterada por los enfoques culturalistas al uso. Comoquiera que el espacio disponible es escaso, me limito a señalar aquí la importancia de esta relación de la mano de Martín Barbero⁸:

El proceso de enculturación no fue en ningún momento un proceso de pura represión. Ya desde el siglo XVII vemos ponerse en marcha una producción de cultura cuyo destinatario son las clases populares. A través de una «industria» de relatos e imágenes se va a ir configurando una producción cultural que a la vez media entre y separa las clases. Pues la construcción de la hegemonía implicaba que el pueblo fuera teniendo acceso a los lenguajes en que aquella se articula. Pero nombrando al mismo tiempo la diferencia, y la distancia entre lo noble y lo vulgar primero, entre lo culto y lo popular más tarde. No hay hegemonía —ni contrahegemonía— sin circulación cultural. No es posible un desde arriba que no implique algún modo de asunción de lo de abajo. Vamos a examinar una producción cultural que siendo destinada al vulgo, al pueblo, no es sin embargo pura *ideología*, ya que no sólo le abre a las clases populares el acceso a la cultura hegemónica, sino que les da a esas clases la posibilidad de hacer comunicable su memoria y su experiencia.

La cultura mediática no abole la distinción entre niveles de cultura, a pesar de su carácter sincrético y desacralizador, sino que la dota de nuevos sesgos y perfiles, además de añadirle considerable complejidad. Como en 1900, hoy es posible constatar la existencia de tres grandes rangos o niveles de cultura (el alto o *highbrow*, el medio o *middlebrow*, el bajo o *lowbrow*), aunque a menudo se antoja más arduo que nunca establecer distinciones precisas, tal es la ambigüedad, la ambivalencia de muchos productos y actitudes culturales⁹.

Aunque su complejidad es no sólo grande, sino creciente, parece razonable constatar que, en punto a valor cognoscitivo y artístico, la cultura mediá-

7. Pienso en el aludido Martín Barbero o en Néstor García Canclini, influidos a su vez por, entre otros, el legado de Walter Benjamin y Antonio Gramsci.
8. Martín BARBERO, op. cit., p. 110.
9. Como en 1900, pueden constatarse nítidas diferencias de rango y valor entre una obra de alta cultura —el cine de Francis Ford Coppola o Akira Kurosawa, la novela de Saul Bellow o Günter Grass—, de cultura media —las novelas de Isabel Allende, el cine de José Luis García, la poesía de Antonio Gala— y de baja cultura —la narrativa de Tom Clancy o Alberto Vázquez Figueroa, las películas de Sylvester Stallone o Chuck Norris, las tonadas de Enrique Iglesias. Pero las dudas proliferan cuando se trata de catalogar las novelas *resabiadas* y eruditas de Umberto Eco, la pulquérrima pero nada arriesgada concepción y factura de películas como *Memorias de África* o *Los puentes de Madison*, la arquitectura bonita y consabida de Ricardo Bofill, etcétera.

tica incluye los tres niveles y, por ende, las muchas subespecies intermedias que los numerosos medios y públicos tienden a fomentar. Así, junto a las manifestaciones de la alta cultura —de cuya expresión moderna por antonomasia, las hoy llamadas *vanguardias históricas*, apenas quedan vestigios exánimes y dispersos, fagocitados y metabolizados por el talante irónico y paródico característico de la postmodernidad—, es posible distinguir, en el extremo inferior de la escala cultural, la ufana, ubicua pujanza de la cultura de masas propiamente dicha, alimentada por la voracidad mercadológica de la industria cultural y por la a menudo complaciente actitud de no pocos abnegados ciudadanos, más empeñados en consumir que en consumir.

Lo que llama la atención, no obstante, es la formidable expansividad de la categoría intermedia que Dwight MacDonald, hace ya casi medio siglo, denominó *midcult*:

En estos tiempos, de mayor progreso, la cultura superior está amenazada por un peligro, que no es ya la Masscult, sino un producto híbrido, nacido de las relaciones contra natura de ambos enfoques. Ha surgido así una cultura media, que amenaza destruir a sus progenitores. Esa forma intermedia, a la que llamaremos Midcult, posee las cualidades esenciales de la Masscult, la fórmula, la reacción controlada, la carencia de cualquier canon que no sea la popularidad, pero las esconde púdicamente bajo una hoja de higuera cultural. En la Masscult, el truco no se esconde; hay que gustar a la multitud a cualquier precio. Pero la Midcult esconde una doble trampa; finge respetar los modelos de la Cultura Superior, cuando en realidad los rebaja y vulgariza [...] Lo que hace peligrosa a la Midcult es su ambigüedad. Porque la Midcult se presenta como formando parte de la Cultura Superior¹⁰.

En la visión apocalíptica de MacDonald —aun superada en vehemencia por la que Adorno y Horkheimer expusieron en *Dialéctica de la Ilustración*—, la *midcult* no supone, como podría parecer a primera vista, una mejora de la *masscult*, sino más bien una corrupción de la «cultura superior». So capa de buena factura técnica y de virtuosismo formal, de pretendida profundidad en el modo de abordar los temas tratados, hasta de vanguardismo y originalidad sólo epidérmicos, los productos *midcult* esconderían su carácter acomodaticio y meramente emulador, su tendencia a convertir la forma original en fórmula consabida, el hallazgo innovador en cliché adocenado, el auténtico estilo en cansino repertorio de estilemas, la indagación reflexiva en brillo huero, el riesgo en mera y al cabo trivial especulación. Núcleo activo de la «cultura superior», el arte genuino —el arte vanguardista, cuyos rescoldos aún flameaban a la sazón— sería objeto de saqueo y depredación por la cultura media, insidiosa y expansiva como un gas.

Semejante visión, ciertamente elitista y casi exenta de matices, perdía literalmente de vista las entretelas de la cuestión. Aunque acertaba a trazar algunos

10. MACDONALD, op. cit., p. 102.

rasgos *negativos* característicos del *midcult*, se empeñaba en no querer ver los rasgos *positivos* de este rango cultural. Así, por ejemplo, que sólo una porción de él responde a tan sombría descripción, es decir, es propiamente *kitsch*: falso arte de vanguardia, que imita la epidermis formal de ésta sin asumir ninguno de sus riesgos¹¹. O que dentro del *midcult* es posible observar una gran pluralidad de productos y gustos, así en la producción como en la recepción. O que el *midcult* incluye una enorme cantidad de autores y obras carentes de auténtico *genio* —el de Marcel Proust, Max Ernst, Ingmar Bergman o Thelonius Monk— pero plétóricos de impagable *talento* —como Henry Hathaway, Pedro Almodóvar, Sinclair Lewis, Paul Auster o Count Basie. O que el siglo XX ha visto proliferar modalidades artísticas y culturales —el cine, el comic, la fotografía, el vídeo, el *jazz*— que, nacidas del seno mismo de la sociedad de masas, han campado a sus anchas en el amplio territorio *midcult* y han hecho incursiones decididas y valiosas en la alta cultura, vanguardismo incluido. ¿O es que alguien tendrá aún arrestos para aseverar que una composición del pianista Bill Evans o del saxofonista John Coltrane, una película de Joseph Mankiewicz o de Alfred Hitchcock, una fotografía de Henri Cartier-Bresson o de Walker Evans son mera *midcult* ajena a las virtudes de la alta cultura propiamente dicha, sólo por el hecho de ser obras fraguadas en el fecundo crisol de la industria cultural?

Por poner un fin provisional a esta somera reflexión, parece indudable que, como han sostenido sus acusadores, la cultura mediática segregada por la industria cultural ha traído —entre otras cosas— una vulgarización *midcult* y hasta *kitsch* de las conquistas de la alta cultura, pero también que ha alimentado a ésta mediante el reciclaje y la metabolización crítica —y a menudo irónica o paródica: véase la pintura de Roy Lichtenstein, Andy Warhol o Jean Michel Basquiat— de los productos y estilemas de la cultura media y baja.

La cultura mediática alienta el insoluble conflicto entre arte y desacralización. Son muchos los autores que han constatado la general desacralización del arte canónico clásico, movimiento general de hondo aliento que intuyeron, entre otros, Nietzsche, Benjamin y Ortega y Gasset, recibió un impulso formidable con las hoy llamadas *vanguardias históricas* y no hizo sino ir acentuándose después, hasta que encontró su consumación en la escena artística postmoderna. A mi entender, uno de los nudos problemáticos de la hora presente es la colisión entre la necesidad sacralizadora inherente a la creación y fruición

11. En *Avant-garde and Kitsch*, el influyente crítico Clement Greenberg sintetizó, en fórmula afortunada, el núcleo de la relación entre vanguardia y *kitsch*: mientras la vanguardia, empeñada en el descubrimiento y la invención, imitaría el acto de imitar, el *kitsch* imitaría el efecto de la imitación. De acuerdo con Umberto Eco, de cuyo libro *Apocalípticos e integrados* (Barcelona: Lumen, 1977, p. 88) he entresacado esta alusión: «La vanguardia en el arte pone en evidencia los procedimientos que conducen a la obra, y elige éstos como objeto; el *kitsch* pone en evidencia las reacciones que la obra debe provocar, y elige como finalidad de la propia operación la preparación emotiva del fruidor». Me remito, así mismo, al libro de Abraham MOLES *El kitsch* (Buenos Aires: Paidós, 1973).

del arte, por un lado, y la tendencia a la general indistinción de los valores característica de la postmodernidad, por otro.

Es éste un conflicto en apariencia insoluble e inédito, cuyo nudo problemático podemos describir en los siguientes términos. El acceso de gran parte de la población a la educación y a los medios que hacen posible el disfrute y aun la producción de bienes culturales ha puesto las bases de un *espíritu del tiempo* en el que se han desdibujado sensiblemente las antaño ostensibles fronteras entre cultura de élite y cultura popular, arte aurático y cultura de masas, a tal punto que puede hablarse de una auténtica descanonización del arte. Periclitados los antaño rozagantes cánones de las diversas artes, conculcada la regla de la separación de estilos, desaparecida el *aura* de la obra de arte única e irreplicable, puede decirse que ha llegado el tiempo de la general indistinción¹².

Pero he aquí que esa tendencia homogeneizadora debe vérselas con otra de signo opuesto, procedente no ya de esta época histórica, sino de las entrañas mismas de la condición humana: la imprescriptible necesidad de *distinción*, de trazar lindes y jerarquías entre la *vivencia* fugaz, inapresable y contingente y ese género de *experiencia* remansada, separada —sagrada, puesta aparte— y memorable que sólo la creación y la fruición artísticas proporcionan. Aunque seducido por las pingües ventajas de la general indistinción —la ausencia de problematismo, esfuerzo e interrogación; la entronización de la ley del mínimo esfuerzo cognitivo y estético; la proscripción aparente de la duda, la incertidumbre y el dolor—, el individuo contemporáneo se siente presa, paradójicamente, de una peculiar, insidiosa desazón. Acunado por la melifua inmanencia de casi todo, le azuzan anhelos de trascendencia que no hallan adecuado cauce de expresión.

La cultura mediática fomenta la estetización general de la vida. Es éste un proceso que en las últimas décadas, muy singularmente desde la eclosión de la llamada *postmodernidad* y sus fenómenos anejos¹³, se ha revelado poderoso e imparable. Por *estetización* cabe entender lo siguiente: diversos y cruciales órdenes de la vida social —las costumbres, la política, la información, la publicidad, la economía, las relaciones públicas, la atención al cuerpo, la sexualidad, la guerra, la violencia, la enseñanza, los grandes acontecimientos— se desarrollan de manera creciente primando la importancia de las *sensaciones* (*aísthesis*), de las apariencias sensibles consideradas *per se*: importan casi en exclusiva la figura, el

12. Aunque, conviene notarlo, esa descanonización no ha afectado aún a la noción de autoría ni tampoco a la misma idea de arte. Son muchos los artistas que presentan obras irónicas e irreverentes, pero su osadía no alcanza a poner en jaque su propio estatus. Acerca de la erosión o desaparición del aura, resulta aún muy fecunda la lectura del ensayo de Walter BENJAMIN *El arte en la época de su reproductibilidad técnica* (1936).
13. Creciente indistinción de los valores, desacralización del arte, erosión de la idea de trascendencia, quiebra de los grandes metarrelatos, devaluación de los grandes proyectos de emancipación colectiva, puesta en entredicho de la racionalidad, entre otros.

destello, la limpidez del contorno, la puesta en escena, el fuego fatuo, el vano fulgor.

Se trata, en fin, de lo que Raúl Gabás denomina *estética anestésica*¹⁴: una estética considerada no como vía de acceso sensible al sentido o a la trascendencia —a la verdad o al bien, al modo platónico—, sino como *anestesia* y parálisis. Por mor de la inmanencia de la belleza, la plétora de sensaciones conduce paradójicamente al hechizo de los sentidos, a la narcosis del discernimiento, a esa suerte de general indistinción a que aludía líneas atrás. Incluso la ética propende a ser, en la postmodernidad, una *ética aisthetica*, puesto que también los comportamientos individuales están regidos por el clima esteticizante que trato de describir¹⁵. Podría decirse, entonces, que el esteticismo impetrante sofoca la genuina estética, entendida como vía de *aletheia* o desvelamiento.

Pertrechada con su formidable utillaje tecnointustrial, galvanizada en los últimos años por las deslumbrantes tecnologías digitales, la cultura mediática tiende a tamizar estéticamente el entero campo de la vida. De modo creciente, la industria de la comunicación proporciona a sus audiencias figuraciones rutilantes de la experiencia, trasuntos narrativos e icónicos de la vida y la historia que, so capa de impoluta belleza, eclipsan su imprescriptible complejidad. Antes bien, buscan configurarlas de acuerdo con pautas de expresión y degustación aceptables por la *doxa*, esa opinión corriente que, como ya observó Aristóteles en su *Retórica*, se nutre de lo *probable* sólo en la medida en que sea también *plausible*, esto es, aceptable por el sentido común¹⁶.

A modo de respuesta típicamente postmoderna —no exenta de desesperación— al vértigo inducido por la dolorosa pérdida de las definiciones tradicionales acerca del Bien y la Verdad, el culto absorto a la Belleza *per se* eclipsa las anfractuosidades, las disonancias y los vértigos de la vida individual y social: la imperfección y la limitación que le son inherentes, constitutivas¹⁷. Así, los relatos e imágenes mediáticas del cuerpo —frágil, *mortal* y *rosa*— lo presentan como ebúrneo e inmarcesible envase de inmortalidad; los de la guerra, como

14. Me remito a su seminario de doctorado «El giro estético en filosofía», impartido entre febrero y mayo de 1999 en la Universitat Autònoma de Barcelona.

15. Como el lector recordará, fue tal vez Thomas de Quincey el primer narrador que columbró de modo clarividente esa *ética aisthetica* en uno de sus relatos más conocidos: *Del asesinato considerado como una de las bellas artes* (1827). Para el orador imaginado por De Quincey, el asesinato tendría justificación siempre y cuando su puesta en escena fuese impecable.

16. Como escribe Quintín RACIONERO en su espléndida edición de la *Retórica* de Aristóteles (Madrid: Gredos, 1994, p. 185: «El concepto de probabilidad es complejo en Aristóteles. Tal como se describe en el *Organon*, lo probable (*eikós*) se refiere a lo que sucede “la mayoría de las veces” [...], pero sólo en cuanto que coincide, a su vez, con una opinión generalmente admitida o ‘plausible’ (*éndoxos*).»

17. De la mano de la cultura mediática de nuestro tiempo parece cobrar renovada pujanza la intuición de Nietzsche acerca de la *voluntad de ilusión* inherente a la condición humana. Los hombres, escribió en *Verdad y mentira en sentido extramoral*, «se encuentran profundamente sumergidos en ilusiones y ensueños; su mirada se limita a deslizarse sobre la superficie de las cosas y percibe “formas”, su sensación no conduce en ningún caso a la verdad, sino que se contenta con recibir estímulos, como si jugase a tantear el dorso de las cosas.»

espectáculo abstracto y quirúrgico, desprovisto de agonía y dolor; los de la vida económica, como idílico trueque de valores de cambio, rebozado de cacharrería telemática... Despojada de temple y de proyecto ético, la inanimidad de la belleza ensimismada presta alas a la nietzscheana *voluntad de ilusión*.

La cultura mediática fomenta la externalización de la memoria. Y al actuar así no hace más de proseguir y ahondar, de modo ciertamente distintivo, el proceso que, según cuenta Platón en el *Fedro*, se habría iniciado con la invención de la escritura¹⁸. Despierte adhesión o reserva, la cautela socrática merece movernos a reflexión. Como la escritura —quizá la tecnología cultural más relevante de la historia humana—, los ingenios que han hecho posible el despliegue de la cultura mediática son utilísimas, eficacísimas prótesis de externalización y fijación de la memoria colectiva. Los artefactos técnicos —libro, imprenta, fotografía, teléfono, cinematógrafo, radio, televisión, video, ordenador...— han multiplicado exponencialmente la capacidad humana para almacenar y *objetivar* —para convertir en objeto manejable y accesible— su memoria. No ha lugar a dudas al respecto.

Cabe preguntarse, no obstante, si tales dones formidables no supondrán, a cambio, una sensible disminución de la capacidad de los individuos y colectivos para rememorar su historia, esto es, para configurar y otorgar sentido narrativamente a su *experiencia* por medio de la decantación de sus incontables *vivencias*. No es ésta una pregunta banal, ni conviene despacharla a tontas y a locas: la identidad individual y colectiva se teje —es texto— mediante la memoria, que es una facultad configuradora y no un mero silo de datos. Y empezar a responderla, siquiera a tientas, exige que ahora nos preguntemos por los modos en que la cultura mediática trama y urde la memoria social.

18. Cuenta PLATÓN en el *Fedro* (Madrid: Alianza Editorial, 1998, 274c-275a, p. 265, 266 y 267) que el sabio dios Theuth, inventor del número y el cálculo, la geometría y la astronomía, los juegos de damas y dados y, sobre todo, de las letras ofreció este último invento a Thamus, rey de Egipto, y que ambos entablaron el siguiente diálogo: «Pero una vez hubo llegado a la escritura, dijo Theuth: “Este conocimiento, oh rey, hará más sabios a los egipcios y aumentará su memoria. Pues se ha inventado como un remedio de la sabiduría y la memoria”. Y aquél replicó: “Oh, Theuth, excelso inventor de artes, unos son capaces de dar el ser a los inventos del arte, y otros de discernir en qué medida son ventajosos o perjudiciales para quienes van a hacer uso de ellos. Y ahora tú, como padre que eres de las letras, dijiste por cariño a ellas el efecto contrario al que producen. Pues este invento dará origen en las almas de quienes lo aprendan al olvido, por descuido del cultivo de la memoria, ya que los hombres, por culpa de su confianza en la escritura, serán traídos al recuerdo desde fuera, por unos caracteres ajenos a ellos, no desde dentro, por su propio esfuerzo. Así que no es un remedio para la memoria, sino para suscitar el recuerdo lo que es tu invento. Apariencia de sabiduría y no sabiduría verdadera procuras a tus discípulos. Pues habiendo oído hablar de muchas cosas sin instrucción, darán la impresión de conocer muchas cosas, a pesar de ser en su mayoría unos perfectos ignorantes; y serán fastidiosos de tratar, al haberse convertido, en vez de sabios, en hombres con la presunción de serlo”».

La cultura mediática ejerce un papel preeminente en la configuración de la memoria y de las proyecciones colectivas. Una memoria ya no sólo conformada por las estructuras de acogida tradicionales, los ámbitos privilegiados donde históricamente se ha efectuado la transmisión de la experiencia atesorada —familia, ciudad, religión, en palabras de Lluís Duch¹⁹—, sino muy singularmente, a mi entender, por los medios y las mediaciones comunicativas de nuestro tiempo. Éstos, erigidos en gigantesco crisol, no se alimentan de una tradición canónica, unívoca y unívoca, sino de las muy diversas tradiciones que en ellos confluyen.

A este respecto es necesario, a mi entender, hilar muy fino, porque tanto las condenas apocalípticas como los ditirambos integrados deparan sutiles trampantojos al discernimiento. Una vez más, conviene reparar en que la cultura mediática es, de puro compleja y diversa, hartamente paradójica y hasta contradictoria. Así, aunque parece cierto que se trata —socráticamente hablando— de una cultura amnésica, promotora de olvido, también lo es que, gracias a su musculatura técnica, a la opulencia comunicativa que genera, es capaz de alentar una cultura anamnética, promotora del recuerdo.

Con todo, atesoramos muchas más preguntas que respuestas al respecto. Así, por ejemplo, aunque algunos relevantes autores piensan que la cultura mediática ha contribuido a la llamada *destradicionalización* de la sociedad contemporánea —haciendo *tabula rasa* de las tradiciones anteriores—, parece razonable objetar que tal cosa ha afectado, acaso, sólo a una o unas tradiciones concretas, pero no a la tradición considerada en su conjunto. Y ello por una sencilla y fundamental razón: no es posible ni concebible una cultura que no se yerga sobre cierta *altitud de pretérito amontonado*²⁰, no hay continuidad sin pasado sedimentado en la memoria. Otra cosa, bien distinta, es que la relación de la cultura mediática con la tradición *lato sensu* ha trocado la reverencia por la descanonización: aunque la tradición sigue fluyendo a través de los incontables capilares de la vida presente, la invocación de su autoridad como fuente normativa ya no impone el ascendente que antaño ejerció.

Como se verá en seguida, la reflexión que prosigue busca esclarecer, siquiera sea de modo tentativo, ésta y otras cuestiones conexas. ¿Hasta qué punto y de qué manera la cultura mediática acisola la o las tradiciones heredadas, fagocitándolas y recreándolas mediante su voraz metabolismo configurador? ¿De qué modo afecta a la *transmisión de la experiencia*, es decir, del conocimiento

19. Así, tal como escribe DUCH en *La educación y la crisis de la modernidad* (Barcelona: Paidós, 1997, p. 27): «La socialización, la identificación, el empalabramiento, la anticipación simbólica sólo llegan a convertirse en algo verdaderamente importante en el tejido de la existencia humana por mediación de las estructuras de acogida, que son aquellos elementos relacionales que, en y desde el presente, permiten establecer una vinculación creativa con el pasado, a fin de imaginar y configurar el futuro.»

20. Debo esta magnífica metáfora al ORTEGA Y GASSET de *La rebelión de las masas* (Madrid: Espasa-Calpe, 1976).

decantado históricamente por la colectividad? Y, sobre todo, la siguiente: ¿de qué se nutre, cómo opera la *heuresis*, la *inventio* mediática? ¿Cómo son concebidos, inventados, hallados sus variadisimos contenidos: sus temas, argumentos, motivos, *loci*, figuras y personajes? ¿Cómo, en fin, tales figuraciones moldean el conocimiento del pasado y las proyecciones, las anticipaciones colectivas acerca del porvenir?

II. El estudio tematólogo de la cultura mediática

Comoquiera que la *inventio* de la cultura mediática guarda una íntima, promiscua relación con la tradición considerada *lato sensu*, parece necesario proceder a estudiarla recurriendo a las humanidades, ese conjunto de saberes —antiguos pero de ningún modo viejos— que se ocupan de conocer cualitativa e interpretativamente las diversas dicciones que constituyen la cultura humana: el mito, la religión, el lenguaje, el arte, la ciencia y la historia, en palabras de Ernst Cassirer²¹.

Y ya que nos interesa explorar la *inventio* de la cultura mediática —sus figuraciones y sus *contenidos*—, no encuentro mejor modo de hacerlo que adaptar a este propósito la denominada *tematología*, una de las grandes vertientes de la literatura comparada, junto a la historiología, la morfología y la genología. A pesar de que todas ellas ofrecen muy diversas y fecundas contribuciones a los estudios sobre comunicación, es la tematología la que, sin duda, puede brindarles las aportaciones más relevantes²².

Aunque lastrada durante décadas por el desprestigio que el viejo positivismo imperante en los estudios literarios se ganó a pulso, la tematología ha sido revisitada en los últimos años por los comparatistas, quienes han visto en ella un territorio fértil y hartamente esclarecedor. De modo que la vieja disciplina, cenicienta del próspero comparatismo literario contemporáneo, ha vuelto al primer plano de la atención, rozagante y lozana.

Pero ha vuelto transformada. En vez de elaborar interminables y cansinos catálogos eruditos de temas, motivos, argumentos, figuras, personajes, *loci*, alegorías y símbolos, la tematología reciente ha adquirido un sesgo mucho más interpretativo, en buena medida gracias a los caudales críticos que ha venido recibiendo, a lo largo de todo el siglo, de disciplinas adyacentes tales como la antro-

21. Ernst CASSIRER, *Antropología filosófica*, México: FCE, 1993, *passim*. La lamentable escisión entre las dos culturas, humanística y científica, ha acabado por excluir a la ciencia de esa panoplia de expresiones culturales que las humanidades desentrañan. Pero ello no quita que incluso la ciencia y la técnica sean estudiables desde una perspectiva cultural.

22. Las posibilidades y límites de la tematología, entendida más como campo de preguntas y problemas que como disciplina científica propiamente dicha, han sido magníficamente explicadas por Claudio GUILLÉN en su ya clásico *Entre lo uno y lo diverso*, Barcelona: Crítica, 1985, p. 248-303. Por mi parte, ensayé una somera aproximación de la tematología a los estudios sobre periodismo en mi artículo «L'estudi de les relacions entre periodisme i literatura per mitjà del comparatisme periodístic-literari», en *Anàlisi*, 16, Bellaterra: UAB, 1994.

pología cultural, la mitología comparada y el estudio de las religiones, el psicoanálisis y sus adláteres, la simbología, la teoría del arte, la retórica, la iconología, la propia literatura comparada y —en último pero no menos importante lugar— los estudios mediológicos, sin olvidar el empujoncito interdisciplinario que últimamente le han propinado los llamados *estudios culturales*²³. Tales aportes permiten hoy hablar no sólo de una tematología literaria renovada y enriquecida, sino de una auténtica *tematología intermediática*, marco heurístico que irradia sus interrogantes e influencia hacia muy diversos campos de las humanidades de nuestra época: del cine a la literatura, de la publicidad al periodismo, de las artes plásticas al mito.

Como *methodos* o camino de conocimiento que es, incumbe a la tematología el estudio interpretativo de las muy variadas *configuraciones de contenido* que tanto la imaginación individual como el imaginario colectivo generan. Pues en rigor los contenidos son, aun antes de su definitiva expresión, *figuraciones*, a saber, representaciones mentales que implican *recortes* semánticos del *continuum* pensable y representable: temas, motivos, *leit motiv*, figuras, personajes, *loci*, alegorías, etcétera.

De suerte que puede decirse lo siguiente: no es que existan contenidos mentales previos a su formalización expresiva, sino contenidos que lo son precisamente *en la medida en que* son formalizados mentalmente, esto es, *configurados* de modo inteligible y comunicable en el fuero interno de cada quien. En contra de lo que sugiere el sentido común, no existe fondo sin forma, contenido sin continente: existen *configuraciones* dotadas de sentido, en las que lo pensado y su contorno son inextricables.

Además, tales *figuraciones*²⁴, más tarde comunicadas mediante enunciados concretos, suelen conformarse del siguiente modo: si bien no parece en teoría imposible que surjan figuraciones creadas radicalmente *ex novo*, sin conexión alguna con el enorme y variado legado de las representaciones precedentes, el contenido de todo nuevo enunciado tiende a *tomar forma* apoyándose en configuraciones previas, las cuales forman parte de la memoria cultural del individuo y de la colectividad, esto es, de la tradición entendida en un sentido antropológico amplio, como sedimento del *imaginario colectivo*. Y, conviene reparar en ello, cada nueva representación mental —sea rememorativa o proyectiva,

23. Algunos buenos repertorios tematólogicos son, entre otros, los siguientes: Elisabeth FRENZEL, *Diccionario de motivos de la literatura universal*, Madrid: Gredos, 1980, y *Diccionario de argumentos de la literatura universal*, Madrid: Gredos, 1976; Pierre BRUNEL (ed.), *Companion to Literary Myths, Heroes and Archetypes*, Londres/N.Y.: Routledge, 1992; J.C. SEIGNEURET, *Dictionary of literary themes and motifs*, Connecticut: J.Ch. Seigneuret, 1988; BOMPIANI, *Diccionario literario*, Barcelona: Montaner y Simon, 1968; Claude AZIZA, Cl. OLIVIERI, R. SCTRICK, *Dictionnaire des types et caractères littéraires, Dictionnaire des symboles et des thèmes littéraires, Dictionnaire des personnages littéraires, Dictionnaire des situations et fonctions narratives*, Nathau, 1978; y Fernand COMTE, *Las grandes figuras mitológicas*, Madrid: Alianza/Ediciones del Prado, 1994.

24. En adelante, usaré la noción de *figuración* como equivalente de *configuración de contenido* y de *representación mental*.

discursiva o narrativa— es obra rigurosa de la imaginación, facultad generadora y formadora que sintetiza nuevos conocimientos, sean de la índole que sean, partiendo de los arquetipos que la constituyen²⁵ y del acervo intersubjetivo heredado *por tradición*.

En la *inventio* imaginativa no existe por principio, pues, oposición dicotómica alguna entre forma y contenido —significante y significado, forma y fondo u otras denominaciones equivalentes—, como el sentido común supone, sino un dinamismo psíquico eminentemente configurador. No es que las ideas que alguien desea comunicar preexistan, informes y etéreas, a las formas expresivas concretas utilizables para su *puesta en comunicación*, sino que la misma configuración de esas ideas, el recorte o contorno semántico que toda idea supone y es, precisa de una *conformación*. De modo que no hay significados independientes y previos a los significantes elegidos para nombrarlos —como si a uno de aquéllos pudiesen corresponder muchos de éstos—, sino que la actividad ideadora misma es sustantivamente conformadora, configuradora²⁶. No hay ideas sin sus correspondientes figuras: lo que hay, en rigor, son figuraciones²⁷.

En su afanoso estudio interpretativo de las figuraciones que han llegado a cristalizar en el imaginario literario, la tematología contemporánea postula que toda creación es, se sea o no consciente de ello, heredera de la tradición —o tradiciones— en cuyo seno ve la luz. Una tradición que cabe concebir, con José María Valverde²⁸, como «aceptación y uso de algo recibido y heredado, no sólo como gramática y léxico, sino como experiencia heredable, como sis-

25. Acerca de la constitución arquetípica del imaginario, cuestión espinosa donde las haya, discurremos más adelante. Baste, por el momento, aclarar que no cabe entender el arquetipo como forma dada o representación acabada, sino como facultad preformadora o *facultas praeformandi* arraigada en la entraña misma del psiquismo humano.
26. De ahí, una vez más, la importancia de revisitar la retórica: la *inventio* (*heuresis*) retórica no es sólo *invención* de argumentos o historias imaginados *ex novo*, sino muy fundamentalmente *hallazgo* de lo ya existente, a la manera de los precedentes de jurisprudencia invocados por los abogados en los juicios. Y para ese hallazgo de lo existente, Aristóteles escribió su *Tópica*: un estudio y a la vez un detallado repertorio de los *topoi*, los lugares de conocimiento donde la memoria puede archivar argumentos e historias para recurrir a ellos cuando fuere necesario. Me parece muy revelador, a este respecto, que uno de los más relevantes estudiosos del mito y del símbolo, Gilbert DURAND, vindique una rehabilitación de la retórica en la conclusión de su obra más importante: *Las estructuras antropológicas de lo imaginario*, Madrid: Taurus, 1981, p. 407.
27. Acerca de la identidad entre idea y figura, escribe Eugeni D'ORS en *El secreto de la filosofía* (Madrid: Tecnos, 1998, p. 197 y 198): «En esta enseña hemos escrito: *si las ideas son palabras, pensar es expresar*. El imperativo de la expresión, no sólo es justo como resultado de un valor espiritual atribuido a la forma y a la figura, a *lo patente*, a lo que se inscribe bajo la denominación ambivalente de “apariencia”, sino como traducción de una ley íntima de la misma esencia del pensar. Pensar es reducir a un contorno y organizar en cosmos un caos amorfo de posibilidades, entre las cuales *una* es escogida, por un acto en el cual confluyen la libertad con la determinación, la espontaneidad con la ley. La quintaesencia del pensar está en el nombrar.»
28. José María VALVERDE, *La literatura*, Barcelona: Montesinos, 1984, p. 64.

tema de formas y ritos, además de tesoro de mitos, valores, sentimientos, imágenes...». Así pues, cada nueva figuración tiende a trenzar de nuevo mimbres ya manejados por la tradición precedente, en una dialéctica que oscila entre la mera repetición y la más arriesgada innovación: se calca o repite a pies juntillas lo consabido o, en el otro extremo, se imaginan formas y argumentos auténticamente originales —y, precisamente por originales, *originados* en el humus, en el suelo de la tradición.

La principal aportación que la tematología puede ofrecer al estudio de la cultura mediática es de carácter hermenéutico: la posibilidad de preguntarse no ya por el *significado patente* de los productos mediáticos, sino por su *sentido latente*; la posibilidad, en fin, de descifrar las entretelas de su configuración a la luz de los conocimientos tematólogicos ya consolidados en otros campos afines —como la literatura comparada, la historia del arte, la iconología, el psicoanálisis o la mitología, por citar cinco de suma importancia para nuestros propósitos.

Heredera de la añeja tematología literaria, la *tematología mediática* —así cabe denominarla— se pregunta por el grado y, sobre todo, por los modos en que las figuraciones generadas por la cultura mediática son deudoras de representaciones cristalizadas y sedimentadas por la tradición cultural considerada *lato sensu*. La base de tal modo de proceder, que aquí propongo a modo de programa de trabajo, descansa en la naturaleza misma de lo que en adelante llamaré *comparatismo intermediático*²⁹.

Aunque el comparatismo intermediático cuenta con otras vertientes —el estudio de las formas o morfología, el de los géneros o genología, y el de las transformaciones históricas o historiología—, es innegable que la tematología es la que mejor se presta a la comparación entre diferentes medios de comunicación y expresión. Y ello por la siguiente y fundamental

29. Hablar de *tematología mediática* y de *comparatismo intermediático* supone aplicar al estudio del sentido producido por los *media* contemporáneos uno de los enfoques característicos de la literatura comparada entendida en su más amplia acepción. Así, para Henry Remak: «Comparative Literature is the study of literature beyond the confines of a particular country, and the study of the relationships between literature, on the one hand, and other areas of knowledge and belief, such as the arts (e.g., painting, sculpture, architecture, music), philosophy, history, the social sciences, religion, etc., on the other. In brief, it is the comparison of one literature with another or others, and the comparison of literature with other spheres of human expression.» Citado en N.P. STALLKNECHT y H. FRENZ, *Comparative Literature: Method and Perspective* (Carbondale, Ill.: Southern Illinois UP, 1961, p. 3). A pesar de que algunos comparatistas restringen el objeto de conocimiento de la literatura comparada a las relaciones puramente *intraliterarias* —en el seno de la literatura canónica—, puede decirse que el comparatismo literario más innovador se muestra crecientemente interesado por incluir también bajo su jurisdicción las conexiones entre la literatura en sentido restringido y otras formas de producción artística, comunicativa o discursiva, sean lingüísticas —comparatismo *interliterario*: los estudios sobre la relación entre literatura y periodismo, por ejemplo— o no pre eminentemente lingüísticas —comparatismo *intermediático*: los estudios sobre la relación entre literatura y cine o entre éste y la pintura, entre otras posibilidades.

razón: mientras que las formas y los materiales expresivos son exclusivos de cada arte y de cada medio, las figuraciones temáticas —temas, motivos, argumentos, personajes, etcétera— tienen una naturaleza eminentemente *transmediática*.

Así, por ejemplo, el comparatismo intermediático de orientación temológica estudia el tratamiento que la industria cultural de nuestro tiempo hace de lo que en sentido lato cabe llamar *figuraciones culturales*, a saber, representaciones cristalizadas y sedimentadas por el curso de la tradición. Pienso en *temas*³⁰ como los del regreso a la patria, el descenso a los infiernos, el robinsonismo o el viaje iniciático; en *figuras* como las del avaro, el hombre artificial, el doble, la mujer fatal, el hombre salvaje, el misántropo, la adúltera, el judío, el vampiro o el criminal; en *personajes* como los de Sísifo, Edipo, Antígona, Electra, Penélope, Don Juan, Fausto, Judith, el Holandés Errante, Peer Gynt, Carmen, Pigmalión, Macbeth o Prometeo; en *motivos* como los del reconocimiento o anagnórisis, el *deus ex machina*, el talismán providencial o el paso del Rubicón; o en *loci* o lugares simbólicos como el desierto, la selva o bosque, el río, el mar, el laberinto, la gruta, la montaña, el castillo o la gran ciudad³¹.

Como razonaré en adelante, tales temas culturales, cristalizados y transmitidos por la tradición, son nutrientes activos del imaginario colectivo contemporáneo. La *inventio* mediática de nuestro tiempo les debe, no cabe duda, su savia vital.

III. Naturaleza mitopoética de la imaginación y del imaginario colectivo

Nuestra indagación en curso acerca de la urdimbre mitopoética de la cultura mediática nos ha empujado hasta un territorio proceloso, repleto de insinuaciones y acechanzas. Como es notorio, hemos ido dando de bruces con un

30. Es necesario distinguir la noción de *tema cultural* de la de *tema* en sentido lato, pues con la primera referimos aquellas figuraciones que han llegado a cristalizar y a sedimentarse en el imaginario cultural. Así, no todos los temas o asuntos de la vida social alcanzan a cristalizar, sino sólo aquéllos que una colectividad acaba sancionando como memorables.
31. Sirva uno sólo de ellos como ilustración: el tema de Fausto tiene su impreciso origen en relatos y poemas orales populares basados, al parecer, en un individuo real. A medida que pasó el tiempo, los contornos del hecho real se difuminaron y el relato legendario —como las capas de nácar con que la ostra, en su proceso de perlicación, va cubriendo el grano de arena—, fue recogido de la oralidad colectiva y anónima por el dramaturgo inglés isabelino Christopher Marlowe, quien con esos mimbres escribió su famosa tragedia. A finales del siglo XVIII, Goethe retomó el tema fáustico y escribió a su vez su propia versión del mito. Pero la alargada sombra de éste se proyectó hasta nuestra época, y el tema inspiró obras literarias como las de Thomas Mann (*Doktor Faustus*) y Klaus Mann (*Mephisto*), y también películas como las de Orson Welles (*Citizen Kane*), Francis Ford Coppola (*The Godfather I, II y III*) o Istvan Szabo (*Mephisto*), por poner algunos ejemplos elocuentes. Y, dejando de lado esta interpretación everemista, cabría aun añadir que el mito de Fausto hunde sus raíces en figuraciones arquetípicas acerca del poder humano cuya primera expresión fue, seguramente, el mito de Prometeo.

ámbito de veras capital, en el que parecen confluír todas las preguntas que hasta ahora nos hemos hecho y otras muchas que aún habremos de hacernos: me refiero, claro está, a la *imaginación*. Pero no a la imaginación considerada, al modo usual, como una facultad suplementaria, añadida a las esenciales —sensibilidad, entendimiento, juicio, razón— y reservada para ciertas áreas de la vida humana pretendidamente restringidas —como la actividad fabuladora, la distracción y el juego—, sino como 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*.

En efecto, cualquier indagación sería acerca de los modos en que se configura la cultura mediática deberá antes interrogarse por la función capital que la imaginación ejerce en el psiquismo humano. Una imaginación que cabe considerar como facultad cognitiva primordial, capaz de elaborar síntesis significativas a partir de los muy diversos estímulos perceptivos, y de configurar tales síntesis para hacerlas objetivables y comunicables. En palabras del visionario William Blake: «La imaginación no es un estado, es la propia existencia humana»³².

No es que las *cosas en sí* se registren en la mente, como propende a creer el sentido común nuestro de cada día, sino que es ésta la que, por intermedio de la imaginación, *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.

Así las cosas, puede decirse que el mundo *reverbera* en nuestro sentidos, pero también que no nos entrega su verdad ni su sentido³³, puesto que en rigor carece tanto de uno como de otro. Antes bien, construimos éstos por obra de la imaginación creadora, facultad constructiva por antonomasia, autora del *mundo humano* cabalmente considerado³⁴.

32. Citado por Gaston BACHELARD en *El aire y los sueños*, México: FCE, 1993, p. 9. Por su parte, es bien sabido, Gaston Bachelard es autor de un ciclo de obras dedicadas a explorar la fenomenología de la imaginación; además de la citada, son destacables, entre otras: *La tierra y las ensoñaciones de la voluntad*, México: FCE, 1992; y *La poética del espacio*, México: FCE, 1994. Otras obras de importancia capital en lo que toca al estudio de la imaginación son, a mi juicio, la de Roger CAILLOIS, *El mito y el hombre* (México: FCE, 1993), Nelson GOODMAN, *Maneras de hacer mundos* (Madrid: Visor, 1990) y Mauricio FERRARIS, *La imaginación* (Madrid: Visor, 1999).

33. Como escribe Ernst CASSIRER en su *Antropología filosófica* (op. cit., p. 21): «La verdad es, por su naturaleza, la criatura del pensamiento dialéctico; no puede ser obtenida, por lo tanto, sino en la constante cooperación de los sujetos en una interrogación y réplica recíprocas. No es un objeto empírico; hay que entenderla como el producto de un acto social.»

34. Escribe Jacob Bronowski: «Nuestras facultades, memoria, imaginación, alusión, simbolización, están todas condicionadas por nuestro sentido de la vista. La vista domina este tipo de secuencia, cómo pensamos las cosas que aparecen en nuestra mente. Y vuelvo a “visual”, “visión” y “visionario”; “imagen”, “imagería”, “imaginación”. La imaginación es un don mucho menos mecánico que el ojo tal como lo hemos descrito, pero puesto que está totalmente enraizada en él, se trata de una capacidad que poseen los seres humanos y que no

A mi entender, el problema de la imaginación es crucial porque llama la atención sobre el hecho de que el conocimiento —y la comunicación posible, entonces— nace y se perfila ante todo como *imagen y narración* (*mythos*), y sólo después, luego de un proceso de transustanciación metafórica y simbólica, arquiere contornos más precisos de *concepto y argumentación* (*logos*). Quiere ello decir que el conocimiento humano es siempre e irremediablemente *logomítico*³⁵: aúna concepto e imagen, razón y emoción, análisis y síntesis, abstracción y concreción, discurso y narración. En palabras elocuentes de Cassirer, quien a su vez parafrasea al Kant de la *Crítica del juicio*, «no podemos pensar sin imágenes, ni podemos intuir sin conceptos. “Conceptos sin intuiciones son vacíos; intuiciones sin conceptos son ciegas”»³⁶.

Sin embargo, el prestigio, la primacía otorgada por Descartes al *logos* científico-técnico es, entre otros, uno de los motivos responsable de la pertinaz, longeva iconoclastia profesada por el pensamiento ilustrado propio de la modernidad. De acuerdo con Gilbert Durand³⁷: «El cartesianismo asegura el triunfo de la iconoclastia, el triunfo del “signo” sobre el símbolo. Todos los cartesianos rechazan la imaginación, así como también la sensación, como inductora de errores.»

A fin de cuentas, el logocentrismo cartesiano ensalza el concepto y posterga la imagen, pero al actuar así se niega a ver, no sólo que el concepto nace sin remedio como imagen y vive alimentándose de ella, sino que concepto e imagen no son ni pueden ser más que las dos facetas del símbolo y del rasgo más propio del intelecto humano, que es a no dudar la *función de simbolización*. Así, según Cassirer, el ser humano es un *animal symbolicum*, urgido y a la vez capaz de dar al mundo de las *cosas en sí*—mudo, ajeno, carente de sentido en sí mismo— un sesgo humano por medio de la configuración que les presta el pensamiento objetivante: «El principio del simbolismo, con su universalidad, su validez y su aplicabilidad general, constituye la palabra mágica, el “sésamo ábrete” que da acceso al mundo específicamente humano, al mundo de la cultura.»³⁸. Al contrario de lo que sostiene el terco mito del objetivismo, el pen-

comparten con ninguno de los animales. No podemos separar la especial importancia del aparato visual del hombre de su capacidad de imaginar que es única, de su capacidad de hacer planes y de llevar a cabo todas aquellas cosas que por lo general se incluye en esa expresión que todo lo abarca: “libre albedrío”. Cuando hablamos de libre albedrío, de voluntad libre, nos referimos en realidad a la visualización de alternativas y al acto de elegir entre ellas. *En mi opinión —que no todo el mundo comparte— el problema central de la conciencia humana radica en su capacidad de imaginar.*» Cfr. *Los orígenes del conocimiento y la imaginación*, Barcelona: Gedisa, 1997, p. 32 (la cursiva en mía).

35. Lluís Duch ha hecho cruciales reflexiones sobre esta cuestión. Así, como ha escrito en *Mite i interpretació* (Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 1996): «Els aspectes irreconciliables i en constant mutació de l'existència humana troben una exacta correspondència, que cal refer constantment, en el llenguatge tensiu, el qual es mou incessantment entre la *imatge* i el *concepte*, entre el *mythos* y el *logos*». Me remito, así mismo, a la obra anterior del autor: *Mite i cultura* (idem, 1995).

36. CASSIRER, op. cit., p. 91.

37. Gilbert DURAND, *La imaginación simbólica*, Buenos Aires: Amorrortu, 1971, p. 27.

38. CASSIRER, op. cit., p. 62.

samiento carece de toda posibilidad de generar trasuntos objetivos del mundo de las cosas en sí, pero posee en cambio una cualidad *objetivadora*: no calca ni reproduce, sino que construye y, al cabo, configura.

Mediante la imaginación configuradora, el pensamiento construye las *cosas en sí* como *fenómenos*, esto es, como *figuras* inteligibles y comunicables. Como razona Durand³⁹, «las cosas sólo existen por medio de la “figura” que les da el pensamiento objetivante; son eminentemente “símbolos”, ya que sólo conservan la coherencia de la percepción, de la conceptualización, del juicio o del razonamiento mediante el sentido que las impregna».

La función simbólica es, pues, unión, *conjunctio* de las dos dimensiones constitutivas del pensamiento: *logos* y *mythos*, razón y representación, concepto e imagen, cifra y figura, análisis y síntesis, discurso y narración:

Por tanto, la función simbólica es en el hombre el lugar de «pasaje», de reunión de los contrarios: en su esencia, y casi en su etimología (*Sinnbild* en alemán), el símbolo «unifica pares de opuestos». Sería, en términos aristotélicos, la facultad de «conservar juntos» el sentido (*Sinn* = el sentido) consciente, que percibe y recorta con precisión los objetos, y la materia primera (*Bild* = imagen), que emana, por su parte, del fondo del inconsciente⁴⁰.

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*⁴¹: su realidad no es la de las cosas mudas, sino la 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. Literalmente, el ser humano *se figura* su mundo y su realidad, segregados por el endiablado tráfago entablado por su imaginación y los estímulos perceptivos que en ella inciden. Vive, pues, en un *mundo simbólico*, un mundo constituido por conceptos e imágenes y tejido primordialmente por el lenguaje —retórico, simbólico, logomítico— y expresado en sus figuraciones constitutivas: el mito, el arte, la religión, la ciencia, el sentido común. El ser humano, escribe Cassirer,

[...] no puede escapar de su propio logro, no le queda más remedio que adoptar las condiciones de su propia vida; ya no vive solamente en un puro universo físico sino en un *universo simbólico*. El lenguaje, el mito, el arte y la religión constituyen partes de este universo, forman los diversos hilos que tejen la red simbólica, la urdimbre complicada de la experiencia humana. Todo progreso en pensamiento y experiencia afina y refuerza esta red. El hombre no puede enfrentarse ya con la realidad de un modo inmediato; no puede verla, como si dijéramos, cara a cara. La realidad física parece retroceder en la misma

39. DURAND, op.cit., p. 70.

40. DURAND, op. cit., 1971, p. 74.

41. Así lo constata Enrique LYNCH en *Dioniso dormido sobre un tigre* (Barcelona: Destino, 1993), su magnífico estudio acerca del pensamiento lingüístico de Nietzsche.

proporción que avanza su actividad simbólica. El lugar de tratar con las cosas mismas, en cierto sentido, conversa constantemente consigo mismo. Se ha envuelto en formas lingüísticas, en imágenes artísticas, en símbolos míticos o en ritos religiosos, en tal forma que no puede ver o conocer nada sino a través de la interposición de este medio artificial. Su situación en la misma en la esfera teórica que en la práctica. Tampoco en ésta vive en un mundo de crudos hechos o a tenor de sus necesidades y deseos inmediatos. Vive, más bien, en medio de emociones, esperanzas y temores, ilusiones y desilusiones imaginarias, en medio de sus fantasías y de sus sueños. «Lo que perturba y alarma al hombre —dice Epicteto— no son las cosas sino sus opiniones y figuraciones sobre las cosas»⁴².

El mundo simbólico del hombre es, entonces, no tanto obra de imitación y representación (*mimesis*) de la muda Naturaleza (*physis*), cuanto de figuración y creación (*poiesis*) de la expresiva realidad humana. Es un mundo imaginado, configurado, creado: *mitopoético* desde su brotar mismo⁴³. Quiere ello decir que, al configurarlo simbólicamente, al articular en figura sensible e inteligible el torrente de sensaciones internas y externas con que tiene que vérselas, el hombre se conduce, ante todo, *estéticamente*. Para Nietzsche, nunca se da una relación inmediata entre sujeto y objeto, sino una mediación configuradora, poetizadora:

Entre dos esferas absolutamente distintas, como lo son el sujeto y el objeto, no hay ninguna causalidad, ninguna exactitud, ninguna expresión, sino, a lo sumo, una conducta *estética*, quiero decir: un extrapolar alusivo, un traducir balbuciente a un lenguaje completamente extraño, para lo que, en todo caso, se necesita una esfera intermedia y una fuerza mediadora, libres ambas para poetizar e inventar⁴⁴.

42. CASSIRER, op. cit., p. 47 y 48.

43. A este respecto, me parece clave la obra de Hans VAHNINGER *The Philosophy of 'As If'* (Londres: Routledge & Kegan Paul, 1968).

44. Friedrich NIETZSCHE, «Sobre verdad y mentira en sentido extramoral», en F. NIETZSCHE y H. VAHNINGER, *Sobre verdad y mentira*, Madrid: Tecnos, 1996, p. 30. Tal fuerza mediadora es —ya lo vimos en otro lugar— el lenguaje, cuya naturaleza retórica, simbólica y, en fin, logomítica hace posible una genuína *transustanciación* de los estímulos perceptivos en enunciados inteligibles y comunicables. En palabras de Nietzsche, actuamos *como si* fuésemos capaces de apresar, reproducir y transmitir un presunto mundo poblado por objetos —un mundo, véase bien, reducido por tal visión a mera objetividad, en todo ajeno al mundo humano hecho de relaciones, figuraciones y valores en que de hecho habitamos—, siendo que, a decir verdad, nos limitamos a configurar nuestro conocimiento de modo *tropológico*: en un primer salto de sentido, convertimos los estímulos en *imágenes*; en un segundo salto, las imágenes en *sonidos* —en palabras y enunciados articulados—; por fin, los sonidos en *conceptos* abstractos. En el mismo texto (p. 22 y 23) escribe lo siguiente: «La “cosa en sí” (esto sería justamente la verdad pura, sin consecuencias) es totalmente inalcanzable y no es deseable en absoluto para el creador del lenguaje. Éste se limita a designar las relaciones de las cosas con respecto a los hombres y para expresarlas apela a las metáforas más audaces. ¡En primer lugar, un impulso nervioso extrapolado en una imagen! Primera metáfora. ¡La imagen transformada de nuevo en un sonido! Segunda metáfora. Y, en cada caso, un salto

En muy resumidas cuentas, cabe concluir que el conocimiento humano es sustantivamente imaginativo. Que las síntesis y configuraciones que lleva a cabo aúnan concepto e imagen, *logos* y *mythos*, discurso y narración⁴⁵. Que su naturaleza es, pues, en esencia simbólica y retórica, a saber, transustanciadora y tropológica. Y que, en fin, no sólo es cierto que, como suele creerse, haya algunas modalidades de conocimiento —el mito, el arte, la religión— caracterizadas por el cultivo de la facultad mitopoética, sino que ésta es *conditio sine qua non* de todas las vertientes del conocer y del comunicar, radicalmente y sin remedio.

IV. Los dos veneros de la tradición: generación espontánea y transmisión cultural

Así pues, partimos de la idea de que tanto la consciencia individual como la cultura colectiva nacen y viven mitopoéticamente. Sea en el plano ontogénico, sea en el filogenético, el conocimiento y la comunicación se nutren de la capacidad —y de la fatalidad— configuradora propia de la imaginación, facultad que hace literalmente posibles todos los acaeceres y los productos del psiquismo individual y de la cultura colectiva. Como intuyó Nietzsche y han venido corroborando las *hermenéuticas instaurativas*⁴⁶ del siglo XX, conocer y comunicar son capacidades radicalmente simbólicas, trópicas, metafóricas, e incluso los conceptos y sus más rutilantes edificaciones —la ciencia, la filosofía, la lógica— son *vestigios, residuos de metáforas*⁴⁷. Por obra y gracia del len-

total desde una esfera a otra completamente distinta. [...] la enigmática *x* de la cosa en sí se presenta en principio como impulso nervioso, después como figura, finalmente como sonido. Por tanto, en cualquier caso, el origen del lenguaje no sigue un proceso lógico, y todo el material sobre el que, y a partir del cual, trabaja y construye el hombre de la verdad, el investigador, el filósofo, procede, si no de las nubes, en ningún caso de la esencia de las cosas».

45. En *Mite i cultura* (Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 1995, p. 104), su muy valiosa contribución al esclarecimiento de esta cuestión crucial, Lluís Duch razona del siguiente modo: «Com apunta Paul Ricoeur, la problemàtica plantejada per la parella *mythos-logos* pot expressar-se en termes més moderns per mitjà de la parella *representació-concepte*. De fet, és possible resumir tota aquesta temàtica a l'entorn de les següents qüestions: és possible, d'una banda, un concepte no representatiu? I, de l'altra, és possible una representació completament aconceptual? Des de sempre, hom ha intentat de donar respostes en tres direccions oposades: per *exclusió* (pas del *mythos* al *logos*), per *coimplicació* (*mythos* i *logos*), per *tradicionalització* (pas del *logos* al *mythos*)».
46. Tomo el concepto de Durand, quien incluye bajo este rótulo sugerente la obra de diversos autores que han puesto el símbolo, considerado en toda su complejidad significativa, como piedra angular de la imaginación y de la cultura: Ernst Cassirer, C.G. Jung, Gaston Bachelard o Maurice Merleau-Pontu, entre otros. G. DURAND, *La imaginación simbólica*, op. cit., p. 68.
47. En palabras preclaras de Nietzsche (op. cit., 1996, p. 26 i 27): «Toda palabra se convierte de manera inmediata en concepto en tanto que justamente no ha de servir para la experiencia singular y completamente individualizada a la que debe su origen, por ejemplo, como recuerdo, sino que debe encajar al mismo tiempo con innumerables experiencias, por así

guaje y de su naturaleza a la vez lógica y mitopoética (logomítica), la sensorialidad, la sensualidad de las imágenes coexiste con el carácter abstractivo de los conceptos, y ese diálogo de opuestos, esa función de simbolización permite poner en pie el mundo propiamente humano: la consciencia, la comunicación, la cultura, la tradición.

Es hora, entonces, de que nos preguntemos no ya por la facultad de imaginar, sino por la génesis y formación del conjunto de figuraciones de la experiencia que daremos en llamar *imaginario colectivo* y por su sedimento en el tiempo: la tradición.

Tal como vimos en el segundo epígrafe, el mito de Fausto ilustra uno de los dos modos básicos en que se da la creación y recreación de las figuraciones temáticas que nutren una tradición cultural⁴⁸: la *transmisión* en el espacio y el tiempo, sea por roce directo entre individuos y colectividades, sea por contacto indirecto. Concebida en este primer sentido, que es sin duda el más obvio, la transmisión cultural se ejerce por *influencia*, y depende estrechamente de los muchos factores históricos que condicionan el contacto y la recepción.

Existe, no obstante, otro gran modo de creación y recreación de tales figuraciones temáticas, desde luego menos obvio y mucho más controvertido: la llamada *generación espontánea*, hipótesis antropológica según la cual la imaginación —considerada, recordémoslo, como facultad mental primordial, responsable de las síntesis cognitivas— elabora sus figuraciones partiendo de un sustrato psíquico inconsciente, anterior a la cultura y común a toda la especie humana. Es lo que Carl Gustav Jung, en hipótesis arriesgada pero sugerente, denominó *inconsciente colectivo*.

Jung concibió la idea de la existencia de tal *humus* primordial a partir de la constatación —harto contrastada por el comparatismo antropológico— de que existen coincidencias sustantivas entre figuraciones mitopoéticas presentes en individuos y culturas muy *distintos* y muy *distantes*, entre las cuales no ha podido darse ningún género de transmisión, ni directa ni indirecta.

decirlo, más o menos similares, jamás idénticas estrictamente hablando; en suma, con casos puramente diferentes. Todo concepto se forma por equiparación de casos no iguales. [...] Mientras que toda metáfora intuitiva es individual y no tiene otra idéntica y, por tanto, sabe siempre ponerse a salvo de toda clasificación, el gran edificio de los conceptos ostenta la rígida regularidad de un *columbarium* romano e insufla en la lógica el rigor y la frialdad peculiares de la matemática. Aquél a quien envuelve el hábito de esa frialdad, se resiste a creer que también el concepto, óseo y octogonal como un dado y, como tal, versátil, no sea más que el *residuo de una metáfora*, y que la ilusión de la extrapolación artística de un impulso nervioso en imágenes es, si no la madre, sí sin embargo la abuela de cualquier concepto.»

48. Acerca de la tradición, escribe Emilio LLEDÓ en *El surco del tiempo* (Barcelona: Crítica, 1992, p. 168): «La tradición no es sino la presencia, en parte renovada, de todo lo pasado, del pasado de las letras. Esa renovación consiste en que todos esos momentos que han ido constituyendo la herencia de la tradición, y que se han cuajado en las obras que la hacen patente, necesitan “moverse” en la viva recepción de cada lector. Tradición es entrega, y el acto de entrega tiene sentido para aquella mano que recibe y que hace algo con lo entregado».

Descartado tal contacto, las coincidencias temáticas sólo serían explicables apelando a la hipótesis de la generación espontánea⁴⁹.

El inconsciente colectivo —común a todos los seres humanos por el mero hecho de serlo, con independencia de sus culturas respectivas— sería, pues, el sustrato psíquico del que procederían, luego de considerable elaboración —primero inconsciente y preconscious y más tarde consciente—, las figuraciones que pueblan los sueños, la ensoñación, el fantaseo y los demás modos de la imaginación individual, por un lado, y los mitos, la poesía, el arte, la religión, los símbolos y las otras expresiones de la imaginación colectiva, por otro.

Esas figuraciones que nos es dable observar —como manifestaciones del acontecer psíquico— se generarían, según Jung, a partir de los célebres y convertidos *arquetipos*:

Los arquetipos señalan vías determinadas a toda la actividad de la fantasía y producen de ese modo asombrosos paralelos mitológicos, tanto en las creaciones de la fantasía onírica infantil, como en los delirios de la esquizofrenia, así como también, aunque en menor medida, en los sueños de los normales y neuróticos. No se trata entonces de *representaciones* heredadas sino de *posibilidades* de representaciones. Tampoco son una herencia individual sino, en sustancia general, tal como lo muestra la existencia universal de los arquetipos.

Pero así como los arquetipos aparecen como mitos en la historia de los pueblos, también se encuentran en cada individuo y ejercen su acción más intensa, es decir, hacen la realidad más antropomorfa, allí donde la conciencia es más limitada o más débil y donde la fantasía puede por lo tanto dominar los datos del mundo exterior⁵⁰.

Me parece sumamente revelador que Jung, lejos de arrogarse la acuñación del concepto de arquetipo, remonte su genealogía a una tradición de pensadores diversos: así, después de atribuir su origen a la noción de *idea* de Platón, menciona a Adolf Bastian, quien señaló por vez primera la existencia de *ideas primordiales* universalmente difundidas; a Durkheim, Hubert y Mauss, quienes hablaron de auténticas *categorías* de la fantasía, y a Herman Usener, quien habló de la preformación inconsciente en forma de un *pensar inconsciente*:

Si alguna parte me toca de estos descubrimientos, esa parte consiste en haber demostrado que los arquetipos no se difunden meramente por la tradición, el lenguaje o la migración, sino que pueden volver a surgir espontáneamente en toda época y lugar sin ser refluídos por ninguna transmisión exterior⁵¹.

49. Escribe Jung: «De lo inconsciente surgen efectos determinantes que, independientemente de la transmisión, aseguran en todo individuo la similitud y aun la igualdad de la experiencia y de la creación imaginativa. Una de las pruebas fundamentales de esto es el paralelismo que podríamos calificar de universal, entre los temas mitológicos, a los que he llamado *arquetipos* a causa de su naturaleza de imágenes primordiales.» Cfr. *Arquetipos e inconsciente colectivo*, Barcelona: Paidós, 1997, p. 54.

50. JUNG, op. cit., p. 62 y p. 63.

51. JUNG, op. cit., p. 73.

Pero el reconocimiento más revelador de Jung es el que hace de Kant, el filósofo autor del llamado *giro copernicano* que transformó la metafísica dogmática tradicional en metafísica crítica: la postulación de que la mente humana no es simple *tabula rasa*⁵² en que se registra la realidad externa, ya configurada, sino que, muy al contrario, es la mente —sensibilidad, imaginación, entendimiento, juicio y razón— la que, mediante sus categorías *a priori*, configura la realidad tal como nos es dado conocerla⁵³. La doctrina kantiana de las categorías, según Jung,

[...] por un lado, ahoga en germen todo intento de hacer una metafísica en el viejo sentido y, por otra parte, prepara un renacimiento del espíritu platónico: si bien no existe ninguna metafísica que pueda ponerse más allá de la capacidad humana, tampoco hay empirie alguna que no esté aprisionada y limitada por un *a priori* de la estructura del conocimiento. En el siglo y medio transcurrido desde la *Crítica de la razón pura* se ha abierto camino la noción de que el pensamiento, la razón, etcétera, no son procesos existentes por sí, liberados de todo condicionamiento subjetivo y sujetos solamente a las leyes eternas de la lógica, sino que son funciones psíquicas coordinadas con una personalidad y subordinadas a ella⁵⁴.

Así pues, los arquetipos ocupan en la doctrina junguiana el lugar que en la doctrina kantiana ostentan las categorías. Como éstas, los arquetipos serían *facultades preformadoras*, y no, como se suele creer, representaciones precisas y acabadas: carentes de una forma o figuración concreta, actuarían como una suerte de *matrices* o *estructuras generadoras*, en sí mismas vacías pero dotadas de *facultas praeformandi*⁵⁵: «Una posibilidad dada *a priori* de la forma de la representación». Y a continuación, con su característica elocuencia, Jung com-

52. «A mi parecer, es un gran error admitir que el alma del recién nacido es una *tabula rasa* y afirmar en consecuencia que en ella no hay absolutamente nada. Puesto que el niño llega al mundo con un cerebro predeterminado por la herencia y diferenciado, y por lo tanto también individualizado, no se enfrenta a los estímulos de los sentidos con *cualquier* disposición sino con una disposición *específica*, que ya condiciona una selección y configuración peculiar (individual) de la aperccepción. Se puede comprobar que estas disposiciones son instintos y preformaciones heredadas. Estas preformaciones son las condiciones *a priori* y formales, basadas en los instintos, de la aperccepción. Su existencia estampa en el mundo del niño y del soñador el sello antropomórfico. Son los *arquetipos*.» JUNG, op. cit., p. 62.
53. En *La imaginación simbólica* (Buenos Aires: Amorrortu, 1971, p. 69), Gilbert Durand resume así el *giro copernicano* de Kant: «Recordemos que el gran descubrimiento “copernicano” de Kant es haber demostrado que la ciencia, la moral, el arte, no se satisfacen con leer analíticamente el mundo, sino que *constituyen* un universo de valores por medio de un juicio “sintético a priori”. Para Kant, el concepto ya no es el signo *indicativo* de los objetos, sino una organización instauradora de la “realidad”. Por tanto, el conocimiento es constitución del mundo; y la síntesis conceptual se forja gracias al “esquematismo trascendental”, es decir, por obra de la imaginación». Estas alusiones someras a la filosofía kantiana deben mucho a la profesora Jessica Jaques y a su curso de doctorado «La gnoseología kantiana», impartido en la UAB en enero y febrero de 1999.
54. JUNG, op. cit., p. 71.
55. JUNG, op. cit., p. 74.

para tales facultades generadoras con la estructura de un cristal, en una analogía sumamente esclarecedora:

No se heredan las representaciones sino las formas, que desde este punto de vista corresponden exactamente a los instintos, los cuales también están determinados formalmente. Así como es imposible comprobar la existencia de los arquetipos en sí, tampoco puede comprobarse la de los instintos en tanto éstos no actúen *in concreto*. En cuanto al carácter determinado de la forma, el parangón con la formación del cristal resulta altamente plausible, pues el sistema axial determina meramente la estructura estereométrica pero no la forma concreta del cristal. Éste puede ser grande o pequeño o variar debido al distinto desarrollo de sus planos o a la interpenetración recíproca que en él se produce. Sólo es constante el sistema axial en sus relaciones geométricas, en principio invariables. Lo mismo ocurre en el caso del arquetipo: en principio se le puede dar un nombre y posee un núcleo significativo invariable que determina su modo de manifestación; pero siempre sólo en principio, nunca concretamente. El modo en que se manifiesta en cada caso el arquetipo de la madre, por ejemplo, no depende de él solamente sino también de otros factores⁵⁶.

Me parece necesario añadir, para acabar esta somera glosa, que para Jung las figuraciones conscientes —ideas, relatos, símbolos, mitos, etcétera— resultan de la interacción entre esas facultades preformadoras y los estímulos de los sentidos, que son estructurados y configurados por aquéllas: «Las imágenes de la fantasía superan el influjo de los estímulos de los sentidos y los estructuran haciéndolos coincidir con una *imagen anímica precedente*»⁵⁷.

A mi entender, conviene en este momento hacer dos precisiones, ambas muy necesarias para la argumentación en curso.

La primera atañe a la relación entre arquetipos y estímulos perceptivos: más que afirmar la preeminencia de aquéllos sobre éstos —invirtiendo así la creencia en la mente como mera *tabula rasa*— o viceversa, me parece más

56. JUNG, op. cit., p. 74.

57. JUNG, op. cit., p. 62. De ser aceptada, tal concepción supondría invertir, al modo kantiano, la creencia de sentido común según la cual los estímulos de los sentidos conforman las figuraciones de la imaginación; muy al contrario, éstas se generarían a partir del trabajo configurador que los arquetipos ejercen sobre las percepciones. Es como si —diciéndolo de modo más sencillo pero elocuente— las imágenes internas primasen sobre aquéllas procedentes del exterior. Es llamativo el paralelismo que esta idea de Jung guarda con la concepción que Kant tiene de la imaginación como facultad que sintetiza las sensaciones de acuerdo con las *categorías* (*Crítica de la razón pura*, Madrid: Alfaguara, 1997, B152, p. 166):

La imaginación es la facultad de representar un objeto en la intuición incluso cuando éste no se halla presente. Ahora bien, teniendo en cuenta que toda intuición nuestra es sensible, la imaginación, debido a nuestra condición subjetiva, sin la cual no podría suministrar a los conceptos del entendimiento la intuición correspondiente, pertenece a la sensibilidad. No obstante, en la medida en que su síntesis es una actividad de la espontaneidad [...], la imaginación es una facultad que determina a priori la sensibilidad; la síntesis de las intuiciones efectuada por esa facultad tiene que ser una síntesis trascendental de la imaginación de acuerdo con las categorías.»

prudente y razonable asumir que, en efecto, se produce un diálogo, una dialéctica incesante entre las facultades preformadoras de la mente y las sensaciones (*aísthesis*) que ésta recibe del mundo externo. Así, las figuraciones conscientes o hechas conscientes —tanto de índole individual como colectiva— adquieren contornos concretos por mor de tal dialéctica entre el adentro y el afuera. No cabe, pues, ver en los productos visibles de la cultura humana un calco o encarnación directa de los arquetipos, sino en todo caso una muy variada casuística imaginativa conformada por el juego de relaciones entre esas *facultas praeformandi* y los estímulos externos; casuística acrisolada en y por la imaginación —y muy mediada, además, por ese ingente e intrincado acervo de figuraciones y de modos de figuración de la experiencia que constituye la tradición.

La segunda precisión concierne a la conveniencia o no de emplear la expresión *inconsciente colectivo*, dado que, como han señadado autores de muy diverso talante, el estatuto epistémico de tal concepto es muy problemático. Por el momento, convengo con Andrés Ortiz-Osés⁵⁸ en que «las nociones típicamente junguianas de *inconsciente colectivo* y *arquetipo* se deslizan de un planteamiento psicológico a un replanteamiento más abierto y cultural».

Quiere ello decir que los autores llamados *posjunguianos* —pienso en James Hillman, Gaston Bachelard, Henry Corbin, Joseph Campbell, Rollo May o Gilbert Durand⁵⁹— conciben el inconsciente colectivo y sus estructuras arquetípicas no tanto a la manera psicoantropológica de los junguianos ortodoxos, cuanto de modo *culturalista*: más que una suerte de sótano brumoso de la psique de la especie, aparece en ellos como memoria e imaginación culturales, y los arquetipos o *facultas praeformandi*, como *imágenes fundamentales*.

De este salto desde lo psíquico a lo cultural —del sótano al desván, por así decirlo— da cuenta el concepto de *imaginario*⁶⁰, usado a menudo en sentido lato por los estudiosos de la comunicación. En síntesis elocuente de Ortiz-Osés: «El inconsciente es ahora un *inconsciente cultural*, y los arquetipos reaparecen como *matrices* de nuestros patrones de comprensión y conducción a modo de *urdimbres* que subyacen a nuestras estructuras»⁶¹. Más aún, el incons-

58. Andrés ORTIZ-OSÉS, en K. KERÉNYI, E. NEUMANN, G. SCHOLEM y J. HILLMAN, *Arquetipos y símbolos colectivos*. *Círculo Eranos I*, Barcelona: Anthropos, 1994, p. 10.

59. Entre las muchas obras valiosas escritas por estos autores, deseo consignar aquí las de Henry CORBIN, *La imaginación creadora en el sufismo de Ibn Arabi*, Barcelona: Destino, 1994, y Rollo MAY, *La necesidad del mito*, Barcelona: Paidós, 1992.

60. Dice el intuitivo Gaston BACHELARD en *El aire y los sueños* (op. cit., 1993, p. 9): «El vocablo fundamental que corresponde a la imaginación no es *imagen*, es *imaginario*. El valor de una imagen se mide por la extensión de su aureola *imaginaria*. Gracias a lo *imaginario*, la imaginación es esencialmente *abierto*, *evasiva*. Es dentro del psiquismo humano la experiencia misma de la apertura, la experiencia misma de su novedad. Especifica, más que cualquier otra potencia, el psiquismo humano.»

61. ORTIZ-OSÉS, op. cit., p. 11.

ciente colectivo aparecería, de hecho, como un *imaginario simbólico*, y los arquetipos, como *símbolos radicales*⁶².

Por mi parte, quiero dejar constancia de que tal brinco culturalista no resuelve el problema que inquietó a Jung cuando formuló su idea de inconsciente colectivo. De hecho, al poner el acento sobre la primacía de lo cultural sobre lo psíquico, el culturalismo parece descartar la hipótesis de la generación espontánea de, al menos, una porción significativa de las figuraciones que nutren el imaginario cultural. Ya que no cabría hablar de un origen tal, las llamativas coincidencias entre las figuraciones mitopoéticas producidas por culturas distintas y distantes —el mito apocalíptico del diluvio universal, la formación del mundo a partir de un huevo primordial, las figuras del doble, el diablo o la mujer fatal, el tema del descenso a los infiernos— deberían ser explicadas recurriendo en exclusiva a la hipótesis de la transmisión, es decir, al contacto directo o indirecto.

A mi entender, empero, por muy relevante que sea el papel que la transmisión ejerce en la formación de los distintos imaginarios culturales —el mero discutirlo se antoja ocioso—, cabe formular aún la siguiente, crucial cuestión: y, remontada la cadena de la transmisión hasta la presunta primera acuñación de una figuración dada, ¿cómo podríamos explicar la génesis de ésta, si no recurriendo a esa emanación desde lo *numinoso* hasta lo *luminoso* —de la inconsciencia a la consciencia— en que, según Jung, advertiríamos los efectos, los epifenómenos reveladores de la existencia de un inconsciente ecuménico, común a todos los seres humanos por el mero hecho de serlo? A este respecto va abriéndose, como vamos viendo, un gran lugar a dudas.

No obstante, aun sin haber esclarecido el meollo del asunto planteado por Jung, nuestra indagación ha dado un paso significativo al asumir que, en efecto, el gran árbol de la tradición se ve afectado por tal sustrato psíquico arquetípico de manera decisiva: en él hinca sus raíces, de él proceden sus nutrientes esenciales.

Cabe pensar que, en última instancia, todas las obras que identificamos como productos de la cultura humana, es decir, como figuraciones cuya fisonomía concreta es fruto del cultivo y la aleación de influencias múltiples —sueños y fantasías, mitos y ritos, narraciones de diversa especie, representaciones icónicas y cinemáticas, etcétera—, han ido siendo *configuradas* partiendo, en último y casi siempre invisible extremo, de matrices arquetípicas. Del mismo modo en que la perla se forma a base de sucesivas capas de nácar, segregadas por la ostra para cubrir el grano de arena depositado entre sus valvas, puede decirse que las obras de cultura son también modeladas mediante un proceso de *perlificación*, a partir de núcleos de sentido prístinos que, casi siempre, quedan latentes tras las epidermis patentes de los productos culturales concretos.

Más allá de su forma precisa, explicable atendiendo a razones muy diversas de índole cultural —así, por poner un ejemplo, los rasgos configuradores pro-

62. *Ibidem*.

prios de un género, un estilo, un autor o una tendencia—, las expresiones del imaginario individual y colectivo son cristalizaciones conformadas *a partir de* las raíces arquetípicas de que venimos hablando. Si «el sistema axial determina meramente la estructura estereométrica pero no la forma concreta del cristal» —recaemos en la elocuente analogía usada por Jung, ya citada—, podemos decir, *mutatis mutandis*, que los arquetipos determinan solamente la *estructura* configuradora de los productos culturales, pero no su forma precisa. En resumen, el imaginario cultural —individual o colectivo—, hartó polimorfo y polifacético, se teje en torno a y a partir de una urdimbre mitopoética primordial, común a toda la especie: es lo que Gilbert Durand, en su tentativa de fundar una arquetipología cultural, ha denominado *estructuras antropológicas del imaginario*.

Antes de poner fin a este apartado, me parece necesario reiterar que tal urdimbre arquetípica *no determina* las formas concretas de las elaboraciones de la imaginación; que éstas, en su extraordinaria variedad histórica y cultural, se perfilan con arreglo a cánones de figuración propios de cada época y cada lugar, en una dialéctica intrincada que no es posible reducir a monismo ni determinismo alguno. Pero también que, bajo las variadísimas figuraciones que tanto la imaginación individual como el imaginario colectivo *traman*, late una urdimbre mitopoética esencial: unas estructuras antropológicas raigales —llámeselas arquetipos, esquemas⁶³, *facultas praeformandi* o genotextos⁶⁴— de carácter inconsciente, transhistóricas y ecumémicas⁶⁵.

63. Uso aquí el concepto de *esquema* al modo en que lo hace Durand (op. cit., p. 53), quien a su vez toma la noción de Kant (*Crítica de la razón pura*) y Sartre (*El imaginario*): «Son estos esquemas los que forman el esqueleto dinámico, el cañamazo funcional de la imaginación.» Por su parte, también partiendo de Kant, Paul Ricoeur escribe en su crucial *Tiempo y narración* (Madrid: Cristiandad, 1987, vol. I, p. 140): «El esquematismo posee este poder porque la imaginación creadora tiene fundamentalmente una función sintética. Une el entendimiento y la intuición engendrando síntesis a la vez intelectuales e intuitivas.» Me parece, pues, indudable que toda reflexión acerca de la imaginación deberá tener muy presente el papel que en ella ejercen los esquemas.
64. La noción de *genotexto*, entendida como matriz generadora de múltiples textos concretos, me parece iluminadora. Así, en palabras de DUCH (op. cit., 1995, p. 173): «Walter Burkert ha posat de manifest que un mite en concret no por ser identificat a través d'un únic text, perquè, indefectiblement, de tot mite hi ha múltiples variants: "Un mite, en tant que narració pot existir en textos molt diferents, d'una manera extensa o bé abreujada, narrada bé o malament, reduïda a insinuacions o bé embellida com una novel·la". Per això aquest autor accepta el suggeriment de l'egiptòleg Jan Assmann, que distingeix entre el mite com a *genotext* i les *expressions mítiques* concretes. "El mite és quelcom d'abstracte. Es tracta del nucli d'accions i d'esdeveniments, d'herois i de destins, que es troba a la base de tot un complex d'expressions mítiques com alguna cosa que es posseeix en comú"».
65. A este respecto, la siguiente reflexión metodológica de Durand me parece iluminadora: «Parece que para estudiar *in concreto* el simbolismo imaginario hay que adentrarse resueltamente por la vía de la antropología, dando a esta palabra su pleno sentido actual —es decir: conjunto de ciencias que estudian la especie *homo sapiens*— sin tener exclusivas *a priori* y sin optar por una ontología psicológica que no es más que espiritualismo camuflado, o una ontología culturalista que por regla general no es más que una máscara para la actitud sociologista: ambas actitudes se resuelven, en última instancia, en un intelectualismo

V. El acervo temático de la cultura mediática

Si aceptamos la sustancia de lo que hasta ahora llevamos dicho, ¿tiene sentido negarle a la cultura mediática de nuestro tiempo su entronque inextricable no ya sólo con la tradición histórica considerada en sentido lato, sino con ese imaginario mitopoético transhistórico cuya existencia e influjo venimos afirmando? Me parece que no. Según la hipótesis que sustenta esta reflexión, la cultura mediática contemporánea nutre sus figuraciones de esos mismos mimbres sustantivos, aunque —es importante señalarlo— los teje de modos harto diversos e idiosincrásicos⁶⁶.

Los arquetipos primordiales de la imaginación humana —la rebelión (*hybris*) contra la naturaleza, el deseo destructor, el desconocimiento (*hamartia*) trágico o el apocalipsis, por ejemplo— han encontrado distintas expresiones culturales muy condicionadas históricamente, que una vez cristalizadas y sedimentadas por la tradición, convertidas en patrimonio imaginario común⁶⁷, constituyen el acervo figurativo heredado y recreado por la cultura mediática de la hora presente. Y ésta, a su vez, por caminos diversos e intrincados, metaboliza tales figuraciones mitopoéticas y las conforma de acuerdo con las pautas de figuración —de expresión y recepción— propias de las narrativas de nuestro tiempo. A mi entender, los científicos ambiciosos e insensatos de la ciencia-ficción, los antihéroes perplejos de Woody Allen o Philip Roth, las mujeres fatales de la narración de serie negra o las hecatombes nucleares cinematográficas son, desde luego, expresión de inquietudes nacidas de nuestra época, pero también de las figuraciones arquetípicas —temas, motivos, argumentos, figuras, *loci*— generadas por el inconsciente colectivo y moldeadas por la hacendosa tradición⁶⁸.

semiológico. [...] Quisiéramos sobre todo liberarnos definitivamente de la querella que periódicamente alza a unos contra otros, culturalistas y psicólogos, y tratar de aplacar, situándonos en un punto de vista antropológico para el que “nada humano debe ser ajeno”, una polémica nefasta a base de susceptibilidades ontológicas, que en nuestra opinión mutila dos puntos de vista metodológicos igualmente fructíferos y legítimos mientras se acantonan en la convención metodológica. Para ello hemos de situarnos deliberadamente en lo que llamaremos el *trayecto antropológico*; es decir, el *incesante intercambio que existe en el nivel de lo imaginario entre las pulsiones subjetivas y asimiladoras y las intimaciones objetivas que emanan del medio cósmico y social.*» Cfr. *Las estructuras antropológicas de lo imaginario*, Madrid: Taurus, 1982, p. 35. Las cursivas son de Durand.

66. De acuerdo con Roger Caillois, tales arquetipos o genotextos «sólo son tendencias, virtualidades rectoras. Ningún nexo suficiente y necesario puede orientarlas en la elección de los detalles concretos de que tienen necesidad para constituir una “imaginación” propiamente dicha. *Sólo prefiguran las líneas de fuerza que los cristalizarán en temas y en motivos, abrevando hasta la saciedad en lo particular y lo anecdótico y utilizando las estructuras impuestas por los elementos históricos y la organización social.*» Cfr. *El mito y el hombre*, México: FCE, 1993, p. 92 (la cursiva es mía).
67. Así, respectivamente, en Prometeo, Fausto o Frankenstein; Lilith, Salomé o Lulú; Edipo, Hamlet o Josef K.; el diluvio universal o las pesadillas milenaristas.
68. Desde una perspectiva estrictamente tematológica, la cultura mediática contemporánea actúa, ya lo hemos dicho, como una suerte de formidable crisol alimentado por el acervo de

Es preciso señalar además que, sean cuales sean sus soportes y canales técnicos —cine, prensa, radio, televisión, fotografía, multimedia, etcétera—, la cultura mediática es, ante todo, eminentemente narrativa. Sus productos, mensajes y enunciados se configuran como relatos, a saber, como remedos o *trasuntos cronotopológicos* de la vida colectiva mediante los cuáles ésta adquiere sentido, tanto retrospectiva como prospectivamente. En tanto que colosal, prolífica fragua de relatos, la cultura mediática tiende a configurar la memoria del pasado y la anticipación del porvenir, y tal capacidad a un tiempo rememorativa y proyectiva la convierte en poderosísima constructora de identidades.

Ello quiere decir que el tipo de conocimiento que la cultura mediática tiende a segregar es en esencia narrativo, esto es, mitopoético. Si en el plano personal el conocimiento se constituye ante todo como relato, lo mismo ocurre en el plano colectivo: más que dar cuenta de la realidad social, la cultura mediática *da cuento de ella y a ella*, porque se alimenta de lo ya acaecido y contribuye a configurar lo que todavía puede acaecer, en dialéctica casi inextricable. Puede decirse, en este sentido, que la cultura mediática no es sino la continuación de la facultad —de la fatalidad— narrativa *por otros medios*: cumple respecto de las sociedades complejas contemporáneas una función análoga en su esencia —aunque distinta en sus procedimientos y detalles— a la que cumplía la narrativa oral en la sociedad preindustrial o a la que satisface la narrativa autobiográfica en la constitución de la personalidad individual.

Así, las narrativas mediáticas de nuestro tiempo *representan* (*mimesis*) y *recrean* (*poiesis*) la realidad social; *dan cuento* del caos y la contingencia convirtiéndolos en experiencia articulada y significativa; sintetizan las innumerables vivencias en relatos que, al darles forma y ponerlas en relación, les confieren origen, sentido y finalidad. En fin, tales narrativas mediáticas —escritas o audiovisuales, tanto monta— vienen a cumplir la vieja, crucial función común a todos los relatos que en el mundo han sido: destilar un conocimiento mitopoético acerca de la vida y 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. Porque es prerrogativa indisputada de la narración la capacidad de *eharle un lazo al tiempo*⁶⁹, convertir el espacio silente en lugar humano, proponer vínculos de causalidad y necesidad entre los sucesos,

figuraciones sedimentado por la tradición. Entre una y otra, no obstante, no se entabla una relación de simple dependencia, sino una intensa dialéctica: la cultura mediática se nutre de las ideaciones transmitidas por la tradición, a las que presta formas y contornos singulares; pero al actuar así, desde su *hic et nunc* concreto, rehace el legado recibido. La cultura mediática, en suma, introduce preferencias temáticas, genéricas, estilísticas y expresivas muy suyas, pero no puede escapar a ese diálogo con la tradición y con las fuentes prístinas de la imaginación.

69. Debo esta magnífica metáfora a Enrique LYNCH, quien la emplea repetidamente en su muy recomendable *La lección de Sheherezade* (Barcelona: Anagrama, 1987), libro a su vez deudor de la obra capital de Paul RICOEUR *Tiempo y narración* (Madrid: Cristiandad, 1987, 3 vols.).

otorgar carácter y fisonomía inteligibles a los individuos, prestarle dirección y sentido a la acción. Dar cuenta de la vida vivida a la vida por vivir.

Lo que ahora nos atañe, a mi entender, es esclarecer cómo se tejen esas narrativas, metabolizando cuáles ingredientes temáticos. Pues tal abordaje tematólogo nos ayudará a entender los modos en que la cultura mediática, mediante sus figuraciones narrativas, contribuye a construir no sólo la memoria del pasado, sino las proyecciones del porvenir. Procede, por tanto, examinar la cultura mediática no sólo en sus canales, soportes, técnicas y formas, sino en sus muy variadas figuraciones. En términos retóricos, es preciso explorar no sólo la *dispositio* y la *elocutio* de los enunciados mediáticos —a la manera estructurológica, tan fecunda en otro sentido— sino su *inventio* o *heuresis*: los modos en que son concebidos, ideados, inventados, descubiertos, hallados los ingredientes temáticos que componen su vasto caudal.

No obstante, el estudio tematólogo de la cultura mediática conlleva importantes dificultades de orden conceptual y metodológico, derivadas no sólo de la complejidad del asunto abordado, sino de la naturaleza interpretativa y cualitativa del enfoque propuesto. Ya que los contenidos no son reducibles a unidades discretas y manejables, ya que apenas es posible cuantificación alguna, es menester operar con nociones hasta cierto punto imprecisas y borrosas, como son las de *tema*, *motivo*, *argumento*, *loci*, *figura* y *personaje*, entre otras. Me ocuparé, en adelante, de explorarlas de modo tan preciso y matizado como me sea posible, teniendo muy presente que a este respecto no cabe la definición cerrada, sino la caracterización tentativa.

Temas, motivos, loci y figuras

En primer lugar, parece plausible formular la siguiente hipótesis: las ideaciones o concepciones primordiales, cuando son relevantes para una cultura determinada a lo largo del tiempo, pasan a *crystalizar*; devienen *temas*, *motivos*, *loci* y *figuras*, esto es, figuraciones sancionadas y reconocibles por la colectividad, que con ellas produce y consume representaciones de la vida y la historia en las que se destila la experiencia compartida.

Importa observar, sin embargo, que no todas las vicisitudes de la existencia son *tematizadas* —esto es: convertidas en obras de cultura—, sino sólo aquellas lo bastante relevantes para motivar un hábito persistente de figuración y recreación. Las grandes figuraciones de una cultura son *mementos*: representaciones memorables de la vida real, de aquello que vale la pena recordar y revivir, siquiera sea vicariamente. Tienen, por tanto, carácter rememorativo, pues en ellos se condensa y articula la experiencia actuada, pero también proyectivo, ya que animan, encaminan la experiencia actuable.

Antes de proseguir, conviene poner cuidado en distinguir los temas culturales de las temáticas o asuntos de la existencia. En rigor, las temáticas son conjuntos o constelaciones de temas, cuya misma vastedad y vaguedad les resta cualquier aptitud descriptiva y explicativa: el amor, la soledad, el destino, la amistad, la locura, el poder, la muerte, la ambición o la seducción serían, en efecto, asun-

tos o vivencias arraigados en las posibilidades y límites que determinan de modo inexorable la vida humana, no importa cuáles sean las circunstancias concretas de tiempo y lugar. Hay, por supuesto, muchos modos culturalmente condicionados de nacer, morir, desear, ambicionar, fantasear, amar, amistar o sufrir, pero todos los individuos, sin excepción, han de atravesar tales trances⁷⁰.

A diferencia de las temáticas, los temas, motivos, figuras y *loci* culturales son ya figuraciones cristalizadas; nacidos casi siempre, desde luego, de modo anónimo y oral, a partir de esas situaciones existenciales primordiales a que ha poco aludíamos, pero ya devenidos figuración concreta, imaginación cuajada y dotada de textura y contorno precisos⁷¹.

Así, según esta hipótesis, *a) el viaje iniciático, el retorno a la patria, el descenso a los infiernos, b) el reconocimiento o anagnorisis, el pacto con el diablo, c) el doble, la seductora diabólica, d) el bosque proceloso* o el '*locus amoenus*' serían acaso —respectivamente— *a) temas, b) motivos, c) figuras y d) loci* de cariz transhistórico, inherentes a la condición humana misma y no sujetos a imperativos contingentes; mientras que *a) el crimen perfecto, la conquista del Oeste, el retorno de Vietnam, b) las flechas de Cupido, c) la esposa adúltera, el donjuán* o *d) la ciudad del futuro* o serían, con matices, *a) temas, b) motivos, c) figuras y d) loci* fraguados por culturas concretas en momentos precisos de su existencia, como respuesta mitopoética a sus inquietudes existenciales.

No obstante, es menester añadir que incluso la ideación de esas figuraciones contingentes, aunque muy marcada por su época, sería en último extremo emanación o eflorescencia de las matrices mitopoéticas entrañadas en el imaginario humano. La tradición cultural semeja un viejo, portentoso árbol: las hojas, las ramas más recientes y menudas nacen de arborescencias anteriores, y éstas a su vez de otras más viejas, y aun éstas de un tronco, unas raíces y un suelo comunes. La cultura, como la vida, es ciertamente diversidad, pero diversidad dentro de una cierta unidad esencial.

Es importante añadir que, mientras que el origen de las figuraciones contingentes puede a menudo datarse con cierta facilidad —así, por ejemplo, el primer relato policial, o la primera novela de tema robinsónico—, el de las figuraciones transhistóricas suele ser de todo punto imprecisable: se hunde, literalmente, en la noche de los tiempos, como expresión, en palabras de

70. La temática, véase bien, no es asunto propio de la cultura *sensu stricto* —entendida como emanación, cultivo, cristalización: experiencia remansada, fijada, puesta a disposición colectiva—, sino de la vida misma, a no ser que, *lato sensu*, consideremos la cultura como *civilización*, al modo en que nos ha acostumbrado a hacerlo la fecunda mirada antropológica moderna.

71. Como es sabido, los mitólogos han explicado convincentemente cómo las narraciones míticas suelen enraizarse en tales vivencias prístinas (el nacimiento, la muerte, la separación, la integración, el reconocimiento, el descubrimiento y sus derivados: el paso a la edad adulta, el viaje de descubrimiento, la fundación de una cultura, etcétera). Aquí cabría situar, a mi juicio, el *umbral inferior* de la tematología: el ámbito de la existencia que escapa a la producción y fijación de obras —*mementos y monumentos*— de cultura: el ámbito de lo vivido y hasta expresado, pero, nótese bien, todavía no devenido *memorable*.

Goethe⁷², de esos «fenómenos del espíritu humano que se han repetido y se repetirán y que el poeta no hace más que presentar como históricos».

De hecho, la primera aparición de un tema, figura o motivo puede darse, mediante *generación espontánea*, con las primeras manifestaciones de la fantasía poética, en lugares y momentos muy distintos y muy distantes. Tal sería el caso del diluvio universal, el mesías redentor, el apocalipsis o el eterno retorno. Otra cosa bien distinta es que, además, unas figuraciones u otras puedan transmitirse por *migración o difusión*, hecho que siempre conlleva una azacanada dialéctica entre influencia y recepción⁷³.

Conviene añadir, por último, una precisión esencial, que nos permitirá continuar nuestra reflexión: las figuraciones culturales, sedimentadas por la tradición, actúan en el imaginario colectivo a modo de *matrices generadoras* de las, en principio, ilimitadas versiones derivadas que integran la cultura escrita y audiovisual de nuestro tiempo⁷⁴.

Argumentos y personajes

En efecto, en el tránsito a menudo tortuoso que lleva de la oralidad a la escritura, del anonimato colectivo a la autoría individual, de la cultura popular a la cultura ilustrada, tales figuraciones cristalizan en forma de obras singulares —cuentos, relatos, novelas, obras de teatro, películas—, cuya concreta ideación y constitución expresiva nace no sólo del talento o el genio de sus autores, sino de muy precisos condicionantes de tiempo y lugar: los idearios estéticos imperantes, los géneros en boga, las circunstancias de producción y recepción, los *horizontes de expectativas* de los públicos, los intereses mercantiles, las inquietudes existenciales de la época, etcétera.

Así, de las figuraciones primordiales se derivan los *argumentos y personajes*, los cuales vienen a ser —desde una perspectiva tematólogica, conviene recordarlo— genuinas *variaciones argumentales sobre el mismo tema*⁷⁵. A modo de ejemplos elocuentes, valgan los dos siguientes:

72. Goethe citado por Elisabeth FRENZEL, *Diccionario de motivos de la literatura universal*, Madrid: Gredos, 1980, p. IX.

73. Dicho sea de paso, la transmisión de temas culturales suscita la cuestión, tan relevante, de la dialéctica entre tradición e innovación, de la cual resultan muy variados estadios intermedios entre la mera repetición —la llamada *dictadura del tema*— y la más extrema originalidad —característica, por ejemplo, de las vanguardias modernas. Una originalidad que, por cierto, implica siempre cierto retorno a las fuentes originarias de la imaginación, pues, como lúcidamente proclama la sentencia apócrifa: «Todo lo que no es tradición es plagio».

74. Un tema tan sugestivo y difundido como el del vampirismo, por ejemplo, ha dado lugar a casi incontables leyendas orales —fábulas, cuentos de hadas y romances—, además de un número muy elevado aunque mejor determinable de narraciones escritas —cuentos, novelas, *nouvelles*—, obras de teatro, películas, seriales radiofónicos, cómics y hasta videojuegos de toda especie.

75. De esta dialéctica entre temas y figuras, por un lado, y argumentos y personajes, por otro, da cuenta gran número de estudios de cariz tematólogico, escritos por autores de procedencia y talante intelectuales muy diversos. Entre ellos, a modo de ejemplo, quiero destacar

1. El tema del *aprendizaje de la vida*, convertido en género temático por el Romanticismo —con el *bildungsroman*—, ha encarnado en muy dispares argumentos y personajes de la narrativa literaria y cinematográfica: *Wilhelm Meister*, de Goethe; *El árbol de la ciencia*, de Baroja; *El gran Meaulnes*, de Alain Fournier; *Las tribulaciones del estudiante Törless*, de Robert Musil; *Retrato del artista adolescente*, de James Joyce; *Siddharta y Demian*, de Hermann Hesse; *El palacio de la luna*, de Paul Auster; *Los cuatrocientos golpes*, de François Truffaut; *Adiós a los niños*, de Louis Malle; *Rocco y sus hermanos*, de Luchino Visconti; *Pelle el conquistador*, de Bille August; o *Rumble Fish*, de Francis Ford Coppola, entre otros.
2. La figura de *la casada adúltera*, aunque presente en la tradición desde muy antiguo, adquirió perfil singular en el siglo XIX, en el contexto de la sociedad burguesa y de la mano de la estética realista, encarnada en argumentos y personajes como los concebidos por Gustave Flaubert (*Madame Bovary*), Leopoldo Alas (*La Regenta*), Lev Tolstoi (*Ana Karenina*), Theodor Fontane (*Effie Briest*) o Eça de Queiroz (*El primo Basilio*).

Un razonamiento muy parecido podríamos hacer a propósito de otros temas, figuras, motivos y *loci* sedimentados por la tradición: la mujer fatal, el loco, el reconocimiento, el científico como moderno Prometeo, el *locus amoenus*, el narciso, el donjuán, el viaje iniciático, el robinson, el hombre fáustico, el medrador, la alcahueta, el doble (*doppelgänger*), el hombre salvaje, el crimen perfecto, el monstruo, el hombre artificial, la ciudad futura, el diablo, el *puer aeternus* y un largo, muy largo etcétera.

En resumidas cuentas, si los temas y figuras son, por así decirlo, ideaciones primordiales cuyo origen suele ser imposible precisar, los argumentos son ya narraciones que *despliegan* las posibilidades de configuración de contenidos que aquéllos, cual resortes de sentido, atesoran. A mi entender, tales *despliegues argumentales* surgen en el momento mismo en que la figuración se encarna en poemas, cuentos o leyendas, creados y transmitidos oralmente en el seno

los siguientes: George STEINER, *Antígonas* (Barcelona: Gedisa, 1987), Erika DE BORNAY, *Las hijas de Lilith* (Madrid: Cátedra, 1990), Hans MAYER, *Historia maldita de la literatura. La mujer, el homosexual, el judío* (Madrid: Taurus, 1975), Román GUBERN, *Espejo de fantasmas. De John Travolta a Indiana Jones* (Madrid: Espasa Calpe, 1993), Román GUBERN y Joan PRAT, *Las raíces del miedo* (Barcelona: Tusquets, 1979), Carmen PEÑA-ARDID, *Cine y literatura* (Madrid: Cátedra, 1992), Rollo MAY, *La necesidad del mito* (Barcelona: Paidós, 1992), Xavier PÉREZ i Jordi BALLÓ, *La llavor immortal* (Barcelona: Empúries, 1994), Antonio BLANCH, *El hombre imaginario. Una antropología literaria* (Madrid: UPC, 1995), Albert BÉGUIN, *El alma romántica y el sueño* (Madrid: FCE, 1987), E.R. CURTIUS, *Literatura europea y Edad Media latina* (Madrid: Gredos, 1993), Vladimir PROPP, *Las raíces históricas del cuento* (Madrid: Fundamentos, 1984), Roland BARTHES, *Mythologies* (París: Seuil, 1957), Edgar MORIN, *El espíritu del tiempo* (Madrid: Taurus, 1976), Joseph CAMPBELL, *El héroe de las mil caras. Psicoanálisis del mito* (México: FCE, 1959), Bruno BETTELHEIM, *Psicoanálisis de los cuentos de hadas*, (Barcelona: Crítica, 1994), Roger Bartra, *El salvaje ante el espejo* (Barcelona: Destino, 1996), Northrop FRYE, *Anatomía de la crítica* (Caracas: Monte Ávila, 1977), Umberto ECO, *El superhombre de masas* (Barcelona: Lumen, 1995).

de la cultura popular y sujetos, en general, a convenciones rítmicas, compositivas y estilísticas capaces de asegurar su memorabilidad. Pero tales argumentos y personajes pueden ser datados y estudiados con precisión filológica sólo allí donde se da el paso de la oralidad a la escritura, y así mismo el del anonimato colectivo a la notoriedad autorial⁷⁶.

Conviene señalar, además, que el hecho de que las figuraciones culturales nazcan de situaciones existenciales primordiales explica por qué, con cierta frecuencia, obras literarias, cinematográficas o pictóricas *revisitan* temas y argumentos tratados con anterioridad sin que sus autores tengan forzoso conocimiento de sus precedentes —coincidencia que, según mi parecer, da alas a la hipótesis de la generación espontánea. De manera que, aunque tal conocimiento pueda ser conveniente y deseable, no siempre le es imprescindible al creador.

VI. Coda: de los géneros narrativos considerados como modos de figuración y de acción

Aunque el espacio disponible no da para más, no quisiera acabar esta reflexión tentativa sin apuntar una idea que merece, sin duda, más extensas y matizadas exploraciones. Además de lo que llevamos dicho, el estudio de la urdimbre mitopoética de la cultura mediática debe tener en cuenta el crucial papel que en ella juegan los grandes *géneros temáticos*, entendidos aquí no meramente como dispositivos formales —al modo habitual— sino como matrices generadoras de su *inventio*, a saber, modalidades esenciales de ideación de sus relatos escritos y audiovisuales.

Más allá de la silva de géneros y subespecies temáticas propia de la variopinta cultura mediática, divisibles según criterios muy distintos y a veces poco congruentes entre sí —*western*, ciencia-ficción, terror, comedia de situación, esperpento, sainete, espada y brujería, serie negra *et altri*— es posible constatar la existencia de unos pocos géneros matriz o arquetipos genéricos, no sometidos a contingencias históricas y arraigados en la entraña misma de la imaginación individual y del imaginario colectivo. En auxilio de esta idea, invoco los mismos argumentos acerca de la dialéctica entre transmisión y generación espontánea expuestos páginas atrás.

Tales arquetipos genéricos son las matrices que articulan la facultad mitopoética humana o, dicho en otros términos, modos prístinos de dicción y de visión, cauces primordiales por los que discurre la necesidad y la fatalidad de narrar. Descontados los casi incontables subgéneros temáticos que integran la espesa fronda presente y pasada —añadamos a los citados el *bindungsroman*,

76. Aunque la cultura popular tradicional es, sin duda, uno de los veneros esenciales de los imaginarios contemporáneos, resulta a menudo tarea ardua rastrear el origen y el trayecto seguido por sus figuraciones: sabemos de ella —de sus productos y de sus hábitos de creación, difusión y fruición— indirectamente, a través de su doble reverberación en la alta cultura y en la cultura mediática de nuestra época.

la farsa, el sainete, la astracanada o el folletín—, y aun las modalidades de tratamiento que suelen confundirse con los géneros propiamente dichos —la ironía, la parodia, el humor negro o la sátira—, alcanzamos a distinguir los cinco géneros matriz que yacen, latentes, tras las configuraciones genéricas patentes en cada hora y lugar: la épica y lo épico, la tragedia y lo trágico, la lírica y lo lírico, la comedia y lo cómico, el drama y lo dramático.

Me parece imprescindible insistir en que tales arquetipos genéricos no sólo dan lugar a los géneros históricos homónimos —la epopeya de Homero, Virgilio o Griffith; la tragedia de Sófocles, Racine o Bergman; la lírica de Longo, Petrarca o Chaplin; la comedia de Aristófanes, Molière o Wilder; el drama de Dostoievski, O'Neill o Mankiewicz—, sino que constituyen modos de dicción primordiales y, aun más, maneras raigales de ver, sentir, concebir y vivir. De ahí que hablemos de *lo épico*, *lo trágico*, *lo lírico*, *lo cómico* y *lo dramático*: además de dar lugar a *tipos de enunciados relativamente estables* a lo largo de periodos históricos concretos, esos arquetipos expresan visiones del mundo y actitudes ante la vida.

Puede decirse, entonces, que tales arquetipos genéricos —junto a sus variantes e hibridaciones históricas más conspicuas: el melodrama y lo melodramático, la tragicomedia y lo tragicómico, por ejemplo— son modos de concebir la vida personal y la historia colectiva, cauces de ideación por medio de los cuales los sujetos y los grupos se representan mitopoéticamente su pasado, presente y futuro —o, por mejor decir, su presente de pasado, su presente de presente, su presente de futuro, como pensaba San Agustín.

En efecto, la exaltación épica de los orígenes y de la tierra prometida; el reconocimiento (*anagnorisis*), la rebelión (*hybris*) y la postración ante el destino trágico; el exultante, embriagado lirismo del canto elegíaco; el regocijo ante las incongruencias propias o ajenas; la problemática, dramática lucha con las vicisitudes de la vida social; la exacerbación melodramática y sensiblera del idilio amoroso; el tragicómico darse de bruces con las propias limitaciones no reconocidas: todos esos ingredientes, además de integrar la *inventio*, los recursos de ideación de los grandes géneros históricos aludidos, son componentes íntimos de las grandes maneras humanas de ver, decir y actuar. A tal punto que puede decirse lo siguiente: los arquetipos genéricos, precisamente porque preforman el imaginario colectivo, tienden a configurar también la actuación del individuo y de la colectividad. Son, en puridad, *géneros de la acción* personal y social.

Pero ésa es ya, no cabe duda, harina de otro costal.

Albert Chillón (Barcelona, 1960) es profesor de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona, donde imparte diversas asignaturas tocantes a la relación entre literatura, periodismo y comunicación audiovisual, por un lado, y entre cultura mediática y sociedad, por otro. Principales publicaciones: *Periodismo informativo de creación* (1985), *Literatura i periodisme* (1993), *La literatura de fets* (1994) y *Literatura y periodismo. Una tradició de relacions promiscuas* (1999).
