

CARLOS MARIO YORY G.

Profesor del Instituto de Investigaciones Estéticas
Facultad de Artes de la Universidad Nacional de Colombia

**LA IMAGEN Y EL CINE
EN EL FIN DE LA HISTORIA
UNA MIRADA
AL OTRO LADO DEL ESPEJO**

La superación y realización del arte en el futuro está en la línea de su implicación en el proceso de dar forma y sentido a las cosas, el arte no puede consistir ya en un ilusionismo que se enfrenta impotente a la realidad y la vida.

XAVIER RUBERT DE VENTOS (*Teoría y realidad del arte nuevo*. Península, Barcelona, 1969, pág. 478.)

I. LA OTRA CARA DEL ESPEJO.

Se apagan las luces... Un profundo silencio, que casi se diría religioso, puebla la sala. Y de repente, allí, en medio de la oscuridad, ocurre el milagro: una luz azul y blanca cruza la profundidad de la estancia con la fuerza terrible del aliento de un dios y choca violentamente contra uno de los cuatro costados que encierran el salón, haciendo caer así el muro y abriendo la estancia a un mundo que, poblado de imágenes curiosamente familiares, resulta ser algo así como el otro lado de un espejo... Pero no... No es la luz la que proyecta unas imágenes presas en un rollo de cinta, es la propia sala la que viajando sobre ese rayo de luz se proyecta así misma a ese mundo recién abierto: *el sueño se hizo realidad...*

Tan sólo una fracción de segundo basta para que los imaginarios de cientos de personas se revuelquen y exciten, como en ese instante

anterior a la muerte, en el que se dice que nos pasa por delante la vida entera.

Todas las imágenes posibles se atropellan en nuestra mente en una mezcla de ansiedades, deseos y sentimientos que, volcados sobre ese rayo de luz, eternizan el breve pero infinito instante de tiempo que dura el viaje de nosotros mismos al otro lado del espejo...

Pero ¿por qué hablamos de la pantalla cinematográfica como de un espejo? ¿Qué tienen que ver esas imágenes inocentemente proyectadas allá, sobre el telón, con nuestra sosegada situación de espectadores de cine? Más aún, ¿qué tienen que ver tales imágenes conmigo mismo, con mi realidad y con mi historia? Precisamente en torno a estas preguntas, trazaremos la ruta de investigación que propone el presente ensayo.

Mientras tanto, allá, en la ventana recién abierta, un par de hombres conversan sentados en un automóvil que, puesto en exhibición, aparece detenido en la vitrina de una agencia automotriz cualquiera, como un símbolo certero de nuestra época: velocidad, lujo, comodidad, autosuficiencia, brillo, pero sobre todo *imagen*.

Imagen del vehículo, que es lo mismo que decir: ¡imagen para quien lo posea...!

Quienes conversan allí son dos personajes de abrigo gris y mirada fría, citadina y vacía. Podrían ser un par de vendedores haciendo un alto en su actividad, acaso unos empleados bancarios soñando con el auto que nunca tendrán, un par de médicos, unos abogados, en fin, podríamos ser usted y yo... Pero su conversación nos lleva a pensar que definitivamente no son dos seres cualesquiera*: "Quisiera poder decir alguna vez ahora, *ahora*... Quisiera alguna vez poder sentir una lágrima en mi mejilla, jugar con un niño o acariciar a una mujer... Quisiera poder cortarme un dedo y ver brotar ese líquido rojo y espeso que tanto aprecian los mortales... Quisiera caerme alguna vez y rasparme una rodilla... Quisiera..." A lo que el otro personaje responde: "¿Para qué? ¿No te basta con ser inmortal? ¿No es suficiente ser eterno? ¿Para qué admitir la torpeza, el rencor, el engaño o el miedo? ¿Para qué abrirle espacio al dolor o al sufrimiento...?" Sí, efectivamente, estos dos individuos no son dos seres cualesquiera, ya no hay duda: ¡son dos ángeles...!

La película: *Wings of Desire (Alas del deseo)* de Wim Wenders; la ciudad: Berlín; la época: recién finalizada la Segunda Guerra Mun-

dial; la situación una ciudad en ruinas habitada por personajes también en ruinas, pero que empiezan a remover poco a poco sus escombros buscando algo que les justifique su vida...

Un auto en un escaparate, unos hombres que desprevenidamente conversan dentro de él de cualquier tema, unos espectadores que aún no comprenden muy bien de qué trata la cinta... Imágenes de finitud, metáforas de la existencia, y todo dentro de una vitrina, que a su vez está dentro de otra vitrina (la ciudad), que también se circunscribe a otra: la propia pantalla del teatro que nos muestra así un artículo que finalmente allí se ofrece: un automóvil... Pero ahí no acaba el múltiple envío que como esas muñequitas rusas se abre para mostrar más adentro, que a su vez también se abra para mostrar la que ésta contiene y así hasta el infinito... No, lo que la película nos está ofreciendo no es un vehículo, por supuesto, ni siquiera una idea, o un tema en particular; lo que en verdad nos vende es un pasaje al otro lado de un *espejo*... La ciudad, la situación, el lugar, los personajes, nos empiezan a resultar tan familiares, que poco importa decir Berlín, New York, Hong Kong, Bogotá o Caracas. No caben aquí distinciones culturales ni idiomáticas, la película le habla al individuo urbano que, en el perfil general de nuestra época, es muy similar en su vacío, en su prisa y en su desencanto, pues comparte un común denominador y es su propio extrañamiento ante la paulatina pérdida de lo humano en una sociedad cada vez más alienada y agobiante. Pero frente a la escena antes descrita el hecho es simple: ¡no somos ángeles...!

Sin embargo, aproximarnos a la comprensión de la situación actual del hombre frente al mundo que ha inventado y consecuentemente entender el marco del extraño parlamento de estos dos *ángeles urbanos*, implica desde nuestra óptica (parece que todo sigue siendo problema de mirada...) hacer una reflexión en torno al papel que la imagen cumple en el mundo de hoy, inscrita en el contexto transaccional de nuestro tiempo y remitida al discurso que por excelencia ha sublimado la imagen como paradigma estético de nuestra época. Nos referimos obviamente al *cine*, que desde esta perspectiva se presenta claramente

* Reconstrucción literaria, no textual, del sentido del diálogo, sintetizado y adecuado desde el contexto general de la película a la mirada del presente ensayo.

como el espectáculo más característico del siglo xx, y con él, a la función que se le ha querido asignar de ser una *Fábrica de sueños*.

De esta forma, pretendemos señalar aquí algunos de los principales aspectos que en nuestra opinión han ido conformando a lo largo del presente siglo una específica idea de lo que es y hace el cine, de lo que muestra y cómo lo muestra, y sobre todo del papel que la imagen como tal cumple en el interior de dicha idea.

Desde esta perspectiva, consideramos que el cine hoy, lejos de ser ese espacio que abre y amplía nuestra imaginación al orientarla sobre aquello que nos presenta como *lo nuevo*, constituye antes que nada un lugar privilegiado para la contemplación de *lo mismo*, que así nos sorprende en la extrañeza de vernos en nuestra propia cotidianidad teatralizada en la pantalla y puesta así como *lo otro*: el drama al que asistimos es nuestro propio drama...

Creemos, pues, en un cine que no entiende la fantasía como aquella fuga de la realidad a un mundo imaginario y por tanto ficticio, que por un par de horas nos aligera la carga de una cotidianidad ya rutinaria. Sino, más bien, como ese espejo en el cual, la propia rutina se sublima al hacer de la imagen un simulacro de nuestra propia existencia, ahora maravillosamente estetizada. Y por los malabarismos técnicos de la ambientación o la puesta en escena (que también cuentan...) sino por la propia narración del texto cinematográfico, en la cual actos como caminar, correr o encender un cigarrillo nos permiten entender así la vida como relato, como texto literario y por tanto como acontecimiento fundamentalmente fantástico.

Más allá de héroes o villanos, el cine hoy busca acercarnos a nuestras propias vivencias y sobre todo a reconocer el hondo sentido estético de las mismas. Películas como *Betty Blue*, *Luna de hiel*, *Thelma y Louise*, *Refugio para el amor*, *París-Texas*, entre otras tantas, son muestra de esto.

No hablamos por supuesto de la maniquea separación entre el cine denominado *culto*, dirigido a una élite educada, y el cine de multitudes que se contenta exaltando las bajas pasiones de "la turba" con sus fáciles imágenes de sexo y violencia.

Creemos que, a pesar de lo que digan las taquillas, esta separación felizmente poco a poco va desapareciendo, como van desapareciendo también otras odiosas manifestaciones bipolares en el interior de la cultura: forma y fondo, esencia y apariencia, significado y significante,

etc. Dualismo que quizá en el arte tienden a disolverse más rápidamente. Arte que como querría Rubert de Ventos ya no pretende representar o explicar el mundo sino simplemente *implicarse* con él. Pero siendo la imagen y concretamente el cine el objeto de nuestro trabajo dejaremos aquí esta reflexión para retomarla en otra momento.

De esta forma, procedemos a continuación a hacer un rápido esbozo de la relación que encontramos entre la *imagen*, entendida como mostrar y ofrecer; el *contexto transaccional de nuestra época*, entendido como sociedad de consumo; y el *cine*, entendido desde su discurso como metáfora de finitud. Ubicando dentro de tal relación al hombre contemporáneo desde lo que pretendemos sea su posibilidad poética de habitación en un mundo que hoy se encuentra en lo que algunos autores han denominado: *el fin de la historia*.

II. EL SIGLO DE LAS LUCES.

El siglo xx, con sus luces de neón y sus escaparates abarrotados de objetos, puestos allí quizá tan sólo para distraernos y hacernos olvidar del tiempo, ha terminado por consolidar la construcción de un mundo moderno, que de inmediato ha puesto en venta... Mundo en el que inexorablemente nos consumimos al ir día a día consumiendo: nos afirmamos en lo que adquirimos para finalmente perdernos en lo perdemos...

Vivir en ese mundo implica entonces lanzarnos en una alocada carrera contra el tiempo, en el que la prisa del mundo moderno y sus *sociedades de consumo*, también a nosotros nos han puesto en venta: *consumíos los unos a los otros* parece ser la consigna de nuestra época (y ¿qué es una consigna, si no un *slogan* publicitario?). De esta forma, vivir es correr a satisfacer unas necesidades que ignorábamos tener y sobre las cuales ni siquiera tenemos el tiempo de dudar, pues justo antes de caer en cualquier razonamiento al respecto, somos bombardeados con infinidad de artículos y objetos que nos ofrecen un nuevo cielo... Sólo que una vez éste acaba de salir al mercado, ya ha quedado obsoleto ante la aparición de nuevas necesidades, o ante la producción de nuevos artículos para suplir las ya existentes.

Bien podríamos llamar a este siglo, parodiando a Carpentier, EL SIGLO DE LAS LUCES, pero no por brillar desde el iluminismo, la ilus-

tración o el enciclopedismo propios del maravilloso siglo XVIII al que alude el escritor, sino porque vivimos en un siglo que fulge a través de las imágenes que con brillantez se lanzan atropelladamente sobre nuestra retina, haciendo al ojo, ya no el *rey de los sentidos*, como quería el hombre del Renacimiento, sino más bien, *el servidor de los sentidos*, en la medida en que a través de éste se plantea una particular relación con el mundo, que de acuerdo con lo antes señalado adquiere su razón de ser en el consumo.

¿Pero es posible desde esta perspectiva pensar en un arte no enajenado y que sin embargo corresponda a la realidad de este mundo-consumo? Al menos Rubert de Ventos cree que sí y lo plantea en términos de la propia *implicación* del arte con el mundo que habita:

Duchamp pretendía elevar el objeto visual a la categoría de obra de arte. La tarea fundamental de nuestra época es exactamente la recíproca: elevar la obra de arte al rango de objeto de uso. Y objetos de uso, objetos de contemplación y consumo generalizado, no son hoy los cuadros y las estatuas, sino la arquitectura, la música *ligera*, el vestido, el cine y la televisión, el escaparate, el anuncio y el envoltorio, el coche y el semáforo, la lámpara, el par de zapatos, la máquina de escribir y la cuchara. Entiendo que la *configuración* de los objetos que nos rodean es —y será cada vez más— la tarea del arte nuevo, como lo fue en otros tiempos su propiciación, idealización y representación¹.

¿Pero qué papel cumple aquí la imagen, objeto de nuestro interés? ¿Cómo puede ser arte una cuchara o un par de zapatos? ¿O será que la imagen al servicio de una sociedad de consumo y, como tal, cadena sutil que nos ata a ella, puede ser además el vehículo de nuestra liberación al posibilitarnos quizá también formas no funcionales, por qué no, poéticas, de relacionarnos con ella? La cuchara que cayendo en cámara lenta prolonga el momento de una mirada entre dos personajes que hasta entonces ignoraban que se amaban y sólo el tintineo de ésta contra el piso los hace salir de su asombro... El par de zapatos de mujer que un esposo traicionado arroja al piso con el fin de confrontar a su rival masculino, quien vendiéndole en otro momento tales zapatos se convirtió en el indirecto causante del suicidio de su esposa... En fin, el cine nos trae infinidad de tales ejemplos.

¹ XAVIER RUBERT DE VENTOS, *Teoría y realidad del Arte Nuevo*, Barcelona, Península, 1969, pág. 465.

¿Cuál es entonces la relación entre consumo e imagen? Quizá un vistazo al carácter del primero nos permita entender el papel de la segunda dentro de aquél.

Comprar y vender es el deporte preferido de nuestra época. Lo que es lo mismo que decir: *ofrecer*... Pero ofrecer implica *mostrar*, y mostrar en el siglo del cine, no es otra cosa que llevar a la *imagen*. Consecuentemente, imaginar no será ya *proyectar* una imagen (lo que denominábamos *soñar*), sino adoptar una existente. Es decir, aceptar la irrupción en nuestro imaginario de una serie de *productos* que, puestos ahí desde fuera, se convierten así en lo que imaginamos.

Imaginamos como... a la manera de... Imaginamos ser como... o llegar a ser de la manera que... Nos imaginamos como ese otro, ese que se nos ofrece y que queremos ser... De este modo, la *imagen*, como manera de *mostrar* lo que se ofrece, ha contribuido en el mundo moderno a la construcción de esa curiosa sinomía que establece Ricoeur entre *ser, tener, poder y valer*... Pues vale más quien más tiene y tiene más quien más es...

III. LA FÁBRICA DE SUEÑOS.

Lo que resulta de aquí es ni más ni menos que la propia domesticación del deseo. Ese deseo que por naturaleza y para ser tal es por definición insatisfecho, lo vemos ahora reducido, coartado y orientado hacia la propia imagen de lo que deseamos tener. Es decir, objetos que así representan el destino obligado de su satisfacción (el auto fantástico, el viaje a las estrellas, el simpático extraterrestre o el terrible *tyrannosaurus rex* que, de caucho y puesto en la cuna, resulta ideal para que lo muerdan los niños a quienes les están asomando los dientes...). Sin embargo, los mercaderes de imágenes no ignoran que lo que en realidad compramos no son cigarrillos, sino mundos Marlboro, no son cocacolas sino hermosas y curvilíneas mujeres ceñidas en trajes de baño rojos y consecuentemente lo que el mercado nos ofrece como habitáculo no son apartamentos o casas sino "vistas privilegiadas". Gracias al poder de la imagen podemos vivir en una vista...

Vamos al cine, por supuesto, a comprar los héroes y las heroínas de moda, con los cuales nuestro imaginario se siente identificado. O queremos ser como ellos, o los queremos a ellos, pues a fin de cuentas para eso están ahí, a la venta...

Nuestra mente se puebla de imágenes de mostrador, de artículos puestos en exhibición en el mercado, que van desde la caja de jabón que *imaginamos* a partir de la que nos muestra la televisión, al más sublime de los sueños que imaginamos al realizar, porque lo hemos visto o intuido a partir de lo visto (otra forma de mostrar es abrir la sugestión del imaginario colectivo o individual a la construcción de un *producto* que si aún no existe, el propio imaginario se encarga de crear y consecuentemente nos impulsa a buscar en el mercado).

La imagen, así entendida, no sólo pone en venta, sino que sobre todo se pone en venta ella misma, a través del éxito o fracaso que su proyección al mundo ocasiona en el mercado. Mirar, consecuentemente, resulta ser *mirar con interés*. Poner la vista en el objeto de nuestro interés es admitir que hay definitivamente una intencionalidad en la mirada que se prende de lo que mira, porque lo que se muestra se clava de tal manera en el centro mismo de nuestra conciencia, que no admitimos otro tipo de relación con el objeto, que una vez adentro se coloca como destino y único depositario de nuestro deseo. La imagen entonces alimenta el deseo, tanto como el deseo alimenta la imagen, y uno y otro se intercambian el papel (pues son actores) de oferente y demandante. De no ser así no compraríamos sensuales mujeres puestas en venta en los envases de bronceador, ni varoniles aromas nórdicos en las lociones de afeitar.

Pero este juego entre la producción de objetos que se muestran a partir de su imagen y el deseo del sujeto que espera satisfacer su *necesidad* en el mercado, lo que evidencia en última instancia es la prevalencia de la seducción como estrategia de atracción-intercambio y ante la cual, como señala Baudrillard, se acusa un cansancio contra lo que tradicionalmente llamamos real.

Lo real nunca ha interesado a nadie. Es el lugar del desencanto, el lugar de un simulacro de acumulación contra la muerte. No hay nada peor. Lo que a veces lo vuelve fascinante, vuelve la realidad fascinante, es la catástrofe imaginaria que hay detrás. ¿Creen que el poder, la economía, el sexo, todos esos "cachorros" que llamamos reales, se hubieran sostenido ni un instante sin la fascinación que los soporta y que les llega precisamente del *espejo inverso* donde se reflejan, de su reversión continua, del goce sensible e inminente su catástrofe? ².

² JEAN BAUDRILLARD, *De la seducción*, Madrid, Cátedra, 1981, pág. 69.

En este punto nos sentimos tentados nuevamente a volver con la relación que hemos planteado entre el cine y el espejo. Relación que nos permite no sólo mirarnos a nosotros mismos, sino traspasar al otro lado de nuestra realidad, en el asomo a “esa espantosa otredad que padece lo uno”, como decía Machado.

Pero mirar, hemos dicho, es mirar con intención. Implica por demás no sólo construir con la mirada sino, sobre todo, construirnos con ella en esa especie de “mirada admirativa, que no deja de mirar para construir ella misma lo que hay que ver” como propone Salabert. Por tanto, enviarnos en esa luz azul y blanca y vernos del otro lado de la pantalla (espejo) no implica toparnos con nuestro propio reflejo, sino que ante todo lo que ocurre es la propia transformación de nosotros mismos en *ilusión*. ¿Y qué es la ilusión después de todo sino un viaje en la luz...?

Pero esa ilusión no es la parte de ficción o fantasía que nos hace falta para contrarrestar la contundencia de la realidad y de la cual sólo escapamos siendo *rambos* o *terminadores*. Creemos más bien que la ilusión es la propia ampliación de la realidad, de la que quizá sólo conocíamos una parte (aquella que precisamente llamábamos “real”) y que ahora vemos en su total dimensión, gracias al deseo que viaja con la luz y que en exceso puede incluso llegarnos a producir una alucinación (una ebriedad de luz), o lo que Freud llamaría una “pérdida del principio de realidad”. Pérdida que se daría en la identificación con “otro” extraño a mí (ídolo o modelo), pero que siendo éste “otro” yo mismo, nos permite llegar a proponer una nueva categoría estética y existencial: la *ilucinación* como confluencia del viaje en la luz al sorprendente encuentro de nosotros mismos. Consecuentemente no hablaremos ya de ‘mirar’ una película, desde la más o menos pasiva situación del ‘espectador’ de cine, que a lo más que llega es a hacer ‘identificaciones’, sino de la transformación de este último en un *ilucinante* que, lejos de mirar, *ilucina*... He ahí la sorpresa: somos el otro... el que está del otro lado de la pantalla... sólo que ahora comer spaghetti, amarrarse los cordones de los zapatos, caminar con las manos en los bolsillos, viajar en autobús, siendo los actos más cotidianos y anodinos, rescatan para sí el rango estético que la cara del espejo detrás de la cual siempre habíamos estado hasta ahora nos había negado.

De esta forma y como señala Baudrillard:

I'll be your mirror (yo seré tu espejo), no significa yo seré tu reflejo, sino yo seré tu ilusión...³.

Y más adelante agrega:

La estrategia de la seducción acecha a todo lo que tiende a confundirse con su propia realidad. Ahí hay un recurso de una fabulosa potencia. Pues si la producción sólo sabe producir objetos, signos reales, y obtiene de ello algún poder (forma informal de la política), la seducción no produce más que ilusión y obtiene de ella todos los poderes, entre los que se encuentra el de remitir la producción y la realidad a su ilusión fundamental⁴,

que nosotros encontramos particularmente en las enormes posibilidades que el cine tiene de ser hoy ese discreto potenciador de dimensiones poéticas para la existencia.

Si el cine es una *fábrica de sueños* éstos no son otra cosa que la propia realidad entendida y construida como ilusión...

IV. LA IMAGEN DEL MUNDO.

Esto no significa otra cosa que la posibilidad de entender la realidad y con ella el mundo en general como una construcción, es decir, como un *invento*. Invento que para Derrida no tendrá otro sentido que el de "la invención de lo imposible como la única invención posible", de la cual M.C. Escher nos habla permanentemente en sus cuadros de composición laberíntica y fantástica movilidad: seres de la cotidianidad en un mundo de maravilla y donde ésta resulta ser precisamente el propio mundo de la cotidianidad, ahora visto desde una permanente metamorfosis, una banda de Moebius o una imagen inquietantemente especular.

Seres que son y dejan de ser, para convertirse en tantos otros como puedan ser: transformaciones de un universo que se vuelca sobre sí mismo y, después de probar todas las materialidades posibles, regresa siempre a su punto inicial. Desplazamiento infinito de una forma den-

³ JEAN BAUDRILLARD, *De la seducción*, Madrid, Cátedra, 1981, pág. 69.

⁴ *Ibid.*

tro de otra que muestra cómo subir es una forma de bajar y entrar no es otra cosa que salir. Un hombre que contempla un cuadro de una ciudad en una exposición, cuadro que termina abriéndose para abarcar la propia sala que lo contiene y por supuesto al hombre, que así resulta ser un personaje de la pintura.

Aquella huella en el barro, manifestación de un hombre que no existe en el cuadro pero que propició un espacio para que con la lluvia se hiciera un charco en el cual aparece el reflejo de un árbol. Imagen ésta que nos muestra cómo un árbol se hace real, precisamente porque es *imagen* y sin embargo no podemos decir que sea menos real que el hombre que con su pie dejó la huella en el barro para que gracias al charco allí formado un árbol se hiciera real también. ¿De qué lado del espejo está entonces la realidad? De una parte, tenemos una imagen de un árbol, no un árbol 'real'; del otro, un hombre que no existe y que por tanto tampoco es 'real'... ¿O será que lo real es precisamente la configuración de esa imagen en el encuentro de dos presencias como ausencias generalizadas en ese collage polidimensional de los múltiples planos que se encuentran en un solo lugar: hombre – barro – huella – charco – árbol? Quizá allí está lo real: en la invención de un mundo que se construye, constituye y entiende a sí mismo como una *imagen*.

Ya Martin Heidegger el filósofo de *Las sendas perdidas*, lo vislumbró en "La época de la imagen del mundo", conferencia dictada en la sociedad médica de Friburgo de Brisgau el 9 de junio de 1938: "La imagen del mundo no pasa de una antes medieval a otra moderna, sino que el hecho de que precisamente el mundo pase a ser imagen caracteriza la esencia de la edad moderna; por consiguiente imagen del mundo no significa una imagen del mundo sino el mundo comprendido como imagen". Y consecuentemente, diríamos, el hombre se ve y entiende del mismo modo: somos imágenes, dentro o fuera de la pantalla, en y a través del espejo... Imágenes que, lejos, de ser el *sueño de Dios*, proyectado por algún 'rayo holográfico', desde el centro de su ser, nos constituimos en la propia auto-proyección de ese 'mundo oferta' que hemos inventado.

⁵ MARTIN HEIDEGGER, *La época de la imagen del mundo*, *Sendas Perdidas*. Trad. castellana de José Rovira Armencol, Buenos Aires, Losada, 1960, pág. 79.

Lo maravilloso y aterrador a la vez de nuestra época es que finalmente nos hemos dado cuenta de que estamos definitivamente solos en medio de puntos referenciales móviles y de imágenes que son y dejan de ser, en esa 'cinematografización' de la realidad que hoy habitamos. Solos en medio de un universo progresivamente desconstruido, hecho de centros descentrados, con fronteras cada vez más inciertas, no sólo en lo ideológico, económico o político, sino en la praxis misma de oficios que en otros tiempos estaban perfectamente compartimentados: el arquitecto hace casas, el pintor cuadros, el músico piezas musicales, el poeta versos, el científico teorías y el filósofo explicaciones.

Desde que Duchamp nos enseñó a apreciar los orinales, mucha agua ha corrido y hoy asistimos a las exposiciones* a ver a una mujer tejiendo y destejiendo una gran malla, o simplemente cocinando, o durmiendo... Del mismo modo hemos aprendido a apreciar una montaña de tierra expuesta en la mitad de una sala, o unos troncos de árbol dispuestos de cualquier forma. La conclusión es simple: el arte está hoy en todas partes y cualquier lugar es en sí mismo un ámbito de experimentación, un potenciador de simulacros.

De esta forma nos encontramos hoy al arquitecto construyendo con los sonidos del agua, al pintor pintando con un violín, al músico inventando colores en un computador, al poeta sembrando plantas en un jardín o embolando zapatos en cualquier esquina, al científico estudiando mutaciones en las cadenas del ADN a través de las composiciones de Chopin, y al filósofo haciendo fila en cualquier teatro...

Habitamos un mundo de permanentes cambios y continuas experimentaciones. De *epistêmes nomades*, diría Foucault, donde la imagen como nunca se construye con la propia mirada que vuelta sobre sí misma nos muestra a nosotros mismos dentro de ella, planteando de esta forma un particular proyecto de habitación que cada vez cree menos en que el mundo se divida en sujetos y objetos.

Este mundo-imagen que nos describe Heidegger, ese mundo entendido como *imagen* (imagen en movimiento, diría Deleuze), hoy no dice nada más de lo que dice, es decir, no quiere decir nada (metafísicamente hablando), no va para ningún lado en particular y sobre todo no enseña nada. Por tanto no espera nada tampoco... como

* Alusión a algunas de las obras presentadas en los últimos tres Salones Nacionales de Arte en Bogotá.

tampoco representa o recrea nada. Simplemente muestra, descubre, evidencia y revela lo simple, lo cotidiano, y ahí se encuentra precisamente lo asombroso... El cine hoy ya no cuenta la historia: ¡la muestra...! que es lo mismo que decir: la trae hacia sí como *muestra*, como *metáfora*.

V. EL FIN DE LA HISTORIA *

De esta forma, el fin de la historia, del que tanto se habla en nuestra época, no es otra cosa que una discreta invitación a habitar en un ahora en el cual el tiempo pierde esa dimensión teleológica que permanentemente nos proyectaba a un 'allá' distante y remoto donde podríamos ser (paraíso cristiano, sociedad sin clases, etc.).

Consecuentemente la historia hoy se entiende como un tejido, como una malla de múltiples cruces y direcciones, más que como un simple hilo que desenvolviéndose poco a poco nos va dejando sin nada mientras se nos va acabando el tiempo...

El fin de la historia nos coloca inexorablemente en un aquí y en un ahora en los que convergen todo el tiempo y la realidad toda, a tal punto que pudiéramos decir finalmente que *la historia somos nosotros*.

¿De qué trata, pues, la historia? ¿Cuál es el protagonista? ¿Hacia dónde va la trama? ¿Qué quiere decir el director? ¿Qué tiene que ver esta escena con aquella otra?... son preguntas que hoy no son nada fáciles de responder. Cosa distinta ocurría cuando el cine contaba una historia, con unos protagonistas que linealmente se desenvolvían, avanzando hacia un final irremediamente 'feliz', para que el arte de la pantalla cumpliera así su papel de moralizador. Dejando, si no una enseñanza, al menos una sonrisa de satisfacción en el tranquilo espectador que en su silla devoraba golosinas mientras los vaqueros vencían a los 'salvajes' pieles rojas, los aliados a unos 'torpes' alemanes siempre dispuestos a dejarse matar, o los americanos a los 'puercos' comunistas.

Desde esta perspectiva, el 'espectador' cinematográfico, por llamarlo de alguna manera, ya no iría al cine a ver héroes, ni ideales de belleza o comportamiento, ni mucho menos a escaparse del mundo un rato, 'montándose' sobre un sueño recién inflado... sino a cumplir una cita con su propia imagen, puesta allá en la pantalla en la que ahora se ve haciendo lo que siempre hace, es decir, actuando... y no

porque espere ser el galán que besa a la chica al final de la película, o el audaz vaquero que vence en todos los duelos, o el heroico piloto que con un ala en llamas estrella su nave contra el portaaviones enemigo, hundiéndolo, pero eso sí saltando un segundo antes en paracaídas (recordemos que los héroes del cine americano no son nunca kamikazes), sino porque es su historia la que se está contando.

Quizá el hombre de hoy ya no quiere escaparse del mundo, sino entenderlo y entenderse para habitarlo. Quizá esté cansado de oponer la 'fantasía' a la 'realidad', escapando de la segunda en sus esporádicas huidas hacia la primera y consecuentemente retornando al 'mundo' con una frustración aún más potenciada por el solo hecho de tener que volver... Quizá el hombre de la butaca está harto de ir al cine a 'distraerse', cuando lo que en verdad desea es 'recrearse', que es lo mismo que decir: reconocerse en una historia que es la suya y de la cual es, por supuesto, el personaje. Así es: el cine hoy convierte a la persona humana en *personaje*. De ahí que éste último a su vez presenta a la cotidianidad una nueva propuesta: la *cinematografización*, desde la cual la vida misma se pueda entender como teatro, como literatura y finalmente como metáfora... La *identidad* abre paso a la *diferencia*...

¡He ahí la maravilla...! Este individuo de traje gris y abrigo con caspa (como decía el poeta) asiste al cine a verse a sí mismo, en un espacio que, no siendo ya una pomposa y artificial escenografía, resulta ser su ciudad, su calle y su casa, donde el teatro que observa en la pantalla no es otro que la propia sala de cine a la que él asiste y en la que ahora está sentado.

Lejos de ser, pues, el cine esa 'fábrica de sueños', que opone la fantasía a la realidad, hoy pone de manifiesto en lo simple, en lo ordinario, lo que pudiéramos llamar la 'metáfora de la metáfora', al volcar la cotidianidad sobre sí misma y consecuentemente al hombre, su protagonista, sobre un mundo recién abierto en ese espacio que encontramos del otro lado del espejo...

De este modo, el 'fin de la historia' al que antes aludíamos, lo único que muestra es la manera como el 'punto de partida' es el mismo punto de llegada...

El hombre de la butaca, habitante móvil de un mundo *d e s c e n t r a d o*, sabe que está cayendo y que en la caída no tiene ningún sentido agarrarse de nada, aunque la sociedad de consumo y la manera

transaccional en que nos presenta la relación con la imagen, en un mundo entendido como 'fábrica de sueños', permanentemente nos esté diciendo lo contrario. Pero no, al hombre de la butaca ya no lo satisfacen las 'divas' ni los nuevos héroes. Quizá, como Nietzsche quería, ha empezado a "cortar la rama sobre la que cómodamente estaba sentado".

El 'gran democratizador', como se le llamó al arte de la pantalla, por brindar equitativamente al 'gran público' los mismos sueños, que por demás sólo muy pocos podían realizar, ha abierto por fin una puerta que, sin sublimar la cotidianidad, sí permite pensar nuevas maneras de mirarla, que en el contexto de la mirada que antes abordamos, resulta ser lo mismo que plantear nuevas maneras de habitarla.

Finalmente, y volviendo a la película de Wenders con la que iniciamos este ensayo, los dos ángeles que tranquilamente conversan en el automóvil no logran ponerse de acuerdo y uno de ellos opta por dejar su aureola, sus alas, y hacerse humano.

Pero el cielo — siempre misericorde —, conocedor de lo que esta decisión implica, le envía una armadura para protegerlo, sólo que ésta le cae justo en la cabeza, haciéndole la más humana de todas las heridas. Sangre, dolor y un sentimiento de extrañeza se mezclan con un deseo repentino de algo, que por venir de la eternidad no conocía: tiene hambre, ¿qué hacer? El cielo olvidó meterle dinero en su immaculada billetera antes de permitirle abdicar la inmortalidad, y en la tierra no basta poner una sonrisa angelical para obtener un plato de comida... No hay más remedio, tendrá que empeñar su ahora única posesión humana, cambiando así su rígida armadura de metal por un par de sánduches de jamón y queso.

Al final de la película, queda en la memoria de los asistentes no un recuerdo, sino esa sensación que puede producir el ver desaparecer poco a poco la estela que algún barco trazó sobre el océano: *la realidad se hizo sueño*, y como en el verso de Julio Flórez, ya no es posible saber si "soñando se está o se está despierto".

Se encienden las luces y la magia empieza: el hombre de la butaca toma su sombrero y su abrigo, prende lentamente un cigarrillo y sale de la sala.

Afuera en la calle y sobre algún escaparate de cualquier tienda de empeño, un ángel ha decidido dejar sus alas y finalmente tocar la tierra...