

Mitologías o el spleen de los medios

Silvio Mattoni

Durante dos años de la década de 1950, Roland Barthes escribe y publica una suerte de columna de análisis de temas de actualidad, como suele decirse. Sin embargo, esos temas, a veces no tan actuales sino más bien insistentes y persistentes, son apenas signos, indicios de otros niveles, de una estructura oculta. Poco importa que en muchos casos atribuya esos mitos, en general transmitidos por los medios de masas, a una ideología, puesto que a fin de cuentas la operación de mistificación forma parte de su funcionamiento. En el prólogo a la primera edición de *Mitologías*, en 1957, Barthes admite la existencia de una “mitología del mitólogo”. ¿Qué quiere decir con eso? Diremos que la mitología del mitólogo es su estilo, su manera de leer y de escribir. Puesto que no existe la objetividad del científico en el orden de la lengua, y es otro mito la impersonalidad de las ciencias exactas y naturales, cabría suponer que se toma partido por la subjetividad del escritor, su idiosincrasia o su talento. Pero no es posible criticar un mito sin levantar otro. La vocación, el canto a sí mismo del escritor que se ampara en su sinceridad o en su gusto, se enfrenta sólo en apariencia a la libertad con que el científico decide dejar su yo en la puerta del laboratorio. Son alegorías complementarias, como si el estilo no pudiese aspirar a una determinada fidelidad hacia su objeto, como si la diferenciación específica de estructuras existentes no debiera encontrar un modo de exposición sensible y convincente. El mito del mitólogo, pues, sería la unión entre saber y subjetividad; algo que en términos del primer romanticismo alemán se decía aproximadamente así: la conciliación de sujeto y objeto. Claro que Barthes no confía en la posibilidad inmediata de su postulación. Pero ya enuncia que existe esa contradicción, que el saber sobre el funcionamiento, la circulación, en suma, el poder del lenguaje, se opone al sabor y al goce de escribir, leer, reflejarse o reflexionar en el lenguaje, y que tal oposición es la escisión engañosa, el simulacro de nuestro descontento. La solución sigue siendo romántica, aunque sin la fe juvenil de su origen, puesto que se llama ironía. Barthes termina su prólogo dando esa nota aguda: “reclamo vivir la contradicción de mi tiempo, que puede hacer de un sarcasmo la condición de la verdad”.¹

¹ Barthes, Roland, *Mitologías*, trad. de Héctor Schmucler, Siglo XXI, México, 1980, p. 9.

Y finalmente, esa forma sarcástica de la verdad, a más de medio siglo de distancia, puede todavía causarnos un efecto cómico. Si en algunos pasajes, a propósito de la estulticia de una noticia periodística o ante el estereotipo publicitario, las agudezas del mitólogo siguen provocando risa, casi una carcajada que debe acallarse en el entorno de una biblioteca poblada de silencios, es porque todavía aquello contra lo cual se escribieron esos análisis, esas glosas, ha de seguir funcionando. En otro prólogo, ya de 1970, Barthes llama al “enemigo capital” de sus “mitologías” como “la Norma burguesa”. Normalidad, entonces, cuya persistencia puede asombrar, pero, ¿qué son setenta años para un mito? Sólo que estas sobrevivencias o insistencias tiñen nuestra risa de un fatal desencanto. Lo normal sigue su curso, con pequeñas modificaciones o adaptaciones, y la “semioclastia” parece condenada a los confines de su autonomía. La eficacia poética de las viñetas barthesianas ubica sus mitologías en la literatura, donde en algún sentido no afectarían la norma. Sin embargo, como podría decirse de los poemas sobre cosas de Francis Ponge, que intentan liberar a los referentes concretos de un lenguaje estereotipado, la descripción de detergentes o cremas de belleza, o más bien la exposición de sus mitos como mercancías, la iluminación de esos fantasmas que rodean un conjunto de productos, no sería tan sólo un juego vano, ni tampoco un artefacto especializado para eruditos. Se trata de poner en lenguaje lo que nunca fue otra cosa que lenguaje. Así se definirá el mito de lo normal: lenguaje que se hace pasar por cosa natural. Tales impostaciones e imposturas son el núcleo cómico de las agudezas del mitólogo. De ese modo se denuncian casi sin necesidad de interpretación las tautologías de lo normal, que se autoconfirma en todos los medios consumidos por las masas, cuya medianía estadística también es el origen y la justificación de la razón normativa; “antropomorfismo de clase”, lo llama en un momento Barthes.

Pues a fin de cuentas, todo mito procuraría eliminar la alteridad, reducir al otro para que sea legible como lo mismo. De allí entonces, por otro lado, aunque en verdad sea el mismo núcleo, se percibe el aspecto trágico de la Norma: no se tolerará, bajo pena de inexistencia social, la ignorancia de los mitos. No resulta trivial por lo tanto, y dado el cuerpo de objetos que reúne Barthes, que el polo de lo femenino esté signado por una capa densa de mistificaciones: si los detergentes y las cremas asumen su poética de materiales en lucha y finalmente en danza complementaria, es porque apuntan a un objeto evanescente, omnipresente, pero que requiere una constante fijación para existir; a tal punto que las revistas femeninas, con sus consejos, su arte de fotos, su orientación moral, vendrán a darle su costado espiritual y sentimental a esas materias que “ellas” –

revistas y al mismo tiempo vistas, destinatarias de la publicidad, objetos del mensaje—manipulan para limpiar y dejar en cero toda superficie, la ropa, la piel. Barthes ya podía señalar casi sin esfuerzo esta fantasmagoría femenina de la mercancía, que varios escritores del siglo XIX habían podido captar entre la espuma de la moda y las volutas de hierro del capitalismo industrializado. Si no es el lugar donde el mito se posa o el espíritu que el mito moldea, su género podrá ser la metáfora por antonomasia de toda mercancía, en tanto el referente del mito no es una religión ni un misterio, ni siquiera un ritual, sino la cosa que se vende. La “*déesse*”, el Citroën DS, “diosa” *voiture*, ofrece sus curvas y su promesa de felicidad al deseo masculino. No obstante, para el varón y su fantasmal liderazgo, reactivo a la proliferación del lenguaje, existirá otra lengua trágica, que lo hace matar y matarse, las guerras africanas del colonialismo francés.

El leve espasmo de risa ante las modas publicitarias que todavía persisten con sus mitos de blancura, pureza o juventud, se transforma en mueca porque el “sentido común” o la “defensa nacional”, que realizara sus campos de concentración en el norte de África, produjeron prácticas represivas que viajaron hasta nosotros mismos, en la misma época en que Héctor Schmucler, bajo otro cielo, traducía el libro de Barthes. Pero no llegaron como mitos sino como manuales y clases de tortura clandestina. Su descripción no podría reducirlos a su ser de lenguaje.

No obstante, si bien el mito puede ser descifrado como una deformación o una coartada, como la alienación de una forma cualquiera que es avasallada por el sentido, por lo común y lo impuesto, igualmente puede servir para una configuración estética. Así, el ritual del *catch*, esa lucha hiperactuada, que es pura formalidad, se torna un arte clásico. En la forma burguesa del individuo, la pasión se expresa o se padece, valga la redundancia, pero lo que el arte requiere no es un afecto interior sino su imagen, el gesto enfático de un arrebato que sin embargo está precodificado. En esta posibilidad de un clasicismo, en la repetición de un entretenimiento masivo, se anuncia tal vez una forma afirmativa del mito, un desciframiento que pueda jugar con su objeto y no sólo denunciar sus imposturas. Por supuesto, nada menos natural que la danza, el aria de ópera, el maquillaje estatuario de una actriz célebre, pero en la medida en que se ofrecen como artificios, como recursos a un orden de significaciones, permiten ser leídos, disfrutados quizás. Hacerse pasar por naturales es el escamoteo mediante el cual los mitos se sustraen de su historia, la mercancía y la política. A la vez se ofrecen para su despliegue, por un lado la cosa, la imagen, las palabras, por otro lado, su aplicación a un concepto naturalizado, pero también, al mismo tiempo, se hace pasar la cosa por su

concepción ideológica, por mera repetición, incluso inconscientemente. Barthes no dice que un redactor de tal o cual revista construye el mito del escritor o del ama de casa, sino que allí se reanuda la gran naturalización de una norma nunca enunciada, siempre en busca de otras formas que puedan seguir repitiendo lo mismo: los luchadores caracterizados reiteran antiguas épicas donde el malvado es una función necesaria y el héroe, un normalizador de lo real, “y en el fondo de su ignominia voluntaria”, escribe Barthes, “siguen siendo dioses, porque son, durante algunos instantes, la llave que abre la naturaleza, el gesto puro que separa el bien del mal y revela la figura de una justicia finalmente inteligible”.² No es que en este caso la antigua tragedia, la justicia de Esquilo, se haya degradado a espectáculo, sino que en otro orden de mitos, literarios, aquella representación griega se ha solemnizado, se ha incorporado a la religión filológica de los orígenes, y se le ha restado en consecuencia su función de espectáculo didáctico para una población cuya ingenuidad podría compararse con la de cualquier grupo de aficionados a las emociones fuertes.

En otra línea, si la lectura de mitos puede descubrir reiteraciones o memoraciones involuntarias y de largo alcance, y el *catch* ser una alegoría de la justicia, también hay mitos que abrevan en la historia inmediata, casi todos, o en la literatura moderna. Así, el escritor de vacaciones en un reportaje fotográfico, que se disfraza de turista y de padre de familia burgués, pero que nunca deja de atender el llamado de su musa, tan involuntaria como maquínica, se remonta a raíces románticas, aun cuando no deja de tener ribetes de la moral burguesa ya industrial. La sublimación de la división social del trabajo resultará pues tan natural y obvia como el hecho de que un destino inescrutable hizo escritor a uno, obreros a otros, poderosos a unos pocos. Barthes, que no deja de advertir que la existencia social de las así llamadas “vacaciones” tiene su propio desarrollo mitológico, tan reciente como el capitalismo industrializado en una de sus etapas cruciales del siglo XX, escribe: “La prueba de la maravillosa singularidad del escritor es que durante esas tan comentadas vacaciones, que comparte fraternalmente con obreros y empleados, no deja de trabajar, o al menos no deja de producir. Falso trabajador, también es un falso vacacionista”.³ ¿Qué es lo que produce? Una cosa, algo legible y por ende vendible, algo que tranquiliza. No se entrega a un juego incierto de la lengua que no se podría describir, sino que observa, toma notas, espera tal vez la ocurrencia, el advenimiento de una trama. Como el obrero y el

² *Ibid.*, p. 24.

³ *Ibid.*, p. 32.

empleado, como sus lectores más formados, no se evade de lo supuestamente real. Tan sólo el misterio de su fuente, de su medio de producción, lo separa de los demás vacacionistas. Pero esa distinción es crucial, desde el punto de vista del reportaje – cualquier reportaje– es lo único visible del escritor, su figura y su fantasmagoría. Nada se exhibe de lo que hace con el lenguaje común, excepto que está conectado con un destino no común. El mito entonces, según lee Barthes, “reduce la producción literaria a una suerte de secreción involuntaria, por lo tanto tabú, pues escapa a los determinismos humanos; para hablar más noblemente, el escritor es víctima de un dios interior que habla en todo momento sin inquietarse, tirano, por las vacaciones de su médium. Los escritores están de vacaciones, pero su musa vela y da a luz sin interrupción”.⁴ El sarcasmo es prueba de una verdad contradictoria, y lo que revela no es un misterio sino una sustitución o un desplazamiento: el escritor es como cualquiera, puede tener su familia burguesa y salir de vacaciones, pero su trabajo invisible lo separa del sencillo ritmo de actividad y descanso que sigue el resto de los mortales; la sublimidad se mantiene detrás de las apariencias más ordinarias. El hecho mismo de que un reportaje le encuentre su nota de color a la figura del escritor, cuya excentricidad es tal que hasta puede disfrazarse de turista o ir a un bar de mala muerte como en los sarcasmos de Baudelaire, implica que se le sigue atribuyendo una determinada aureola. “Los detalles de su vida cotidiana, en vez de hacer más próxima y clara la naturaleza de su inspiración, confirman la singularidad mítica de su condición”,⁵ concluye Barthes, para luego presentarnos la figura cómica resultante, su larga risa que llega hasta nosotros: un personaje que ostenta su pijama azul al mismo tiempo que se manifiesta como conciencia universal y una voz que expresa su gusto personal por los quesos fuertes con el mismo timbre que anuncia “su próxima Fenomenología del Ego”. No sólo la ramplonería de la operación salta a la vista, donde se trata de consolar al común de su idéntico destino masivo e inamovible, sino que además el desciframiento revela también el falso papel del mencionado fenomenólogo de su ego. En última instancia, se trata de un escritor o bien realista, que contará lo que anote del natural, porque los problemas técnicos del lenguaje no se diferenciarían de los gajes de cualquier oficio, o bien universalista, que hará perceptible para todos el espíritu que fundamenta y justifica la existencia del presente. Pero no debería ser incomprensible. Al menos si su fuente resulta inaccesible, como la suerte de haber nacido en una clase determinada, su figura,

⁴ *Ibid.*

⁵ *Ibid.*, p. 34.

su cuerpo que también consume y opina, no por ello dejan de estar a mano, al igual que su firma y su accesibilidad en cualquier evento del libro como mercancía.

¿Qué otra cosa podría ser un escritor en la mitología imperante? Si pudiera desacralizarse, como imagina Barthes en su momento materialista, el trabajo del escritor podría ser igual a cualquier otra de sus funciones vitales, “vestimentarias o gustativas”. Pero en el orden mítico existen ambas posibilidades e incluso una declinación múltiple de la figura: el escritor proletario, el escritor vanguardista, el escritor que piensa, el escritor que representa. El mito del reportaje preferirá sin dudas la forma del novelista, dedicado a un género del que cualquiera puede tener noticias sin necesidad de erudición alguna. Pero su polo opuesto también se entrega a la malversación del mito de manera casi inerme, a raíz de su imposibilidad de suprimir la diferenciación sublimadora que lo inviste. Me refiero al poeta, en el cual la escritura pareciera ponerse entre paréntesis, ya no como un grado cero sino como dislocación de toda la escala. En esa anulación de todo más allá de su acto, la poesía pareciera que por un momento se resiste al mito. En la medida en que no significa nada, porque es, en términos de Barthes, “un sistema semiológico regresivo”, a través de la reducción de los significados, de un combate contra la transitividad de las palabras, “la poesía perturba la lengua, aumenta tanto como puede la abstracción del concepto y lo arbitrario del signo”.⁶ Aunque también esta especie de resistencia, más allá de una forma que puede ser muy variable y pasar de la infrasignificación de juegos flotantes con el sentido a un trasvasamiento de ritmos que incrusten porciones de mimesis realista, se mostraría en la exclusión acaso involuntaria de la poesía del mundo de la mercancía. Por supuesto, no es improbable que exista el uso mítico de tal aislamiento, vinculado a sublimidades tan antiguas como para haber perdido toda historicidad concreta, y que entonces se describa y se fotografíe al “poeta de vacaciones” o al poeta que participa y opina sobre la cosa pública, mito que puede llegar a regir en zonas menos suspicaces del planeta. Sin embargo, como todo mito, la figura del escritor no sólo requiere desciframiento, sino que también necesita mitos que se le opongan, resistencias contradictorias que muestren la naturalización reiterada de una contradicción dominante. Y si la norma burguesa quiere un novelista realista, su contracara será el escritor que no trabaja de escritor, el que destruye su supuesto medio de producción y se entrega al vacío de una existencia sin sentido o bien que sólo significa una presencia no reductible al habla, es decir, al mito. El poeta parece estar

⁶ *Ibid.*, p. 227.

manipulando cosas antes que palabras, en una tendencia paradójica puesto que sólo tiene a mano algunas palabras, cuyo ideal, según Barthes, “sería llegar no al sentido de las palabras, sino al sentido mismo de las cosas”.⁷ Y si el mito intentaba hacerse pasar por lo natural, por un estado natural de las cosas, para lo cual necesita la cosificación de sus materiales que se sometan, maleables, al concepto imperativo; la poesía en su momento regresivo podría ser un polo opuesto, signos que aspiran a disolverse para indicar el ser mismo de lo que hay. La paradoja resultante, en segundo grado, es que esta misma resistencia a decir o a opinar, incluso a veces a representar, convierte a la poesía en “una presa ideal para el mito”. La figura del poeta se ofrece a la máxima mistificación, a una fuente trascendental o indeterminable, y la poesía queda atrapada en el orden de lo improbable. Así como es invaluable por excepcional, la poesía no tiene precio, es decir que no existe en el mundo de los intercambios, en lo real de la norma. Pero el mito recurre a su potencia mayor, a su única realidad, o sea a su lisa y llana recurrencia. La genialidad, la locura, la irrealidad o la gratuidad rondarán la figura del poeta para seguir signando su improbabilidad, su inapropiabilidad. De allí que la materia de las cosas y la presencia de lo que existe, la evidencia no lingüística del límite de toda palabra, entre otras regresiones poéticas, sólo se plantea como un referente de una mitología especializada, los poetas y su crítica, un nicho vacío en el orden del discurso, escritura que no habla.

Podría postularse que también Barthes, en su escritura que descifra la palabra del mito, plantea una reducción del habla a la escritura. Al ser escrito, el mito se convierte en su opuesto, se desarticula o se sobredetermina, y el resultado no difiere demasiado de la poesía. También Barthes, el agudo observador, el brillante descriptor, es transformable en mito. Un mito afirmativo quizás, como la poesía o como la convención de algunas formas artísticas, que no confirmaría la norma opresiva. Con los materiales más abundantes, más reiterados, más triviales, y por eso mismo casi inadvertidos, el mitólogo escribe su poesía de las cosas. Tal como Francis Ponge, no mucho antes, en la década previa, había proclamado estar de parte de las cosas y proferido luego un programa de escritura donde se buscaría un estilo por objeto sensible y no un estilo por poeta, aquí y ahora Barthes podía entonar su elegía a los productos de limpieza y anticiparse a la prosopopeya retórica del jabón de ese poeta cuyo nombre podía irónicamente conjugarse con las virtudes absorbentes de una esponja.

⁷ *Ibid.*

Líquidos de limpieza, polvos limpiadores, detergentes formarían un conjunto menos por su zona de acción que por su sistema imaginario: lo fogoso, lo abrasivo, lo que destruye la suciedad se opone allí a lo que diferencia, separa, expulsa las manchas. Se trata de una insistente mitología química cuya persistencia hace caso omiso de los cambios de lengua y de época, como si en el centro del mundo de la mercancía esas ilusiones de eficacia debieran reforzarse al infinito. Después de todo, ¿qué significa la limpieza? ¿No se vende acaso una ausencia, la erradicación de algo cuya existencia sólo es observada a partir de una formulación negativa? Obviamente, el capital, ese brillo superficial y de altura que se hunde en un barro disimulado, no hace más que insistir, y la misma empresa multinacional que fabricaba polvos y líquidos limpiadores en la Francia de los años '50 los sigue haciendo ahora, en la Argentina de otro siglo, incluso con idénticos heroísmos, como el del blanco, paladín abstracto de muchas publicidades. En este caso, anota Barthes, “se estimula la vanidad y la apariencia social mediante la comparación de dos objetos, uno de los cuales es *más* blanco que el otro”.⁸ Este modo de fantasear con la limpieza implica entonces la mirada de los otros, incluso la estratificación de distintos blancos, distintas clases de lo limpio. Pero existe un modo aún más mítico, al que Barthes llama psicoanalítico, donde “se vincula al consumidor en una especie de *modus vivendi* de la sustancia”, haciéndolo partícipe de las valoraciones de una cadena química puramente ficticia, cuyos eslabones nunca están quietos, la mayor parte del tiempo son invisibles y sin embargo pueden simultáneamente sucederse y moverse, estar y borrar. Lo profundo y lo espumoso, por ejemplo, son estados fantásticos que narran el encuentro feliz –boda, combate y divorcio amigable– entre el agente limpiador y la ropa. Esta última, de ser una mera superficie bidimensional, adquiere el espesor con el que la piel sueña, “un objeto halagador para esos oscuros impulsos a ser cubiertos y a ser acariciados que existen en todo cuerpo humano”, escribe Barthes. La espuma por su parte, exploradora y vigía de esa profundidad, puede desplegar vastas series de asociaciones, lujo y voluptuosidad, como diría Baudelaire, y la calma como horizonte donde se descansa del deber cumplido. La euforia metafórica llega entonces a construir un mito químico que sin embargo se despega del mundo material. La espuma, principio espiritual y activo en un germen inerte, líquido o en polvo, puede decir su poesía sin palabras: “imagen aérea de la materia, modo de contacto a la vez ligero y vertical, perseguido como la felicidad”.⁹ O bien, acto seguido,

⁸ *Ibid.*, p. 39, subrayado del autor.

⁹ *Ibid.*, p. 40.

“imagen deliciosa de una sustancia a la vez profunda y aérea que pueda regular el orden molecular del tejido sin atacarlo”.

Por otra parte, la espiritualidad de los agentes espumosos, que obtienen un gran burbujeo, una amplitud de efectos con poco volumen de causas, se opondría a las cremas de belleza, el otro polo de una fantasmagoría femenina que mostraba la opresiva conversión en mercancía de la norma por obra de una doble obsesión simultánea. Las cremas, en oposición a los detergentes, son sustancias copiosas, abundantes, que ingresan en ciertos espacios mínimos, en el imaginario anatómico de unas micropartículas de la apariencia bella que se han dado en llamar “poros”. Ambas obsesiones, puestas en un consumidor de limpiadores y cosméticos, que todavía se declina en femenino por parte de los medios de transmisión de las creencias del grupo, no dejan de tener múltiples contactos: la casa y el cuerpo, la limpieza y la belleza se comunican de muchas maneras; la profundidad en la que actúan sus dioses, o más bien sus tótems, suele invocarse en ambos casos. “Publicidad de la profundidad”, titula Barthes quizás a una de las más memorables de sus glosas líricas de los fantasmas del presente, materias que no son cosas, productos de plusvalía quintaesenciada, imágenes que deberían reflejarse en un espejo vivo, en resumen, como diría Klossowski, monedas vivientes, hechas de brillo, gesto, precio y erotismo.

En esa “épica de lo íntimo”, se trata de suministrarle al signo de una apariencia bella un fundamento material, la ilusión de su densidad, como si la piel dejara de ser la superficie visible del cuerpo, un órgano al fin y al cabo, pero no para adquirir su significación erótica, sino para alejarse hacia causas que sólo valdrán en el orden de unos efectos indescriptibles, tersura, suavidad, brillo, unidad, etc. Atributos de una estatua flexible y tibia, que en parte afirman y en parte niegan el hecho de que lo orgánico es mortal. Las cremas, o los mitos que ofrecen, se basarán a la vez en la negación de la mortalidad, del envejecimiento y el marchitamiento de todo cuerpo, y en su moderada aceptación. Si el tiempo de una mortal no diera señales de su paso por el cuerpo casi a cada momento, desde la juventud misma, desde la pubertad tal vez, no se precisaría la estimulación profunda de un renacimiento artificial. La medicina viene en auxilio de la narración química para, según lee Barthes, “persuadir a las mujeres de que ellas son el producto de una suerte de circuito germinativo en el que la belleza de las eflorescencias depende de la nutrición de las raíces”.¹⁰ Sin dudas, algo debe aplicarse en

¹⁰ *Ibid.*, p. 84.

profundidad, pero obviamente no se trata de fogosidades abrasivas ni de elementos expulsivos, aun cuando la limpieza no deje de estar entre las metas de los productos de tocador. A las cremas, en cambio, se les atribuye otra tarea, nutrir, revitalizar, penetrar para alimentar o reparar algo que ha sido sometido a los desgastes de la vida misma, hambre, intemperie, erosión del tiempo. El vocabulario molieresco, como le dice Barthes, inventa su medicina heroica y su química lírica sin saberlo, principios vivificantes y nutritivos conviven con jugos revitalizantes y regeneradores. La piel saciará su sed y volverá a nacer, inmaculada. Ahora bien, ¿cómo hacer que en la aparente unidad de una superficie penetren los líquidos que nutren y los agentes primaverales que renuevan? A través de dos sustancias nacidas para ser enemigas, cuya elementalidad las separó hasta en la praxis más cotidiana, hasta en la sabiduría cristalizada del proverbio, el agua y la grasa. Pero estos tirios y troyanos no combatirán, sino que en la pequeña *Ilíada* de las cremas se habrán de suceder sus *aristías*, sus momentos de protagonismo, hasta que finalmente la ambigüedad los junte. Si el agua debe hidratar la piel seca, caída en ese destino por la edad o la herencia, no parece apta para ingresar y permanecer en las profundidades; demasiado volátil, demasiado liviana, “demasiado impaciente”, dice Barthes, “para alcanzar con eficacia esas zonas crípticas, donde se elabora la belleza”. De allí surge la necesidad de otro conductor para su misión, el descifrador de los enigmas, el apaciguador de los agitados. Será el aceite, sustancia grasa, pero en su forma bíblica, casi demoníaca aunque benéfica, en el plural de los aceites, los óleos que ungirán a su acompañante para que pueda llegar a la meta. Barthes *dixit*: “El agua se presenta como volátil, aérea, huidiza, efímera, preciosa; el aceite, por el contrario, persiste, pesa, fuerza lentamente las superficies, impregna, se desliza sin retorno a través de los ‘poros’ (personajes esenciales de la belleza publicitaria)”.¹¹ Conjunción milagrosa de dos ancestrales enemigos para que la belleza aparente se vuelva sustancial y para que lo profundo de un cuidado rinda los frutos que merece; piel que significa algo más que su visibilidad, que promete tacto y tal vez consumo de su íntima densidad, promesa de trasfondo; aceites humectantes, hidratación cremosa; expulsión de lo muerto, resurrección del cuerpo en su plenitud. Y a estas culminaciones poéticas se llega por medio de la porosidad, así como a la unidad del ser se accede por la inescindible conexión armónica del todo, en tanto que lo existente tiene sentido y no está sujeto a corrupción. A través de las sendas, los caminos y las vías del

¹¹ *Ibid.*, p. 85-86.

cuerpo, ya que eso significa “poros” en griego, se obtiene el brillo, la apariencia bella. Sin olvidar que también Poros, dios de la oportunidad, que aprovecha lo que le sale al paso, se casó con la dificultad de la pobreza, Penía, de tal modo que, para saciar la sed de la piel, hará falta vencer aquello mismo que se pretende obtener: la superficie perfecta.

No es otra cosa lo que se ofrece en un producto al mismo tiempo estético y técnico, simbólico y utilitario, como un nuevo modelo de auto. La mencionada “*Déesse*” de Citroën, que exhibe el misterio, casi la inaccesibilidad de un estilo, pero al que un buen burgués podrá llegar. Sin embargo, no se vende el misterio, la intangible teoría de unas líneas diseñadas por artistas desconocidos, como los de las catedrales góticas según el símil de Barthes, sino su posible apropiación. El fantasma subsiste, la diosa pervive, hasta el instante inmediatamente anterior al uso, que disuelve la magia en el tránsito cotidiano, en el tacto, y apenas le deja al signo visible la pobre función de indicar un determinado estrato social. Lo que se ofrece al deseo del posible comprador es la oportunidad de una profanación; pero como lo sagrado no existió allí, sino que fue apenas el halo o el chispazo de lo nuevo en los contornos de lo siempre igual, no se realiza del todo. El público se acostumbra a lo nuevo y la diosa tiene éxito en el mismo momento en que desaparece, aun cuando su cadáver siga siendo manejado por manos consumidoras durante algunos pocos años más. Barthes escribe: “Las chapas, las uniones son tocadas, los rellenos palpados, los asientos probados, las puertas acariciadas, los almohadones manoseados; frente al volante se simula conducir con todo el cuerpo”.¹² Son los poros del usuario los que acribillan de nada el objeto mágico y reluciente que había visto de lejos, en la publicidad, y que ahora puede tocar, hasta la posesión, promesa a su vez del desgaste, la corrosión y la chatarra. “Ahora el objeto está totalmente prostituido, apropiado: venido del cielo de Metrópolis, en un cuarto de hora la *déesse* ha sido mediatizada y efectúa, en este exorcismo, el gesto específico de la promoción pequeñoburguesa”.¹³

De igual modo, una máscara, que debería mantener su distancia para no revelar el secreto, puede encontrar su opuesto en la singularidad de una cara única. Las mitologías del cine han podido pasar de la perturbación que provocaba el rostro humano, emblanquecido hasta la apariencia estatuaria en el cine antiguo, representado por la Garbo, “idea platónica de la criatura”, como dice Barthes, a la más cercana

¹² *Ibid.*, p. 156.

¹³ *Ibid.*

individualización, a la frescura, agitación e irrepetibilidad de una gesticulación y una fisonomía. Audrey Hepburn representa entonces la complejidad infinita, el caso específico de un infinito de posibles morfologías del rostro. “El rostro de la Garbo es idea, el de la Hepburn es acontecimiento”,¹⁴ concluye Barthes. Sólo que en estos casos, el acontecimiento resulta tan improfanable como el cielo fijo de las ideas.

Pero aquí se introduce un probable goce del mito. Puesto que ni jabones ni cremas ni autos, a pesar de la poesía que les encuentra Barthes como verdaderos *poncifs*, como lugares comunes y especulares donde un grupo de hablantes se refleja, llegan a asomarse fuera del mundo de la mercancía y su usufructo. La belleza de un rostro, por más que se ofrezca en el interior de otro producto masivo, parece anunciar que el mitólogo es también presa del mito. No sólo le complace descifrarlo y denunciarlo, sino que también puede quererlo, coleccionarlo, paladear su repetición. Tal sería el poder máximo del mito, dirá Barthes al final del libro: su recurrencia. Como una esponja en el mar, el mitólogo absorbe y procesa las palabras del mito, o en muchas ocasiones sus imágenes, que cambia por palabras, puesto que su sistema alimenticio se basa en el habla. Aunque también podría tratarse de un erizo, como el fragmento aislado que contiene su propia totalidad y que se resiste a la circulación homogénea del líquido. En este sentido, el mitólogo se aísla del grupo, del consenso mitológico, y debe crear otros mitos, variaciones que le permitan modificar lo que existe y se repite. Condenado a una sociabilidad teórica, el peligro que lo acecha coincide con el que le espera al escritor: volverse una imagen; el semiólogo de vacaciones, que nunca deja de interpretar los signos que le ofrecen la playa o la montaña; el profesor ingenioso, amenazado por el estrecho donde residen los monstruos de la arrogancia o la falsa modestia; o figuras aún peores. No obstante, el mitólogo, en la medida en que cultiva un estilo y una fidelidad a las cosas del mundo, en tanto que les busca una historia y un ritmo, estaría más cerca del poeta, figura mítica pero vacía, que simplemente le devuelve a la lengua su momento no comunicativo. Su mito es un desciframiento perpetuo sólo destinado a quienes ya conocen sus objetos y lo que encubren. Barthes consigna así su aislamiento, su paréntesis poético, digamos: “El mitólogo se excluye, además, de todos los consumidores de mito, y esto no es poca cosa”.¹⁵ Y aun cuando el sarcasmo o el juego de palabras sellen esa perspectiva erizada, como una cápsula de observación impermeable, el autoexcluido envía sus secreciones al océano de una incansable

¹⁴ *Ibid.*, p. 72.

¹⁵ *Ibid.*, p. 254.

mitología, a su oleaje sin fin. Le queda todavía, en el sarcasmo, una ideología crítica, que a fin de cuentas lo separa mínimamente de la poesía como “búsqueda del sentido inalienable de las cosas”. Búsqueda o verdad acaso incomunicable que enlaza al yo con su escritura, a la vez con su criticismo y su invención retórica, su juego de figuras. Lo bello no será entonces nada inmutable, ni tan siquiera estable, sino la ironía que se abre entre el objeto, esa ilusión de los sentidos, y su desmitificación, desgarramiento del velo que todavía no deja ver nada más que una ruptura. Cualquier objeto hallado sería nuevamente un mito, un fácil naufrago para la fotografía de una tapa; ambivalencia irresoluble que Barthes describe, que construye en las orillas de un quiasmo: “Si penetramos el objeto, lo liberamos, pero lo destruimos; y si lo dejamos intacto, lo respetamos, pero lo restituimos también mistificado”.¹⁶ Y sin embargo, lo real debería estar allí, no como producto, cosa en circulación, paisaje, sino tal vez como lenguaje que no deja de revelar su límite y además su exceso. Más allá de las palabras, de lo que habla en el mito, está una cosa que insiste, que burbujea, en un poema sobre el jabón, la espuma de frases escritas, el movimiento de las manos, el jabón mismo, tal vez, como un libro.

El mito de los saponidos y los detergentes, esa poesía barthesiana, que fascina por su despliegue de metáforas pero también por su verdad, no deja de entablar contactos con la escritura aislada, inestable, siempre burbujeante de la gran esponja que se abrió en la misma época y la misma lengua, Francis Ponge. Desde su isla retórica se brindaban otros mitos para la poesía y para los objetos más triviales, un sentido inalienable de lo real en construcción. “La verdad: lo que está *al lado*”,¹⁷ escribió Barthes en el último fragmento de un mito amoroso, uno de los más recurrentes que haya existido. Así, al lado de las *Mitologías*, se encuentra su verdad, en la inestable lectura continua, en *El jabón* que no puede limpiar las palabras excepto de las adherencias subjetivas, dejando las figuras, las burbujas, tanto más perfectas cuanto menos planificadas, tanto más coloridas cuanto más observadas, revueltas, ansiadas.

Porque precisamente el poeta, tan separado de la creencia común como el descifrador de mitos, en su apego a las cosas, por las cuales toma partido enfrentándose a su mero uso, de alguna manera construye el gran mito que subvierte todos los pequeños mitos de simple efecto persuasivo. Puesto que los mitos se hacen circular, la

¹⁶ *Ibid.*, p. 256.

¹⁷ Barthes, Roland, *Fragmentos de un discurso amoroso*, trad. de Eduardo Molina, Siglo XXI, México, 1982, p. 250, subrayado del autor.

mayoría de las veces, para lograr efectos útiles, para vender algo. Y allí se incluyen también las figuras del poeta, del escritor, del crítico; pero quizás no sus objetos. Los mitos de la poesía, el erizo romántico y fragmentario o el mitólogo que contempla su propia insociabilidad, no persuaden, no tienen como objeto una mercancía. O en todo caso, redimen imaginariamente a la mercancía de su utilidad. Un objeto cualquiera, según explica Ponge en un anexo tardío a sus circunvoluciones en torno al jabón, digamos: “el pan, la vela, un pedazo de carne, un jabón”,¹⁸ quedará como suspendido, colgado de otro valor que no es aquello para lo que sirve. Se lo observará entonces plásticamente, en lo que hace, en lo que tiñe, en las palabras que lo nombran o que podrían describirlo. Parece un juego, y quizás lo es: mirar las cosas en su sentido inalienable, sin que les sea dado otro por un usuario. El habla, o más bien la escritura que de allí resulta no le dice al otro que obedezca a su mensaje, sino que invita a ese juego de sentido soslayado, donde la verdad aparece sin ser buscada.

Ponge escribió: “Es decir que parece tratarse verdaderamente de un juego, de una actividad ociosa en medio de la automática vida cotidiana, a la que se puede volver en un instante además. Un juego sin consecuencia, al menos así parece, y, como suele decirse, gratuito”.¹⁹ Gratuidad de una fiesta verbal que puede olvidarse en un instante, puesto que no representa los simulacros de lo que se llama “vida”, como otros géneros más frecuentados, pero que sin embargo se torna un juego serio. Y si hay un mito del pensador pero el pensamiento no es un mito, también el mito del escritor, su realismo, se refuta mediante la escritura, práctica de disolución de mitos, ejercicio de limpieza, goce de la espuma verbal. Ponge absorbe y estruja el líquido usado de las palabras, y anota: “Ahí hay una culminación, un objeto gratuito, a la vez natural y precioso, y por eso mismo misterioso. ‘Gratuito’, y cuyo valor sólo aparecerá en el momento preciso, es decir, en el momento (dramático) sufrido, quiero decir, en el momento de una verdadera ‘lectura’.”²⁰ La descripción mitológica tiene también su gratuidad, más allá de la norma atacada, más allá del sarcasmo y la ironía, y entonces aflora su poder limpiador, su corrosión cómica, su conmoción por lo histórico, es decir, por aquello que está desapareciendo. Barthes esperaba un saber que despejara la mistificación general, pero ese mito todavía no había dibujado su parábola ascendente y descendente, y encontró en cambio, justo al lado, la verdad de su mirada y de su estilo, unas prosas gratuitas y

¹⁸ Ponge, Francis, *El jabón*, trad. de T. Garín, Pre-textos, Valencia, 1977, p. 121.

¹⁹ *Ibid.*, p. 122.

²⁰ *Ibid.*

culminantes sobre las cosas más banales que transfiguran la teoría y la acercan a una contemplación inalienable de sus objetos. Podría llamarse a lo que hizo “poesía”, si se la entendiera sólo como trasposición en frases, lo más fría, lo más libre, lo más erizada posible, de una relación simbólica con el mundo.