

El lugar del mito en la sociedad actual

1.1. *Introducción*

En plena era de la globalización hablar del mito y su influencia en la sociedad actual puede parecer un ejercicio de retórica banal. Durante muchos años, investigadores de diferentes procedencias académicas se han dedicado a profundizar en esta materia. Desde la antropología, el psicoanálisis, la historia de las religiones o el estructuralismo, el concepto de mito se ha definido y analizado comparando diferentes corpus mitológicos entre sí, buscando la estructura profunda de sus mensajes, o el sentido alegórico que se creía oculto tras ellos.

Si bien el discurso de aquellos autores, que entendían el mito como un producto de la imaginación ingenua sobre hechos inexplicables o misteriosos, se ha quedado desfasado, no es menos cierto que la acepción más popular del mito como falsedad o engaño ha venido a ocupar su puesto. Asimilando el mito a la mentira, la falacia o el engaño, éste se ve devaluado y menospreciado como fuente de conocimiento social y cultural.

El antagonismo entre mitos y logos está apegado a los mismos orígenes del mito clásico. Los filósofos presocráticos oponían el «mythos» a la racionalidad del «logos»; pero, como observa Ferrater Mora, «hicieron crecer este logos sobre el suelo de un previo *mythos*» (Ferrater Mora, 1965: tomo 2, 210).

Hoy en día esta oposición ya ha sido superada y razón y mito no son vistos como contrapuestos sino como complementarios.

Malinowski hizo hincapié en el hecho de que en las sociedades arcaicas el mito no era una mera «historia contada», sino una «realidad vivida». Malinowski fundamentaba la «realidad» de los mitos en que, para la sociedad que los revive y recrea ritualmente, los mitos son modelos paradigmáticos de las instituciones sociales existentes. «El mito, tal como existe en una comunidad salvaje, o sea, en su vívida forma primitiva, no es únicamente una narración que se cuente, sino una realidad que se vive. [...] El mito no es una vana fantasía, ni una efusión sin sentido de vanos ensueños, sino una fuerza cultural muy laboriosa y en extremo importante» (Malinowski, 1994: 109-113).

Para H.J. Rose, «el mito es el resultado de la operación de la imaginación ingenua sobre los hechos de la experiencia» (Rose, 1970: 22).

Mircea Eliade cree que la definición menos imperfecta por ser la más amplia es que «el mito cuenta una historia sagrada, relata un acontecimiento que ha tenido lugar en un tiempo primordial, el tiempo fabuloso de los comienzos» (Eliade, 2000: 16).

Sin embargo, esa aseveración nos retrotrae de nuevo a una concepción del mito ligada a los pueblos y culturas primitivas, o a los relatos canónicamente considerados sagrados en algunas culturas.

El progreso y la razón no han conseguido desembarazarse del mito, y éste se esconde en la fe ciega ante las nuevas tecnologías, la confianza en la democracia o la «objetividad» de la historia.

Cuando el mito ya no sólo es la narración oral de un pueblo primitivo que trata de dar explicación a acontecimientos para él sobrenaturales, sino que abarca la creencia o la fe en la eterna juventud, la rapidez, o la adoración por la figura de una joven princesa muerta prematuramente, el asunto se complica.

El exceso, la sobreabundancia de definiciones y aproximaciones al mito abortan cualquier posible consenso sobre el sentido y la definición del mismo.

Desde un punto de vista si se quiere más aséptico, el *Dicciona-*

rio de la Real Academia entiende que al mito le corresponderían las siguientes acepciones: 1. Fábula, ficción alegórica, especialmente en materia religiosa. 2. Relato o noticia que desfigura lo que realmente es una cosa y le da apariencia de ser más valiosa o más atractiva. 3. Persona o cosa rodeada de extraordinaria estima. De esta acepción derivaría la mitomanía que se define como «la tendencia morbosa a desfigurar, engrandeciéndola, la realidad de lo que se dice».

Para García Gual esta definición resulta muy desfasada: «Definir un mito, como una fábula o ficción alegórica, especialmente en materia religiosa, es equívoco e inadecuado. Parece una definición dieciochesca, para uso de ilustrados y retóricos. Ciertamente no cubre los sentidos del uso más amplio y un tanto coloquial, pero tampoco la aceptación más estricta del término, que podemos encontrar en escritos de antropólogos o filólogos. Un mito no es una fábula ni una alegoría y sólo desde una óptica racionalista podría definirse como una ficción» (García Gual, 1997: 9).

Cada autor, cada escuela, pone el énfasis en algún factor que considera determinante, ya sea éste el carácter sagrado de los mismos, su función social como legitimadores del orden establecido, o su reflejo de la estructura profunda del pensamiento del hombre.

Superadas las concepciones de las primeras corrientes interpretativas —historicistas, alegoristas, evemeristas, etc.— no existe consenso alguno a la hora de delimitar el alcance del mito, pero sí sobre la importancia cultural y social del mismo. Como dice Manuel Fernández Galiano en su prólogo al *Diccionario de Mitología Clásica*, el mito «es uno de los fenómenos culturales que más directamente influyen sobre el pensamiento del hombre y su conciencia como tal» (Falcón Martínez; Fernández Galiano; López Melero, 1980: 1).

El mito ya no es la historia o el cuento de la sociedad ancestral o del primitivo, sino que respondiendo a una necesidad humana éste no se define tanto por lo que es sino por las funciones que cumple.

Será Durkheim (1993) quien introduzca la función social del

mito. A través de él la sociedad hace obligatorias las normas imponiendo un modo de ser fundamentado en la autoridad de los ancestros. En los rituales se manifestaría lo sagrado como hipóstasis del poder y del interés de la sociedad. Así, el modo coercitivo que impone la sociedad a sus miembros se convierte en sagrado y por tanto en inamovible.

Desde el psicoanálisis, la función de los mitos consiste en ser elementos vitales para el equilibrio psicológico del grupo social, ya que suavizan los problemas y tensiones que puedan darse en una sociedad concreta a través de la exteriorización y canalización colectiva de los deseos y fobias de la misma.

Para Rollo May, los mitos, efectivamente, tienen generalmente una función psicológica e ideológica adaptativa. Es decir, tenderían a aliviar tensiones emocionales y a fortalecer la estabilidad o continuidad de las relaciones sociales, tanto en el seno de un microgrupo humano como en una gran comunidad.

La aportación del mito es resumida por el autor en cuatro encabezamientos:

1. Confieren sentido de la identidad personal al responder a la pregunta ¿Quién soy yo?

2. Hacen posible nuestro sentido de la comunidad, el hecho de que pensemos en términos míticos se hace patente en nuestra lealtad a nuestra nación o ciudad e incluso a nuestra universidad o equipo de fútbol.

3. Los mitos afianzan nuestros valores morales.

4. La mitología constituye una forma de enfrentarnos al inescrutable misterio de la creación (May, 1992: 31-32).

Desde el psicoanálisis, Jung, Rollo May o Campbell ven al mito como un elemento indispensable para el control y salud mental tanto del individuo como de la sociedad.

Su importancia escapa al control del hombre, como animal mitológico que es. El mito le persigue y tomando nuevas formas, adoptando diferentes máscaras, aparece y reaparece una y otra vez.

Como sueños colectivos, como aglutinadores de deseos, ilusio-

nes, temores o ansiedades, el mito se renueva en cada momento histórico y su conocimiento es el conocimiento de la sociedad y la cultura de la que surge.

Hoy como ayer, el mito está presente en la vida social apelando directamente a nuestros sentimientos y emociones, removiendo nuestros instintos más profundos o ayudándonos simplemente a ser más felices. Es imposible escapar a los mitos, porque es imposible escapar de uno mismo.

1.2. Los nuevos mitólogos

Nuestra civilización occidental ha sido testigo de la crisis religiosa, la pérdida de la fe en los textos considerados sagrados, la búsqueda de nuevas creencias que a veces han devenido en oscuras sectas y gurús de auto-realización y narcisismo. La tradición oral hace tiempo que quedó en desuso; incluso en aquellos entornos rurales y aislados la televisión ocupó hace ya tiempo el lugar simbólico del fuego en el hogar. Ya nada parece ser lo que era, y las nuevas tecnologías y el concepto de globalización nos aglutina y envuelve en sus amplios brazos, maternales para unos y coercitivos para otros. La diferencia es cada vez más un valor individual y menos colectivo y cultural. Nuestros cuentos, nuestras historias son las narraciones de todos los que comparten nuestro modo de vida, y sobre todo, nuestros medios de comunicación.

Es en este escenario donde los viejos temas y figuras míticas vuelven a resurgir, no ya en boca de sacerdotes o chamanes, sino a través de los altavoces de los medios de comunicación masivos.

El mito es narración. Más allá del sentido o función del mismo, es una historia que se cuenta, es un discurso, o como muy bien dijo Roland Barthes «el mito constituye un sistema de comunicación, un mensaje [...]. Si el mito es un habla, todo lo que justifique un discurso puede ser mito» (Barthes, 1980:199). Para este autor, lo propio de un mito es transformar un sentido en forma, aunque evacuando u ocultando lo real. El mito se entendería así como un sistema de comunicación y un modo de significación,