

Murcia, 19 de agosto de 1973

Querida Mercedes:

Se da la mímica porque en el hombre no existe la plenitud del logos, esto es: los significados. Incapaces de vivir los significados los individuos no se resignan, empero, a la insignificancia, no quieren ser meras enunciaciones figurativas, e intentan el remedo del significado. La mímica deviene así expresión de la pobreza misma de la naturaleza humana. Ella muestra lo que hay allí de demoníaco.

Mariano Hurtado no es un filósofo. Lo sabemos porque su palabra no existe, y el filósofo es palabra. Pero en vez de procurar, por lo menos, un significado, se torna satánico y remeda el significado. Ahueca la voz, tuerce la cabeza y exclama: “me perturba la moción que he de presentar en la próxima apertura del Curso Académico. Nosotros, los pensantes, no tenemos conciencia de grupo”. Esto se llama robar la exterioridad del signo, habitar lo irreal.

Algunas parejas burguesas tampoco se resignan a comparecer en el mundo como meras enunciaciones: él y ella trabajando y procreando. Por eso expresan el remedo del significado a través de actitudes o sentencias donde surge la mímica de la “trascendencia”, “la obligación”, “la entrega”, “el hogar”, “la profesión”, etcétera. Entre tales burgueses, el niño o la niña devienen figuras mímicas: quieren expresar más de lo que enuncian. De ahí declaraciones de esta guisa: “el Colegio de los niños se abre en septiembre. Por eso hemos de volver inmediatamente”...”Veraneamos por los niños”...”Por los niños compramos aquel hotelito”...”Me sacrifico por los niños”...”La niña estudia piano y danza en las Siervas Adoratrices. ¡Qué colegio!”... La publicidad utiliza semejante mímica en anuncios como el siguiente: “En Miraflores tendrá aire puro para sus hijos”. La tentadora oferta no expende aire para los abuelos ni para los padres, porque no son seres-mímicos en la concepción del burgués. En otras palabras: los vendedores de hotelitos no ofrecen el aire vulgar que respiran los hombres, sino el aire mímico: un Algo que es más que aire.

Otra manifestación de la mímica expresada en el objeto niño, consiste en llamar a las criaturas con nombres no usuales, por ejemplo: Mónica, Sara, Berta, Bruno, etcétera. Los padres pretenden expresar así el remedo del Significado; quieren que el nombre propio, el significante, diga más que el propio niño, que es el significado; pretenden que la voz resulte más extensa que el ser. No ha mucho, vi, en un Hotel de moda, una madre burguesa, joven y mímica, como los modelos figurados por la publicidad. Habitaba el comedor, rodeada de varios niños, y, mirando con orgullo a su alrededor, exclamó de pronto: “Eduard, si no te comes las tostadas mamá no te dará los patines”. En este tipo de familias burguesas ocurre, por lo demás, un fenómeno digno de atención: el niño-mímico. Descubre el juego y entra allí, por lo cual, de comparecencia mímica pasiva, pasa a ser también comparecencia mímica activa, habitante, desde tan pronto, del Fuera-del-logos. De ahí la farsa, las insoportables exigencias, el orgullo cruel, la displicencia adelantada, el menosprecio de cualquier bien, el ahuecamiento constante, el seguir el “papel”, las increíbles ínsulas, el pedir continuo, la cursilería, la irrealdad, la tristeza metafísica de esta singular figurilla.

Un día ocurre que la joven madre exclama: “Eduard, cierra los ojos. Papá te trae una sorpresa”. Y el famoso Eduardo, que está un poco cansado de mojígangas, pero que ya conoce su “papel”, grita farsante: “¡Oh!, ¡Oh! Dame el regalo Papi”. Así penetra el niño en la convención de la mímica, tedioso y vacío. Comienza a entender las relaciones familiares como mímica y a concebir el mundo como vacío. Otro día dice la madre: “Eduard, Papá nos llevará a París la próxima semana”. Y el niño responde activamente mímico, ya enajenado y habitante para siempre de lo irreal: ¡Oh!, ¡Oh! ¡Qué alegría! ¡Viva París!”.

Según mi hijo, hay algo todavía más odioso que un burgués: el niño burgués. Tiene razón: se trata de un objeto mímico que devuelve la mímica. Representa el cierre de la voluntad mímica en círculo. A partir de esta soldadura, no podemos saber si la mímica del niño configura la madre-mímica, o si la mímica de la madre hace al niño-mímico. De tal forma queda reducido el grupo a un todo vacío, sin principio ni término, señoreado por lo demoníaco y su tedio, su irrealdad angustiosa.

Cuando yo compraba juguetes para mis hijos, en la Festividad de los Reyes Magos, cumplía con el significado de forjar la inocencia. En aquel acto no ponía significado especial para mí. Cierta vez vi comprar esos juguetes a Pepe Imbernon, y, por su voz, su

gravedad y su general actitud, comprendí que aprovechaba la ocasión para situar en la acción un remedo del Significado, una gratificación dirigida a si mismo. En efecto, Pepe Imbernon se comportaba como si dijera: “He aquí Pepe Imbernon, padre que ama a sus hijos y que trabaja para ellos. Este es el momento en que les compra juguetes”. Fácilmente se advierte que Imbernon precisaba expresar la mímica del “sacrificio” y del “deber”. No quería que la vulgaridad de su trabajo fuera simplemente la vulgaridad de su trabajo y de su tedio.

Paco Guerrero no se resigna a vivir en un piso de burgués opulento. Ello sería una mera enunciación. Quiere un piso que exprese el remedo del Significado. Por eso alquiló una casa con sauna, o sea, una casa-mímica, más para ser contada que vivida. En este sentido, el piso de Paco Guerrero, como toda mímica, es lo contrario del éxtasis, del dolor, de la tristeza, de la paz interior, etcétera, más para vivirlo que para contarlos. Si Paco Guerrero no hubiera podido narrar que su piso posee sauna, su piso no hubiera tenido realmente sauna-mímica, sino sauna corriente, que, dicho sea de paso, es una trivialidad que no se debe contar. En efecto: yo no cuento que mi casa posee grifos. He vivido la experiencia de narrar a las gentes esta historia del piso. Todos han exclamado: “¡Oh! ¡Qué maravilla!”. Sin embargo, nada han manifestado al informarles de que Paco Guerrero siente un constante gozo interior, una continua benignidad, porque en tal enunciación no hay mímica, y nadie sabe el significado de “gozo interior”.

Cierta casa de Murcia, habitada por algunos miembros del Opus Dei, posee dos ascensores idénticos. Los vecinos han enmoquetado uno, y han destinado el otro al servicio de los criados. Con esta elemental mímica han distinguido entre señores y servidores. Cierta dama, que allí vive, ha pronunciado, con este motivo, la siguiente sentencia: “Por mostrar sencillez, mi marido y yo usamos el ascensor sin alfombra”. La mímica ha transformado un ascensor, una caja de hierro, en signo de la sencillez. Esto, sin más, es el ateísmo semántico. En efecto: la sencillez es un significado: se emana, inunda a los demás, produce complacencia, genera simpatía, conforta, trae paz, etcétera. Una tal parcela del Logos no puede comparecer, como mundo, en el hecho de usar un ascensor. La dama, sin duda, pretendía ser cristiana, y, en su vacío burgués, el Cristianismo era un suceso inversamente proporcional a las alfombras de los ascensores. En algunas casas he visto enmoquetada la tapadera del “water-closed”. A los pies del mismo he podido observar una alfombra de idéntico color. La burguesía, atea y

enloquecida, lleva de esta manera la mímica a la enunciación menos expresiva que cabe concebir. Un “water-closed” mímico es el último ideal de Satanás: el cuarto de baño como remedo del Significado intransitivo.

Sostienen algunos que el traje no se inventó para tapar el cuerpo, sino para expresar una figura. Cuando reina más Logos que mímica, el traje es expresión estética: el estímulo y la moda duran largo tiempo. Por el contrario, cuando existe más mímica que Logos, el traje expresa solamente mímica. Entonces hay muchos disfraces que comprar.

Los modernos histriones se disfrazan para actuar y para existir, en cuanto su existencia se define como Algo que ha de ser fotografiado y vendido en revistas. De tal manera remedan el Significado y son mímica en una Sociedad mímica.

Igual que las parejas burguesas envuelven a sus hijos con significantes mímicos, los industriales envuelven sus productos con palabras extranjeras. Para quienes poseen tales palabras como lengua de cuna, su grafía enuncia simplemente un objeto temporal, por ejemplo: “Silk” enuncia seda en inglés. Mas para quienes no conocen el idioma extranjero como lengua madre, estas voces expresan el remedo del Significado. De tal forma los industriales venden productos-mímicos. “Ahora yo, con esta toalla italiana, me seco”...“Ahora yo, con este fluido sueco, me froto la cara”...“Ahora yo, con esta pluma alemana, copio el programa cinematográfico”. Quienes enuncian estas mágicas sentencias no se resignan a realizar tales actos como simples y vulgares movimientos, plenos de tedio; quieren trascenderlos hasta convertirlos en algo más que los actos mismos.

“Viajar”, “almorzar en un determinado Restaurante”, “subir al avión”, “desayunar en un tren”, “ocupar un lugar en el comedor de un cierto Hotel”, “comprar en esta tienda”, “pasar las vacaciones en aquel lugar”, etcétera, son actitudes mímicas de la burguesía. Rafael Guerrero y su mujer visitaron un Gran Hotel, cierta nochevieja, cenaron y se hicieron retratar en semejante trance. Para Rafael Guerrero, sin duda, aquel “cenar” era algo más que comer: encarnaba el remedo del Significado.

Algunos muestran una fotografía de un niño de tres semanas, diciendo: “He aquí mi hijo”. Se trata del hijo-mímico. Empero, muchos no ven allí más que la enunciación de

un hecho general: la cría del hombre, que, a los veintiún días de nacer, sólo representa universalidad y cantidad.

El modo más general de la mímica burguesa consiste en la pretensión de expresar un objeto atemporal en la posesión de un objeto temporal; o dicho de otra manera: en el uso de un símbolo como signo. “Tengo una piscina”, “tengo un automóvil”, “tengo un hotelito”, “tengo cierta máquina”, etcétera. Este tipo de cosas, ejemplo de puras enunciaciones figurativas, u objetos sin nombre (como diría López Martí), son expresadas por la mímica como el remedo del Significado. “Exista como corresponde a su categoría, poseyendo un chalet en tal lugar”. Este anuncio, modelo de mímica, no invita a poseer simplemente una casa, sino la casa que “corresponde a su categoría”, la que da significado al propietario. A una sociedad que se mueve por esta mímica de los símbolos, llamo reino del ateísmo semántico, como ya he dicho. En efecto: en el lenguaje de tal grupo humano no hay significado alguno que provenga del Logos. Las palabras son símbolos, o etiquetas de cosas, que remedan el Significado.

En una sociedad así, ciertas cosas se fabrican y expenden como mímica formal. Una motocicleta de manillar alto, tubos gruesos, aparatos enigmáticos, luces de toda clase, ruidos manifiestos, etcétera, imita la forma pura de la mímica. “Poseerla”, “subir allí”, “correr en ella”, con mímica absoluta. La forma se completa si el conductor se disfraza de extraño personaje. Se trata, sin duda, de un Mariano Hurtado que opera en otro sector de lo irreal y de lo demoníaco, de acuerdo con sus condiciones.

En el ansia de consumo y posesión de cosas, que es una definición de sociedad burguesa, el individuo se pergeña como mímica y como víctima de la mímica. A través de la venta a plazos, los industriales ofrecen cosas-mímicas: este frigorífico, aquel balandro, esa parcela de bosque. Por medio de la inmediatez que supone la entrega de la cosa antes que su precio, el sujeto cae en la tentación de adquirir el remedo del Significado. Ahora bien, como tales cosas no son significados ni tienen nombres (como diría López Martí), casi al instante de lograrlas, pierden la mímica y se transforman en meras enunciaciones: el frigorífico se hace máquina; el balandro, barco; y la parcela en el bosque, trozo de tierra. Defraudado, el sujeto busca nuevas cosas, persiguiendo el remedo del Significado, y así deviene irreal, vacío, aburrido, siempre víctima de lo demoníaco. Tal es la opresión que la mímica ejerce sobre nuestros contemporáneos. Cuando el obrero emigrado, que torna de vacaciones a su tierra, sitúa un inmenso

automóvil rojo a la puerta de sus vecinos, pretende asustarlo con la mímica del brillo, del color, de la figura. Tan débil es la naturaleza humana ante la mímica, que los vecinos quedan realmente sugestionados y olvidan el más elemental Logos: que ese obrero trabaja quince horas en un país extranjero y habita un gallinero. Así es que la mímica vence a la más clara razón.

Cierto tipo de periodismo burgués consiste en “crear” personajes puramente mímicos, elevados a remedo del Significado ante un grupo de lectores. Tal es el periodismo de las denominadas “Revistas del Gran Mundo”. Sujetos como este o aquel cantante, esta o aquella duquesa, en cuanto son “el ir y venir”, “el estar en la fiesta”, “el pasear por París”, “el bajar del avión”, “el cenar aquí”, etcétera, son narrados como Algo que es el Bien.

Ninguna sociedad podría existir sin mímica, siendo como es la naturaleza humana. Pero, entre todas, la burguesa encarna el suceso mímico casi absoluto, sin Logos alguno. Luchar contra la mímica, o sea, contra Satanás, es luchar contra la burguesía. (Continuaré en otra carta)

Miguel